

## Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

**BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA**  
UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
Chía - Cundinamarca

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y ASEO PARA EL  
HOGAR**

**MARIA CLAUDIA GOMEZ SERRANO  
DIANA ROCIO SANTOS MARIN**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
INSTITUTO DE POSTGRADOS  
ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BUCARAMANGA  
SEPTIEMBRE DE 2014**

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y ASEO PARA EL  
HOGAR**

**MARIA CLAUDIA GOMEZ SERRANO  
DIANA ROCIO SANTOS MARIN**

**Asesor:  
DORA ACOSTA TRUJILLO**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA  
INSTITUTO DE POSTGRADOS  
ESPECIALIZACION EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
BUCARAMANGA  
SEPTIEMBRE DE 2014**

## TABLA DE CONTENIDO

1.	JUSTIFICACIÓN .....	9
2.	OBJETIVOS .....	10
2.1.	OBJETIVO GENERAL .....	10
2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	10
3.	ALCANCE .....	11
4.	IDEA DE NEGOCIO .....	12
4.1.	MODELO DE NEGOCIO CANVAS .....	13
5.	ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	16
5.1.	MACROENTORNO ECONÓMICO .....	16
5.2.	MACROENTORNO POLÍTICO.....	18
5.3.	MACROENTORNO SOCIAL .....	19
5.4.	MICROENTORNO .....	20
5.4.1.	Clasificación CIU .....	21
5.5.	ANÁLISIS DOFA .....	22
5.6.	DEMANDA .....	23
5.7.	OFERTA .....	24
5.7.1.	Competidores.....	24
5.7.2.	Proveedores.....	26
6.	ESTUDIO DE MERCADO .....	27
6.1.	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	27
6.2.	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	37
6.3.	PROPUESTA DE VALOR .....	37

6.4.	ESTRATEGIA DE SERVICIO.....	37
6.4.1.	Factores en el servicio .....	38
6.4.2.	Momentos de verdad.....	39
6.4.3.	Estrategias de marketing.....	40
6.4.4.	Imagen Institucional .....	43
6.5.	PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO .....	44
6.6.	RESULTADOS ESPERADOS EN VENTAS.....	45
7.	ESTUDIO TÉCNICO .....	47
7.1.	TAMAÑO DE LA EMPRESA .....	47
7.1.1.	Mano de obra .....	47
7.1.2.	Herramientas e Insumos .....	47
7.1.3.	Localización .....	48
7.2.	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	49
7.2.1.	Ficha técnica del servicio .....	49
7.2.2.	Descripción técnica del proceso.....	51
8.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	54
8.1.	MISION .....	54
8.2.	VISION.....	54
8.3.	OBJETIVOS.....	54
8.4.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	55
8.4.1.	Organigrama .....	55
8.4.2.	Descripción de funciones y perfil del cargo .....	56
8.5.	MARCO LEGAL .....	60
8.5.1.	Régimen Jurídico y requisitos legales .....	61

8.6.	Requisitos del establecimiento comercial .....	62
9.	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	63
9.1.	INVERSIONES.....	63
9.1.1.	Inversión Fija.....	63
9.1.2.	Inversiones Diferidas .....	64
9.1.3.	Inversión de capital de trabajo.....	64
9.1.4.	Inversión Total.....	67
9.1.5.	Fuentes de Financiación .....	67
9.2.	COSTOS.....	69
9.2.1.	Costos fijos.....	70
9.2.2.	Costos variables.....	70
9.3.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 3 AÑOS.....	70
9.3.1.	Estado de Resultados .....	70
9.3.2.	Flujo de Tesorería .....	71
9.3.3.	Balance General .....	72
9.3.4.	Flujo de fondos.....	73
9.3.5.	Indicadores.....	73
10.	RESUMEN EJECUTIVO .....	75
11.	BIBLIOGRAFÍA .....	77

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Colombia: Indicadores .....	17
Tabla 2. Clasificación CIIU de actividades del negocio .....	21
Tabla 3. Matriz Análisis DOFA .....	22
Tabla 4. Estrategia de precios .....	42
Tabla 5. Plan de introducción al mercado .....	44
Tabla 6. Costos plan de introducción .....	44
Tabla 7. Resultados esperados en ventas año 1 (\$ en miles de pesos).....	45
Tabla 8. Resultados esperados en ventas 3 primeros años (\$ en miles de pesos) .....	46
Tabla 9. Herramientas a utilizar en los servicios .....	48
Tabla 10. Ficha técnica del servicio .....	49
Tabla 11. Funciones y perfil del cargo Gerente.....	56
Tabla 12. Funciones y perfil del cargo Auxiliar Administrativo.....	57
Tabla 13. Funciones y perfil del cargo Psicólogo .....	58
Tabla 14. Funciones y perfil del cargo Operario Servicios Generales .....	59
Tabla 15. Funciones y perfil del cargo Operario Servicios de Mantenimiento .....	60
Tabla 16. Inversiones Fijas .....	63
Tabla 17. Inversiones diferidas .....	64
Tabla 18. Mano de Obra Directa.....	64
Tabla 19. Costos Indirectos de Prestación del Servicio .....	65
Tabla 20. Mano de Obra Gerente .....	65
Tabla 21. Mano de Obra Auxiliar Administrativo .....	66
Tabla 22. Gastos Administrativos .....	67
Tabla 23. Capital de trabajo .....	67
Tabla 24. Inversión Total .....	67
Tabla 25. Amortización del crédito.....	68
Tabla 26. Costos fijos .....	70

Tabla 27. Costos Variables.....	70
Tabla 28. Estado de resultados .....	71
Tabla 29. Flujo de Tesorería.....	71
Tabla 30. Balance General .....	72
Tabla 31. Flujo de fondos .....	73
Tabla 32. Cálculo de WACC, VPN Y TIR.....	73
Tabla 33. Indicadores .....	73

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Modelo de negocio Canvas .....	13
Figura 2 Comercio, reparaciones, restaurantes y hoteles 2000 / I - 2013 / I .....	21
Figura 3 Doctor Solución .....	24
Figura 4 Ok Home .....	25
Figura 5 Género .....	28
Figura 6 Estado Civil.....	29
Figura 7 Edades .....	30
Figura 8 Tipo de vivienda.....	30
Figura 9 Tipo de Propiedad .....	31
Figura 10 Hijos .....	31
Figura 11 Rangos de edades de los hijos .....	32
Figura 12 Promedio de personas que viven con el encuestado .....	33
Figura 13 Servicios utilizados en los últimos 6 meses .....	33
Figura 14 Frecuencia de contratación de aseo general del hogar.....	34
Figura 15 Medios de información.....	35
Figura 16 Característica más importante .....	35
Figura 17 Característica menos importante .....	36
Figura 18 Precio a pagar por el servicio.....	36
Figura 19 Ciclo del servicio.....	40
Figura 20 Imagen institucional .....	43
Figura 21 Plano oficina .....	49
Figura 22 Organigrama Servihogar.....	55

## 1. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con el censo general del 2005, los hogares colombianos están compuestos en promedio por 3,9 personas y el 26,3% de los hogares encuestados está compuesto por 1 y 2 personas. Esto representa una reducción en el número de personas que componen los hogares colombianos ocasionado en parte por la inserción de la mujer en el mercado laboral.<sup>1</sup>

Lo anterior sumado a que normalmente todos los miembros mayores de edad de los hogares hacen parte de la población trabajadora, ha ocasionado que las labores de mantenimiento, adecuación, aseo general o cocina de los hogares que antes eran realizadas por algún miembro de la familia sean contratadas para ser realizadas por una empresa o persona.

A menudo la contratación de estos servicios representa un inconveniente por disponibilidad, cumplimiento, calidad, respaldo, garantía y en ocasiones seguridad, pero aún con eso, deben ser contratados para cubrir una necesidad planificada o de urgencia para mantener la calidad de vida del núcleo familiar.

---

<sup>1</sup> Revista de Información Básica – DANE – Cambios sociodemográficos en Colombia. Periodo intercensal 1993 – 2005. Edgar Sardi Perea

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar un plan de negocio para el desarrollo de un proyecto de prestación de servicios para el hogar con el fin de satisfacer las necesidades de servicios integrales en áreas de limpieza, servicio doméstico y reparaciones locativas de los hogares de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un estudio de mercados en el que se pueda investigar la demanda a través del análisis de las diferentes fuentes de información primaria y secundaria, con el fin de evaluar el comportamiento del sector en el mercado y definir estrategias de marketing para lograr participación en el mismo.
- Ejecutar un análisis técnico que permita determinar las necesidades en instalaciones, herramientas y equipos para la operación de la empresa y las especificaciones de los servicios a prestar.
- Realizar un análisis administrativo para determinar el tipo de sociedad a constituir y la estructura de gestión de la empresa.
- Adelantar un estudio económico y financiero del proyecto que permita determinar la estructura de capital ideal para la empresa y su viabilidad.

### **3. ALCANCE**

- Elaboración de un estudio de mercado que permita determinar la viabilidad comercial de la idea de negocio planteada a partir de un análisis de la oferta y la demanda del servicio.
- Elaboración de un estudio técnico que permita definir el tamaño del proyecto y el modelo de negocio de éxito para el proyecto.
- Desarrollo de un estudio económico y financiero del proyecto que permita determinar los recursos económicos necesarios para la realización del mismo y su proyección a futuro.
- Adelanto de un estudio administrativo que permita identificar necesidades en áreas de planeación, personal, información y comunicaciones.

#### 4. IDEA DE NEGOCIO

El concepto de negocio propuesto se basa en el ofrecimiento de servicios de reparaciones básicas y aseo general prestados por personal calificado que brinden confianza y seguridad.

El cliente podrá contratar 3 tipos de servicios:

- Emergencia: en el cual se garantiza atención en menos de 1 hora.
- Para el día: el cliente solicita los servicios para el día que está llamando.
- Programado: el cliente solicita los servicios para un día específico.

Al cliente se le cobrará por servicio ofrecido según el tipo de servicio (emergencia, día o programado) más el costo de los materiales y/o repuestos. Se ofrece una garantía de una semana después de finalizado el trabajo, esta garantía aplica siempre y cuando se hayan utilizado los materiales sugeridos.

Con nuestros servicios, los clientes pueden estar tranquilos con las personas que son enviadas a sus domicilios, pues el proceso de selección incluirá una verificación extensiva de referencias y antecedentes que nos permitan brindar un servicio con seguridad.

Así mismo se incluirán planes de capacitación constantes, de manera que los colaboradores se encuentren actualizados tanto en la parte técnica como en la legal cuando aplique, permitiendo ofrecer un servicio con calidad y brindar respaldo y garantía.

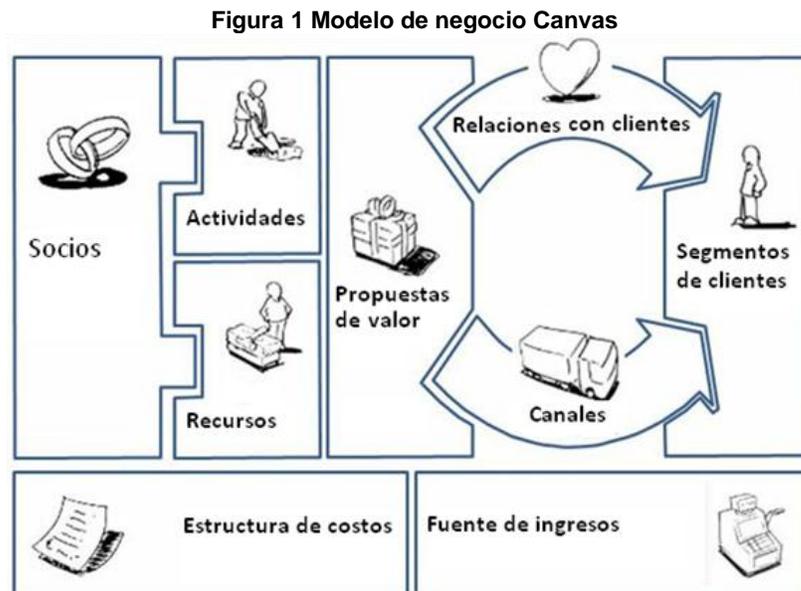
Con el fin de contar con colaboradores motivados con alta productividad, los contratos serán directos con la empresa e inicialmente a término fijo de un año,

tiempo después del cual, se modificará a término indefinido dependiendo del desempeño del colaborador.

Con estas condiciones, inicialmente se tendrían contratadas 3 personas, que aumentarán de acuerdo con la necesidad. Mientras tanto, para cumplir con la demanda del mercado se realizaran convenios con otras empresas del sector o con personas temporales pero garantizando los mismos estándares de calidad de nuestros colaboradores directos.

#### 4.1. MODELO DE NEGOCIO CANVAS

El modelo de negocio Canvas fue creado en el año 2008 por Alexander Osterwalder, quien considera que la mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en 9 módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa para conseguir ingresos. Estos nueve módulos cubren las 4 áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica<sup>2</sup>.



Fuente: Alexander Osterwalder

<sup>2</sup> Tomado del libro Generación de Modelos de Negocios de Alexander Osterwalder.

En la Figura 1 se presenta la estructura del modelo Canvas con los 9 bloques planteados.

- 1. Segmentos de mercado:** Define los diferentes grupos de personas u organizaciones a los cuales una empresa apunta a alcanzar y servir. Para el caso de Servihogar el segmento de mercado corresponde a los hogares estratos 4, 5 y 6 de Bucaramanga y su área metropolitana.
- 2. Propuestas de valor:** Describe el paquete de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico. La propuesta de valor es la razón por la cual los clientes eligen una empresa en vez de otra. Nuestra propuesta de valor se establece como el ofrecimiento de servicios de mantenimiento para su hogar en un solo sitio brindando cumplimiento, respaldo y seguridad.
- 3. Canales:** Describe como la empresa se comunica y alcanza a sus segmentos de mercado para entregar una propuesta de valor. Los canales establecidos para Servihogar comprende el Gerente como la fuerza de ventas inicial, la oficina y la página web.
- 4. Relaciones con los clientes:** Describe los tipos de relaciones que una empresa establece con un segmento específico de mercado. Las relaciones con el cliente en Servihogar se desarrollan de manera personalizada por medio de los diferentes canales establecidos de comunicación.
- 5. Fuentes de Ingreso:** Representa el dinero que la empresa genera de cada segmento de mercado. Una empresa debe preguntarse a si misma ¿Qué valor está dispuesto a pagar cada segmento de mercado? Nuestros ingresos se derivan de los pagos realizados por el cliente una vez ha sido prestado el

servicio, manteniendo una estrategia de precio fijo para cada uno de los tipos de servicios.

- 6. Recursos claves:** Describe los más importantes activos requeridos para hacer funcionar el modelo de negocios. Pueden ser físicos, financieros, intelectuales o humanos. Para la prestación de los servicios ofrecidos el recurso humano es el recurso más importante de la empresa pues es el mayor contacto que se tiene con los clientes, por lo cual este recurso debe estar capacitado no solo en el ámbito técnico, si no también en servicio al cliente y atención personalizada.
- 7. Actividades Clave:** Describe las cosas más importantes que una empresa debe hacer para que un modelo de negocios funcione. Las actividades clave hacen parte de la categoría de solución de problemas que es la razón de ser de la empresa, para lo cual se debe seguir un proceso de contratación riguroso que garantice la calidad técnica y humana que se requiere.
- 8. Sociedades claves:** Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocios, reducir el riesgo o adquirir recursos. Se busca generar sociedades clave con ferreterías de reconocimiento con compromiso de entrega de insumos en el lugar y momento que el cliente lo requiera, permitiendo una óptima prestación del servicio.
- 9. Estructura de costos:** Describe los más importantes costos incurridos mientras se opera bajo un modelo de negocios en particular. Los costos en que se incurre en su mayoría son los relacionados con la mano de obra operativa y administrativa.

## 5. ANÁLISIS DEL ENTORNO

### 5.1. MACROENTORNO ECONÓMICO

En el 2013 Colombia se enfrentó a un panorama mixto. Los buenos resultados se evidencian en su crecimiento (del orden del 4%) el cual es considerado exitoso al ser analizado en el contexto de la desaceleración mundial donde las estimaciones para América Latina son de un crecimiento del 2,7%, la tasa de desempleo se ha mantenido en cifras de un dígito avanzando igualmente en la formalización del empleo, en materia internacional sigue entrando inversión extranjera directa, Colombia fue calificado con grado de inversión por las principales calificadoras de riesgo y estas consideran la perspectiva del país como positiva. Sin embargo se presentaron dificultades principalmente para el comercio exterior Colombiano el cual se ve afectado por la desaceleración de la economía global y por los altos costos de producción en el país. También se reflejan dificultades en los resultados sectoriales principalmente para la industria manufacturera.

Las cifras contundentes que muestran la evolución entre el año 2000 y el 2013 de indicadores económicos como el PIB, comercio exterior, inversión y entorno macroeconómico, entre otras; son un reflejo de fortaleza en la economía colombiana y de la creciente confianza en ella (Ver tabla 1).

Para que el 2014 sea un año de transformación productivo que genere un crecimiento económico alto y sostenido, Colombia deberá avanzar prioritariamente en competitividad ejerciendo un riguroso seguimiento a las metas propuestas para infraestructura, vivienda, industria y sector agropecuario. Según el reporte de competitividad del Foro Económico Mundial para el año 2013-2014, el país ha ganado puestos en temas como entorno macroeconómico, tamaño del Mercado, educación superior y capacitación; pero no sucede lo mismo en salud, educación primaria y preparación tecnológica, eslabones en los cuales Colombia ha

retrocedido posiciones. Esto significa que Colombia no ha logrado mayores avances en competitividad en los últimos años, mientras que sus algunos de sus competidores en la región si lo han hecho.

Para el presente año se espera que el país alcance un crecimiento del 4,5% gracias a la inversión en infraestructura que está realizando el gobierno, los indicadores del sector de construcción de vivienda, las medidas adoptadas el año anterior para la productividad y el empleo. Todas estas acciones sumadas al entorno macroeconómico favorable y el mayor crecimiento mundial fundamentan el optimismo que se tiene para el 2014.

Tabla 1. Colombia: Indicadores

	2000	2012	2013e
<b>PIB</b>			
PIB (US\$ Millones)	94.075	369.538	377.059
Crecimiento Económico	2,9	4,0	4.2
PIB per cápita (US\$)	2.385	7.933	8.002
<b>Comercio Exterior</b>			
Exportaciones (US\$ Millones)	13.158	60.667	58.542
Industriales (US\$ Millones)	7.034	23.652	10.511
Importaciones (US\$ Millones)	11.539	58.632	58.615
Reservas Internacionales	9.004	37.467	43.600
<b>Inversión</b>			
Inversión (% del PIB) p. constantes	14,5	27,7	28,3
IED (US\$ Millones)	2.436	15.823	15.000
<b>Deuda (% del PIB)</b>			
Deuda Externa Total (% del PIB)	36,3	21,7	22,6
Deuda SPNF (neta de activos financieros)	31,6	25,1	24,7
<b>Entorno Macroeconómico</b>			
Inflación	8,8	2,4	1,8
Interés de captación (promedio)	12,1	5,4	4,1
<b>Mercado Laboral</b>			
Tasa de Desempleo (fin de período)	16,7	9,6	7,8
<b>Indicadores Sociales</b>			
Afiliados Salud (miles)	22.756	42.439	
Tasa de pobreza	55,0	32,7	
Índice de Gini	0,570	0,540	

Fuente: ANDI. Colombia: Balance 2013 y perspectivas 2014

Estas circunstancias resultan favorables para el negocio aquí propuesto principalmente por el dinamismo que se ha observado en el sector construcción entre el año 2000 y el 2012 donde el crecimiento promedio ha sido de 7,4%. Así mismo en el 2013 continuó el buen comportamiento del sector creciendo el 10,8% durante los primeros 3 trimestres. Este indicador resulta muy esperanzador no solo porque históricamente el comportamiento del PIB colombiano se ha visto jalonado por el comportamiento del sector de la construcción; sino también porque para el tipo de negocio propuesto, el aumento en la construcción representan un mayor gasto en servicios asociados a la vivienda entre los que se encuentran los de reparación y mantenimiento

## **5.2. MACROENTORNO POLÍTICO**

El 2014 es un año de elecciones presidenciales en Colombia en el cual existía una gran incertidumbre sobre cuál sería el resultado de la elección. El debate electoral se centró en el actual proceso de paz con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Finalmente los colombianos reeligieron al presidente Juan Manuel Santos en la que fue una de las campañas con mayor polarización política en la historia reciente del país.

La continuidad en el gobierno de Santos representa una prolongación en su compromiso con la estabilidad fiscal. El balance fiscal de 2013 sigue estando alineado con los objetivos de mediano plazo de consolidación fiscal del país. El déficit fiscal del Gobierno Central casi no registró cambios, llegando a 2,3 por ciento del PIB, menos que el 2,4 por ciento de 2013 y en línea con la norma presupuestaria. La deuda pública general se redujo de 32,6 por ciento del PIB en 2012 a 32,3 por ciento en 2013.

En asuntos de política exterior y de relaciones internacionales, la distensión de las relaciones con los vecinos y en particular con Venezuela ha sido uno de los logros

más distinguidos del gobierno de Juan Manuel Santos. Con su reelección se presume la continuidad en las buenas relaciones con nuestros vecinos. Según el Ministerio de Relaciones Exteriores, 2013 sirvió para que Colombia, fortaleciera, su relación con los países del hemisferio gracias a que en el plano internacional, Colombia se presentó como un jugador emergente y exitoso. Se alcanzaron logros destacados con países vecinos como Ecuador y Venezuela; Brasil se constituyó en un socio estratégico para Colombia en el desarrollo de proyectos de agricultura familiar; se impulsó la diversificación en los vínculos con socios tradicionales como Estados Unidos y Canadá y se impulsó la proyección de la política exterior hacia regiones estratégicas como Centroamérica y el Caribe.

### **5.3. MACROENTORNO SOCIAL**

Aunque aún tenemos grandes retos, el cambio que ha tenido Colombia en materia laboral en la última década es sustancial. En los últimos años el país ha presentado avances importantes en esta materia, los cuales se traducen en una significativa mejoría en sus indicadores. En mayo 2014, la tasa de desempleo fue de 8,8%; 0,6 puntos porcentuales por debajo de la observada hace un año. En total 418 mil personas más se ocuparon en el trimestre marzo - mayo de 2014. Y en 18 de las 23 ciudades de Colombia se redujo la tasa de desempleo. Si bien se han presentado logros en la reducción de la tasa de desempleo, aún tenemos la tasa más alta de la región. Países como Ecuador y México fueron los que obtuvieron las tasas más bajas 2013, con tasas inferiores al 5%.

Los indicadores sociales de Colombia, muestran también un gran avance durante los últimos años. La tasa de pobreza ha disminuido casi 20 puntos en la última década, alcanzando valores de 32,7% en 2012, cuando en 2002, esta cifra ascendía a casi un 50% de la población. Asimismo, la población por debajo de la línea de pobreza extrema pasó de 17,7% en 2002, a 10,4% en 2012. La desigualdad también ha presentado avances en los últimos años; el Coeficiente de Gini, pasó de 0,57 en

2002, a 0,54 en 2012, situando a Colombia como uno de los países de América Latina que más ha reducido este índice en los últimos años.

En Colombia se cuenta con una estratificación socio-económica que se entiende como la clasificación de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. De esta manera, quienes tienen más capacidad económica pagan más por los servicios públicos y contribuyen para que los estratos bajos puedan pagar sus tarifas.

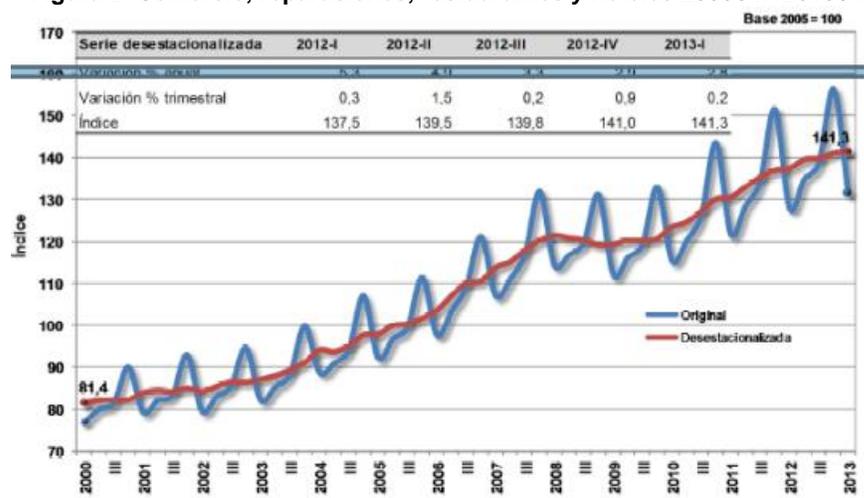
Los estratos en los que se clasifican las viviendas son 6 y se denominan así: 1. Bajo-bajo; 2. Bajo; 3. Medio-bajo; 4. Medio; 5. Medio-alto y 6. Alto.

Esta estratificación es realizada por la alcaldía, para el caso de Bucaramanga de acuerdo con información obtenida por medio de la empresa prestadora de energía eléctrica, hay aproximadamente 14.565 viviendas estrato 1, 24.971 viviendas estrato 2, 47.119 viviendas estrato 3, 51.273 viviendas estrato 4, 7.181 viviendas estrato 5 y 12.597 viviendas estrato 6.

#### **5.4. MICROENTORNO**

El sector comercio, reparaciones, restaurantes y hoteles es un sector intermedio en cuanto a su participación dentro del PIB representando un poco más del 11%. En el primer trimestre de 2013 comparado con el mismo periodo del año anterior, este presentó un aumento en 2,8%, debido al crecimiento en la producción de los servicios de comercio en 2,8%, de los servicios de reparación en 2,5% y de los servicios de hotelería y restaurantes en 3,5% (Ver Figura 2).

**Figura 2 Comercio, reparaciones, restaurantes y hoteles 2000 / I - 2013 / I**



Fuente: DANE – Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

#### 5.4.1. Clasificación CIU

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas. Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que pueden utilizarse para la recopilación y presentación de informes estadísticos de acuerdo con esas actividades<sup>3</sup>. Esta clasificación presenta cuatro niveles integrados entre sí: Secciones, divisiones, grupos y clases. Según esta metodología, las actividades realizadas por el negocio propuesto se pueden observar en la tabla 2.

**Tabla 2. Clasificación CIIU de actividades del negocio**

SECCIÓN	DIVISIÓN	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN DE LA CLASE
C	33	331	3312	Mantenimiento y reparación especializado de maquinaria y equipo
			3314	Mantenimiento y reparación especializado de equipo eléctrico
			3319	Mantenimiento y reparación de otros tipos de equipos y sus componentes n.c.p
F	43	432	4321	Instalaciones eléctricas

<sup>3</sup> DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas: Revisión 4 adaptada para Colombia. CIIU Rev 4. Bogotá D.C., 2012. p 7

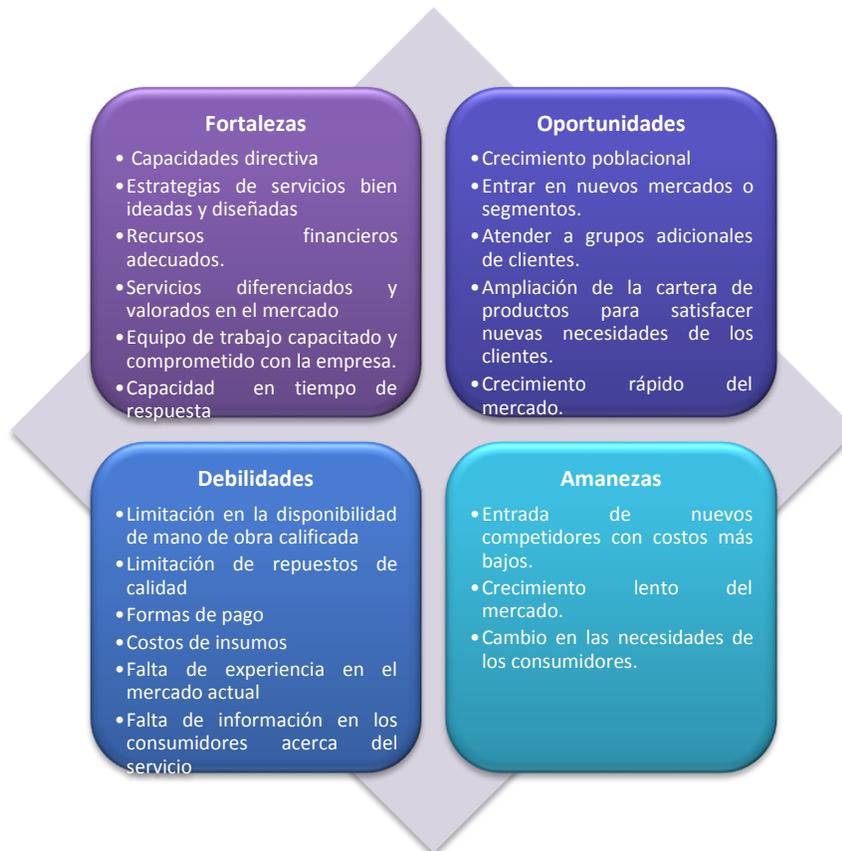
SECCIÓN	DIVISIÓN	GRUPO	CLASE	DESCRIPCIÓN DE LA CLASE
			4322	Instalaciones de fontanería, calefacción y aire acondicionado
		433	4330	Terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil
<b>S</b>	95	952	9522	Mantenimiento y reparación de aparatos y equipos domésticos y de jardinería
			9524	Reparación de muebles y accesorios para el hogar

Fuente: elaboración propia

## 5.5. ANÁLISIS DOFA

Se utiliza la herramienta de análisis DOFA para profundizar la información recolectada del macro y micro entorno. Con ella se estudian las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas a las que se enfrenta el negocio planteado en el entorno en el cual compete.

Tabla 3. Matriz Análisis DOFA



Fuente: Elaboración propia

## 5.6. DEMANDA

Los servicios a ofrecer están relacionados con actividades de mantenimiento y oficios varios requeridos por los hogares de Bucaramanga. Se identificaron los siguientes:

- Plomería
- Jardinería
- Albañilería
- Carpintería
- Pintura y estuco
- Limpieza y reparación de canales
- Pisos y enchapes
- Techos
- Pagos varios
- Realización de mercados
- Niñeras
- Lavado y limpieza de autos a domicilio
- Tutorías de tareas para primaria y bachillerato
- Preparación de almuerzos de emergencia
- Lavado de muebles
- Embalaje para trasteos
- Aseo general del hogar

La tendencia de la demanda para el servicio que ofrece la empresa tiene un comportamiento secular, ya que esta tiene poca variación en largos periodos de tiempo. El mercado objetivo del negocio son los hogares estrato 4, 5 y 6 de Bucaramanga.

## 5.7. OFERTA

Entre los sustitutos para nuestro servicio se encuentran los contratados informalmente y publicitados por voz a voz. Estos servicios no brindan ningún respaldo ni garantía al servicio y su calidad varía dependiendo de la preparación o experiencia de la persona contratada. Al contratar los servicios de esta manera se está expuesto a problemas de seguridad.

### 5.7.1. Competidores

En la ciudad de Bucaramanga encontramos competidores directos del negocio, entre los que se encuentran:

- **Doctor solución**

Figura 3 Doctor Solución



Doctor Solución es una empresa brasilera que en un solo año se convirtió en la mayor red de franquicias de reparaciones y renovaciones de Brasil y también la de más rápido crecimiento en comparación con otras marcas.

En julio de 2013 nació Doctor Solución Colombia, la primera operación internacional de la marca, que funciona a nivel local a través de una red internacional de unidades franquiciadas, con foco en el cliente final y en la uniformidad de la atención y los servicios prestados.

En Bucaramanga se encuentra funcionando desde Octubre de 2013 y presta servicios de Reparaciones y renovaciones, albañilería, electricidad, plomería y pintura, adicionalmente ofrecen kits de soluciones rápidas y kits de seguridad para niños.

La empresa realizó un convenio con el SENA en el que pretende contratar entre los años 2013 y 2014 un total de 1500 aprendices, que garanticen la calidad en la prestación del servicio.<sup>4</sup>

Doctor solución ofrece como parte de su oferta de valor calidad y limpieza en la entrega, precios competitivos con múltiple opciones de pago, 3 meses de garantía por mano de obra, red formal con profesionales capacitados, manejo de herramientas de alta tecnología, call center, pólizas de seguros e indicadores de gestión de calidad.

- **OK Home**

Figura 4 Ok Home



Es una empresa dedicada a ofrecer servicios básicos especializados de mantenimiento, remodelación, reparación e instalación para hogares, conjuntos, empresas, áreas comerciales y oficinas.

---

<sup>4</sup> Tomado de la página web de Doctor Solución. <http://www.doctorsolucion.co/>

Servicios: Ebanistería y carpintería, instalaciones, mantenimiento preventivo, cerrajería, jardinería y control de plagas, electricidad, sistemas de energía, hidrolavado, impermeabilización, telefonía y redes, pulido de pisos, pintura y acabados, remodelaciones, sistemas de seguridad y plomería. Adicionalmente ofrecen sistemas de energía, accesorios para mobiliario y sistemas para instalación y soportes<sup>5</sup>.

### **5.7.2. Proveedores**

La empresa espera obtener la mano de obra por medio de un proceso de selección subcontratado que garantice la confirmación de antecedentes y referencias. Por otra parte, se propone realizar convenios con grandes ferreterías y distribuidoras de insumos utilizados en la prestación de los servicios, de manera que se pueda obtener descuentos y mejores precios para ofrecer a nuestros clientes.

---

<sup>5</sup> Tomado de la página web de OK Home. <http://www.okhome.com.co/>

## 6. ESTUDIO DE MERCADO

La propuesta de valor de la idea de negocio se basa en que los clientes encuentren en un solo sitio la solución a todas sus necesidades en servicios de mantenimiento para su hogar u oficina con garantía de cumplimiento, respaldo y seguridad.

### 6.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Con la investigación de mercados se pretendía conocer la conformación de los hogares, los servicios utilizados y su frecuencia de contratación, los medios más comunes por los cuales se contratan los servicios, los factores más importantes que se tienen en cuenta a la hora de contratar un servicio y la disposición de contratar a nuestra empresa como proveedora de sus servicios.

Como parte de la investigación se realizó una encuesta con preguntas de selección múltiple y se aplicó por medio de correo electrónico a personas de estratos 4, 5 y 6.

El muestreo se realizó para una población infinita (71.051 hogares estrato 4, 5 y 6 de Bucaramanga). La fórmula aplicada se presenta a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

En donde,

n = Tamaño de la muestra.

P/Q = Dado que no se conoce la probabilidad de que ocurra o no ocurra el evento, se asigna valores para P igual a 0,5 y Q igual a 0,5.

Z<sup>2</sup> = Nivel de confianza del 95%.

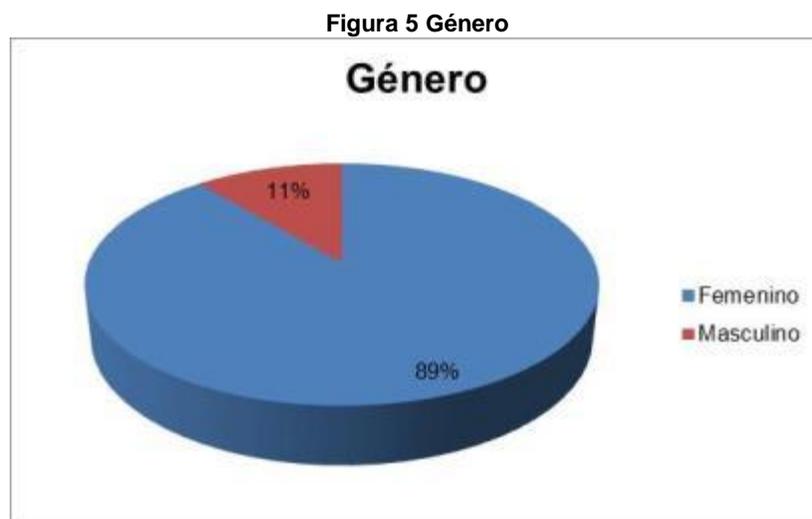
E = Margen de error del 8,3%.

El resultado del cálculo nos arroja una muestra de 138 hogares. Esta muestra se repartió proporcionalmente entre los tres estratos que componen el mercado objetivo.

El resultado de las encuestas se encuentra a continuación:

## 1. Género

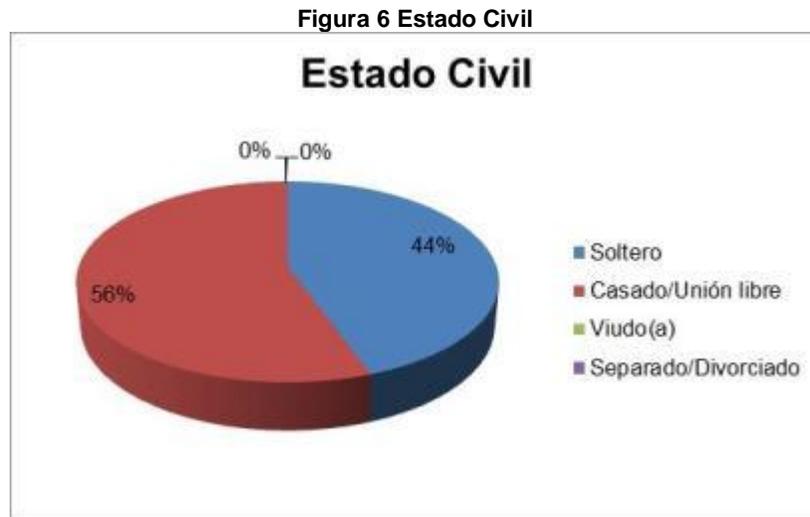
El 89% de los encuestados es de género femenino y el 11% es de género masculino.



Fuente: Propia

## 2. Estado Civil

El 56% de los encuestados se encuentra casado o en unión libre mientras que el 44% restante se encuentra soltero. Dentro de la muestra no se presentaron encuestados con estado civil viudo o separado/divorciado.

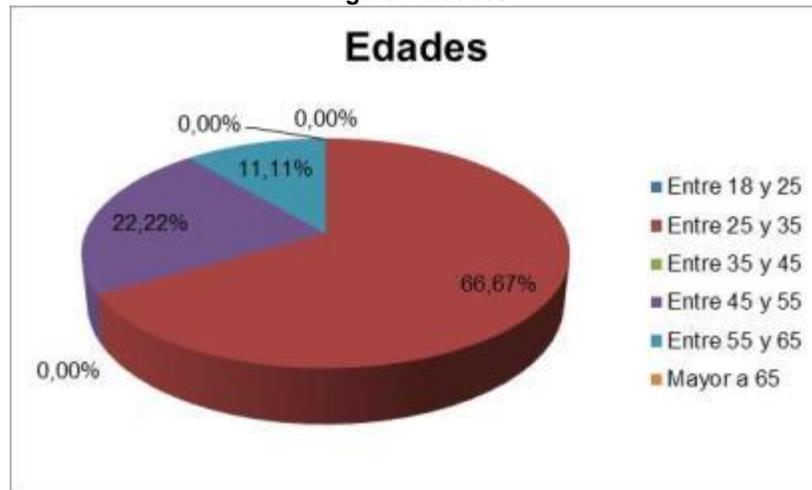


Fuente: Propia

## 3. En cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad

El 66,67% de los encuestados se encuentran en el rango de edad entre 25 y 35 años, el 22,22% en el rango entre 45 y 55 años y el 11,11% en el rango entre 55 y 65 años.

Figura 7 Edades



Fuente: Propia

#### 4. Tipo de vivienda

El 77,78% de los encuestados vive en un apartamento y el 22,22% restante vive en una casa. No se realizaron encuestas a personas que presentaran otro tipo de vivienda.

Figura 8 Tipo de vivienda



Fuente: Propia

## 5. Tipo de propiedad

Un 44,44% de los encuestados vive en una vivienda familiar, un 44,44% de los encuestados vive en una vivienda arrendada y un 11,11% de los encuestados vive en una vivienda propia.

Figura 9 Tipo de Propiedad

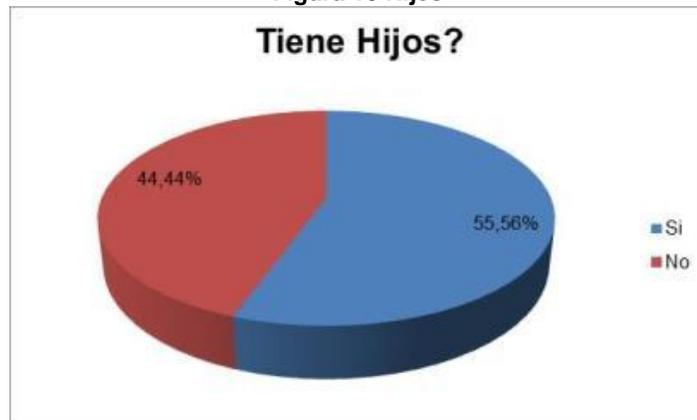


Fuente: Propia

## 6. Tiene hijos

Del total de encuestados, el 55,56% tiene hijos.

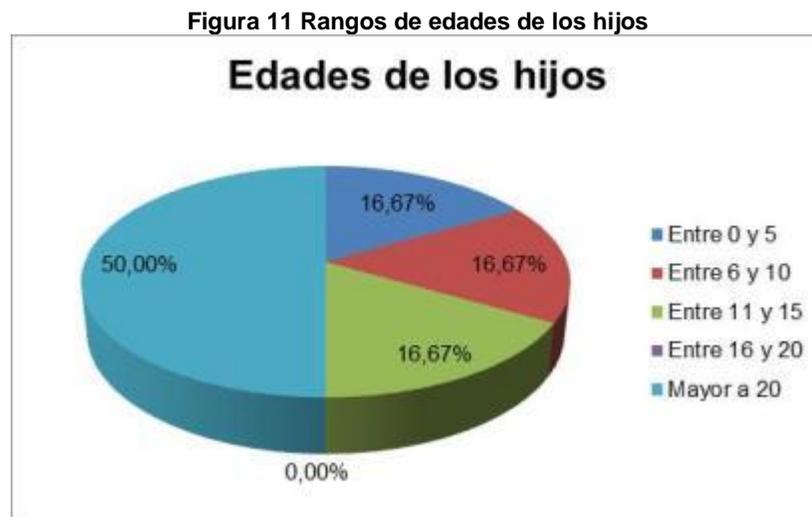
Figura 10 Hijos



Fuente: Propia

## 6.1. Edades de los hijos

Del total de encuestados con hijos, se indagaron las edades, lo que arrojó como resultado que el 50% tiene hijos con edades superiores a 20 años. El 50% restante se distribuye equitativamente entre los hijos con edades entre 0 y 15 años. En el total de la muestra no se obtuvieron resultados de hijos con edades entre 16 y 20 años.



Fuente: Propia

## 7. Personas que viven con el encuestado

En las preguntas 7 y 8 se indagó la cantidad de personas menores y mayores de edad que viven con el encuestado, lo que arrojó que en promedio viven en los hogares 0,67 menores de edad y 3,11 mayores de edad.

Figura 12 Promedio de personas que viven con el encuestado

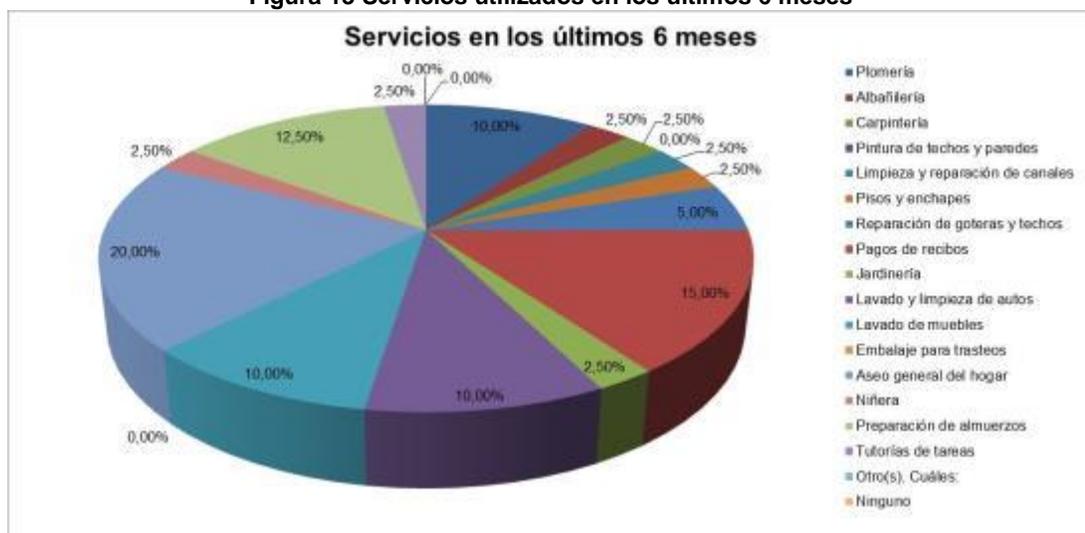


Fuente: Propia

## 8. Servicios utilizados en los últimos 6 meses

Entre los servicios más utilizados por los encuestados en los últimos 6 meses, se encuentran el aseo general del hogar, el pago de recibos, Preparación de almuerzos, plomería, lavado y limpieza de autos y lavado de muebles.

Figura 13 Servicios utilizados en los últimos 6 meses



Fuente: Propia

## 9. Frecuencia de utilización de los servicios

Para los servicios más utilizados se calculó la frecuencia de su contratación, lo que arrojó como resultado que para el servicio aseo general del hogar, el 42,86% de los encuestados lo contrata de forma diaria y el 28,57% lo contrata de forma quincenal.

Figura 14 Frecuencia de contratación de aseo general del hogar



Fuente: Propia

Para el servicio de pago de recibos, el 100% de los encuestados que seleccionaron este servicio, manifiestan que lo contratan mensualmente y para el servicio de preparación de almuerzos, el 100% de los encuestados lo contrata diariamente.

## 10. Medios por los cuales encuentra el servicio

El 54,55% de los encuestados manifestó que los servicios que contrata para su hogar los consigue por medio de las recomendaciones de amigos y un 27,27% encuentra el servicio por medio de internet.

Figura 15 Medios de información



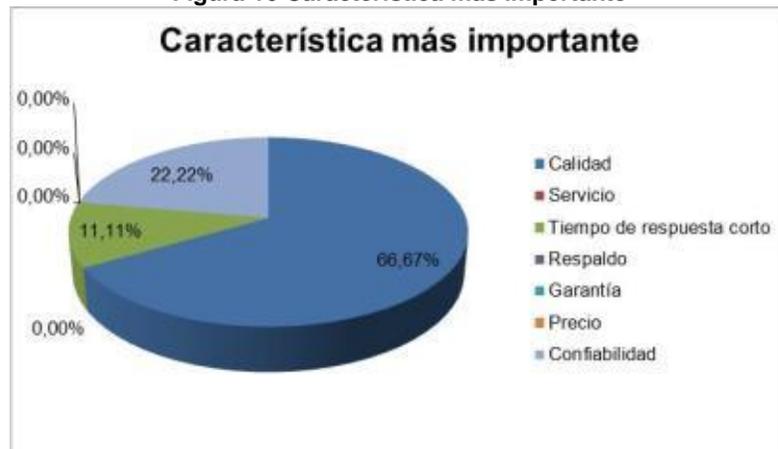
Fuente: Propia

## 11. Características importantes para contratar un servicio para el hogar

Se indagó por las características más importantes a la hora de contratar un servicio, de lo que se puede concluir que la característica más importante es la calidad con un 66,67% de los encuestados que la calificó como la más importante.

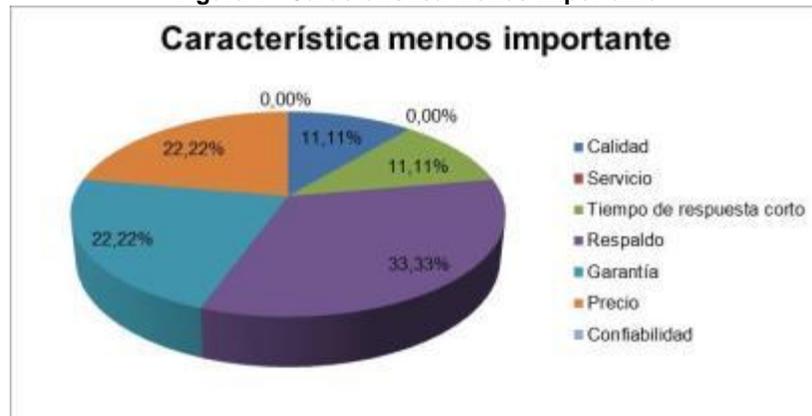
En contraste, la característica calificada como la menos importante es el respaldo con un 33,33% de los encuestados que la califica así.

Figura 16 Característica más importante



Fuente: Propia

Figura 17 Característica menos importante



Fuente: Propia

## 12. Dinero a pagar por el servicio

El 62,5% de los encuestados está dispuesto a pagar entre 20.000 y 50.000 por la prestación del servicio y un 37,5% de los encuestados está dispuesto a pagar entre 50.000 y 80.000 por la prestación del servicio.

Figura 18 Precio a pagar por el servicio



Fuente: Propia

### **13. Disposición para contratar los servicios**

Por último se preguntó si estaría dispuesto a contratar una empresa en la cual pueda encontrar todos estos servicios en un solo lugar, a lo que el 100% de los encuestados manifiesta que si estaría dispuesto.

### **6.2. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

De acuerdo con los resultados de la investigación de mercados encontramos que en Bucarmanga y su área metropolitana se cuenta con mercado para desarrollar la idea de negocio. Adicionalmente se establece que los servicios que cuentan con más demanda son el aseo general del hogar, el pago de recibos, la preparación de almuerzos y el servicio de plomería. Las características más importantes para los clientes y que se deben tener en cuenta a la hora de estructurar el negocio son la calidad, confiabilidad y el tiempo de respuesta. Se puede determinar que el precio de los servicios a prestar puede oscilar entre los 20.000 y los 80.000 pesos.

### **6.3. PROPUESTA DE VALOR**

Ofrecer a nuestros clientes servicios de reparaciones locativas, mantenimiento preventivo y correctivo y servicios generales para el hogar con altos estándares de calidad ofreciendo tiempos de respuesta adecuados de acuerdo con la necesidad y generar confianza con el fin de obtener la fidelización de nuestros clientes.

### **6.4. ESTRATEGIA DE SERVICIO**

Una estrategia de servicio toma en cuenta tres factores claves para el éxito que son: tener una visión hacia el servicio, contar con personal operativo orientado hacia el cliente y establecer sistemas basados en el trato amistoso con el cliente. La forma como interactúan estos tres factores, al actuar de manera conjunta aseguran un

servicio de alto nivel de calidad ya que en el corazón de estos 3 siempre se encuentra el cliente y sus necesidades.

#### **6.4.1. Factores en el servicio**

Para brindar calidad en el servicio se definieron los siguientes factores claves para que la relación con el cliente sea agradable y se sienta bien atendido:

- **Amabilidad:** Se debe mostrar amabilidad hacia todos los clientes tanto externos como internos. Esta cualidad estará presente en todos los trabajadores del negocio, desde el gerente hasta los operarios.
- **Ambiente agradable:** Un ambiente agradable hará que el cliente se sienta a gusto cuando visite nuestro local. Desde el trato cordial con el cliente, la decoración, el orden y el estado de la infraestructura física serán diseñadas pensando en el cliente.
- **Comodidad:** El cliente debe contar con todas las comodidades posibles, por lo cual se tendrá en cuenta el poder brindar experiencias confortables en cada momento de verdad.
- **Trato personalizado:** Para ofrecer un trato personalizado al cliente se brindarán servicios que satisfagan sus necesidades particulares.
- **Rapidez en el servicio:** Se estructuraron procesos simples y eficientes para poder atender al cliente ofreciendo tiempos de respuesta adecuados de acuerdo con la solicitud de prestación del servicio.
- **Seguridad:** El local contará con todas las medidas de seguridad posibles y los operarios contarán con los elementos de seguridad necesarios y estarán

entrenados para ejercer sus funciones de una forma segura, transmitiendo al cliente tranquilidad y confianza.

- Servicio Postventa: Una vez se haya brindado al cliente la solución que estaba buscando, se realizará un seguimiento a la satisfacción del mismo y se atenderán sus retroalimentaciones.

#### **6.4.2. Momentos de verdad**

Se presentaran principalmente 2 tipos de encuentros de servicio; vía telefónica y personales. Los encuentros telefónicos se presentan cuando un cliente llama a la línea fija del negocio o al teléfono celular del gerente. En este primer contacto se busca poder brindar información clara y completa al cliente ya que la imagen que suele formarse del negocio en este primer encuentro es difícil de modificar; este momento de verdad es definitorio para la relación. Para esto se establecerán protocolos de atención que serán socializados con todo el equipo y que buscan garantizar la orientación al cliente.

El segundo momento de verdad se presenta en el momento en que el trabajador visita la casa del cliente para prestar el servicio contratado. Este es un momento clave ya que incide en la satisfacción del usuario de manera esencial. Los trabajadores deben manejar estos momentos correctamente para no perder la confianza del cliente. Para esto se capacitara a los trabajadores en técnicas para saludar bien al cliente, escuchar al cliente y brindarle una solución.

Finalmente se presenta otro momento de verdad en la atención posventa. Después de prestado el servicio, la relación aún no se ha cerrado. Cualquier queja, reclamo, pedido de asesoramiento o contacto posterior del cliente con la empresa resulta en una nueva oportunidad para el negocio.

**Figura 19 Ciclo del servicio**



Fuente: Elaboración propia

### **6.4.3. Estrategias de marketing**

- Grupo objetivo:

El mercado objetivo son los hogares estrato 4, 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga que necesitan los servicios de mantenimiento y aseo general para el hogar que les ofrece la empresa, debido a que por sus ocupaciones laborales no cuentan con el tiempo requerido para el desarrollo de estas actividades.

- Producto:

Servicio de emergencia: corresponde a los servicios que se prestaran en un tiempo de respuesta inferior a 1 hora. Incluye servicios de: Plomería, Albañilería, Limpieza y reparación de canales, Oficios varios, Pagos varios, Preparación de almuerzos de emergencia, Niñeras.

Servicios para el día: corresponde a los servicios que se programaran para ser atendidos en el transcurso del día en el que son solicitados. Incluye servicios de: Albañilería, Jardinería, Carpintería, Pintura y estuco, Limpieza y reparación de canales, Oficios varios, Pagos varios, Realización de mercados, Preparación de almuerzos, Aseo general del hogar, Niñeras, Tutorías de tareas para primaria y bachillerato, Lavado y limpieza de autos a domicilio.

Servicio programado: corresponde a los servicios que se programaran para ser atendidos en una fecha posterior a la que son solicitados. Incluye servicios de: Albañilería, Jardinería, Carpintería, Pintura y estuco, Limpieza y reparación de canales, Pisos y enchapes, Techos, Oficios varios, Pagos varios, Realización de mercados, Preparación de almuerzos, Aseo general del hogar, Niñeras, Tutorías de tareas para primaria y bachillerato, Embalaje para trasteos, Lavado y limpieza de autos a domicilio

- Precio:

Para los tipos de servicios anteriormente definidos se estableció una estrategia de precios diferenciada según el tiempo de respuesta que se ofrece al cliente así:

Tabla 4. Estrategia de precios

	Año 1
Servicio de emergencia	\$60.000
Servicio para el día	\$45.000
Servicio programado	\$30.000

Fuente: Elaboración propia

- Plaza:

Se contará con una oficina donde se atenderán los clientes. Una vez se solicite un servicio por parte de un cliente ya sea de forma telefónica o en la oficina, el servicio será prestado en el lugar donde lo solicitó el cliente (hogar). El trabajador asignado se desplazará en moto para lo cual se incluirá un auxilio de rodaje a cada operario en su salario

- Publicidad:

Se pretende dar a conocer los servicios ofrecidos por medio de publicidad en periódico de circulación local, redes sociales, emailing informativo y la creación de una página web en la cual se encuentre toda la información de la empresa y una herramienta para solicitar cotizaciones y la prestación del servicio.

En la contratación de empleados se tendrá en cuenta inicialmente si tiene o no un medio de transporte propio, preferiblemente una motocicleta con el fin de adaptar a esta una caja que le permita al trabajador movilizar las herramientas en caso de ser necesario. Esta caja llevará toda la información de la empresa de una forma resumida pero completa.

Se pretende también generar alianzas con empresas como las aseguradoras que como parte de sus servicios ofrecen reparaciones locativas menores pero son subcontratadas, de manera que se pueda ofrecer un precio competitivo a los clientes y seguridad de nuestros empleados al transportarse entre los diferentes lugares de trabajo.

#### **6.4.4. Imagen Institucional**

En cuanto a la identidad, se realizó el diseño de un logotipo que representa el concepto del negocio.

Este logotipo combina colores llamativos con imágenes alusivas a las herramientas utilizadas para la prestación de los servicios. La legibilidad de la letra pretende facilitar que este quede grabado en la mente de los potenciales clientes.

**Figura 20 Imagen institucional**



En cuanto al nombre se escogió uno que encierre el concepto de prestación de servicios con el mercado objetivo que son los hogares generando recordación para un fácil posicionamiento en el mercado.

El slogan diseñado está acorde con la propuesta de valor en sus aspectos de calidad, eficiencia y tiempos de respuesta adecuados, transmitiendo a los clientes confianza y compromiso con sus necesidades.

## 6.5. PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

En el plan de introducción al Mercado se estableció un cronograma para los primeros 12 meses de operación, así:

Tabla 5. Plan de introducción al mercado

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES												
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Diseño imagen institucional	X											
Plataforma web y redes sociales	X			X			X			X		
Visita a clientes y entrega de material publicitario	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Anuncios en prensa escrita	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
E-mail informativo a clientes actuales y potenciales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Fuente: Elaboración propia

Para el desarrollo de estas actividades se destinará un presupuesto de \$4.800.000, distribuido así:

Tabla 6. Costos plan de introducción

COSTOS ESTIMADOS ACTIVIDADES DE MERCADEO												
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Compra de volantes, tarjetas de presentación.	\$500	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$200	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Visita a clientes	\$200	\$150	\$100	\$100	\$100	\$100	\$50	\$100	\$50	\$50	\$50	\$100
E-mail	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Publicidad en prensa escrita	\$250	\$150	\$150	\$150	\$200	\$150	\$150	\$150	\$150	\$250	\$150	\$150

COSTOS ESTIMADOS ACTIVIDADES DE MERCADEO												
Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Dotación para empleados con publicidad de la empresa	\$300	\$0	\$0	\$0	\$300	\$0	\$0	\$0	\$300	\$0	\$0	\$0
<b>TOTAL</b>	<b>\$1,550</b>	<b>\$300</b>	<b>\$250</b>	<b>\$250</b>	<b>\$600</b>	<b>\$250</b>	<b>\$400</b>	<b>\$250</b>	<b>\$500</b>	<b>\$300</b>	<b>\$200</b>	<b>\$250</b>

Fuente: Elaboración propia

## 6.6. RESULTADOS ESPERADOS EN VENTAS

Se elaboró un plan de ventas mes a mes para el primer año de operación y se realizó la proyección anual para los siguientes 2 años. Dentro del modelo se incluyeron ingresos por tipo de servicio (emergencia, para el día o programado) con valores por hora diferenciados. Durante el primer año en las fases de introducción y posicionamiento, se alcanzaran ventas por \$167.940.000 tal como se observa en la Tabla 7.

**Tabla 7. Resultados esperados en ventas año 1 (\$ en miles de pesos)**

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total año
Servicio emergencia	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60	\$60
Cantidad emergencia	41	47	47	57	57	69	69	81	81	93	93	94	829
Ingresos servicios emergencias	\$2,460	\$2,820	\$2,820	\$3,420	\$3,420	\$4,140	\$4,140	\$4,860	\$4,860	\$5,580	\$5,580	\$6,640	\$49,740
Servicio día	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45	\$45
Cantidad día	60	73	85	96	97	98	108	107	125	120	135	140	1,244
Ingresos servicios para el día	\$2,700	\$3,285	\$3,825	\$4,320	\$4,365	\$4,410	\$4,860	\$4,815	\$5,625	\$5,400	\$6,075	\$6,300	\$55,980
Servicio programado	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
Cantidad programado	121	132	132	155	157	156	181	179	184	222	228	227	2074
Ingresos servicios programados	\$3,630	\$3,960	\$3,960	\$4,650	\$4,710	\$4,680	\$5,430	\$5,370	\$5,520	\$6,660	\$6,840	\$6,810	\$62,220
<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>\$8,790</b>	<b>\$10,065</b>	<b>\$10,605</b>	<b>\$12,390</b>	<b>\$12,495</b>	<b>\$13,230</b>	<b>\$14,430</b>	<b>\$15,045</b>	<b>\$16,005</b>	<b>\$17,640</b>	<b>\$18,495</b>	<b>\$19,750</b>	<b>\$167,940</b>

Fuente: Elaboración propia

Para los siguientes años se realizó una proyección de las ventas con un crecimiento del 20% para el año 2 y 3 (momento en el que las ventas se estabilizan). Los precios para cada año aumentan sujetos a la inflación proyectada del 3%. Para el año 3 se alcanzarán unos ingresos por ventas de \$256.561.266 (ver Tabla 8).

**Tabla 8. Resultados esperados en ventas 3 primeros años (\$ en miles de pesos)**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Servicio emergencia	\$60	\$61.8	\$64
Cantidad emergencia	829	995	1194
Ingresos servicios emergencias	\$49.740	\$61.478	\$75.987
Servicio día	\$45	\$46	\$48
Cantidad día	1244	1493	1791
Ingresos servicios para el día	\$55.980	\$69.191	\$85.520
Servicio programado	\$30	\$31	\$32
Cantidad programado	2074	2489	2987
Ingresos servicios programados	\$62.220	\$76,903	\$95.053
<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>\$167.940</b>	<b>\$207.573</b>	<b>\$256.561</b>

Fuente: elaboración propia

## **7. ESTUDIO TÉCNICO**

### **7.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA**

El tamaño de la empresa responde al comportamiento existente entre la dimensión del mercado y la capacidad de atenderlo, según los recursos disponibles, así mismo se tienen en cuenta los resultados de la investigación de mercados.

#### **7.1.1. Mano de obra**

De esta manera se determina que se requiere la contratación de un Gerente, un Auxiliar Administrativo, un Psicólogo y 3 operarios, la contratación del psicólogo será por medio de una orden de prestación de servicios, pues sólo se requerirá para los momentos de contratación de los operarios.

Inicialmente, la jornada laboral será de ocho horas diarias de lunes a viernes y 6 horas laborales los sábados. Se proyecta ampliar el horario de atención a partir del primer año de funcionamiento con el objetivo de atender un mayor mercado, principalmente los servicios de emergencia.

En cuanto a la planta de personal, se proyecta un crecimiento en 2 operarios cada 6 meses, o de acuerdo con el crecimiento en la demanda.

#### **7.1.2. Herramientas e Insumos**

Algunas de las herramientas a adquirir para la prestación de los servicios, se encuentran consignadas en la Tabla 9. Por otro lado, los insumos a utilizar en los servicios serán adquiridos en el momento en que se requieran.

Tabla 9. Herramientas a utilizar en los servicios

SERVICIO	HERRAMIENTA	SERVICIO	HERRAMIENTA	
Plomería	Taladro de tambor	Jardinería	Pala	
	Taladro de inodoro		Tijeras de poda	
	Desatascador de inodoro		Rastrillo	
	Desatascador de copa		Azadón	
	Llave inglesa ajustable para tuberías		Horquilla	
	Empaques de grifo y arandelas		Carretilla de jardín plegable	
	Cortador de tubería		Escoba	
Albañilería	Paletas		Escarificador	
	Nivel		Cortacésped	
	Plomada		Fumigadora	
	Pica		Manguera	
	Pisón de mano		Carpintería	Sierra de calar
	Maza			Lijadora eléctrica
	Cortafierros			Martillo
	Hachuela	Serrucho		
	Llanas	Flexómetro		
Corta cerámica	Escuadra			
Pintura y estuco	Escaleras	Berbiquí		
	Rodillos	Taladro		
	Brochas	Buril		
	Soplete	Barrena		

Fuente: Elaboración propia

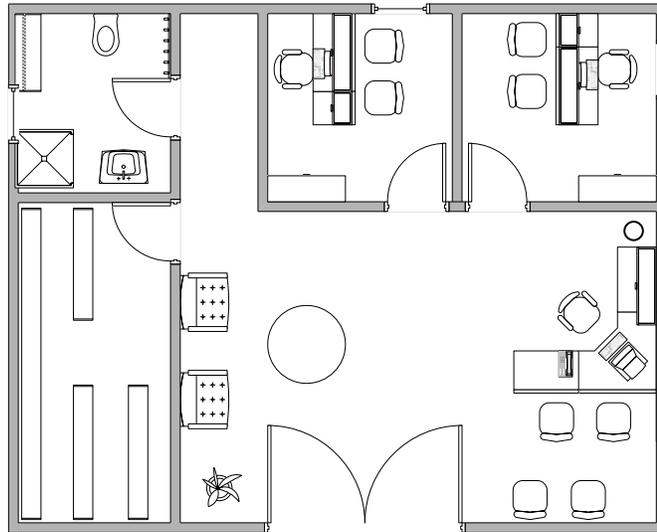
### 7.1.3. Localización

La sede de la empresa estará ubicada en la ciudad de Bucaramanga en un sector comercial de fácil acceso y movilidad de las herramientas.

Para el funcionamiento se requiere, un local comercial u oficina que tenga espacio para recepción, dos oficinas, sala de espera y bodega para almacenar los insumos

y equipos a utilizar en la operación. El tamaño estimado es de mínimo 60 m<sup>2</sup>. En la Figura 21 se observa la distribución proyectada de las instalaciones.

**Figura 21 Plano oficina**



Fuente: Elaboración propia

## 7.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 7.2.1. Ficha técnica del servicio

En la Tabla 10 se presenta la ficha técnica del servicio a ofrecer por Servihogar:

**Tabla 10. Ficha técnica del servicio**

SERVICIOS	ESPECIFICACIONES
<b>Diseño</b>	Proyecto de prestación de servicios para el hogar con el fin de satisfacer las necesidades de servicios integrales en áreas de limpieza, servicio doméstico y reparaciones locativas de los hogares de Bucaramanga y su Área Metropolitana.
<b>Especificaciones técnicas</b>	Se ofrecen los siguientes servicios <b>Reparaciones locativas</b> <b>Definición:</b> "Se entiende por reparaciones o mejoras locativas aquellas obras que tienen como finalidad mantener el inmueble en las debidas condiciones de higiene y ornato

SERVICIOS	ESPECIFICACIONES
	sin afectar su estructura portante, su distribución interior, sus características funcionales, formales y/o volumétricas." <sup>6</sup>
<b>Especificaciones técnicas</b>	<p><b>Plomería:</b> Consiste en instalar, mantener y reparar las redes de tuberías para el abastecimiento de agua potable y evacuación de aguas residuales, así como la instalación de calefacción en edificaciones.</p> <p><b>Albañilería:</b> Construir o reparar estructuras de materiales como piedra, ladrillo, cal, yeso, cemento u otros materiales semejantes.</p> <p><b>Jardinería:</b> Cuidar, diseñar y cultivar un jardín.</p> <p><b>Carpintería:</b> Arte de trabajar la madera para construir, instalar y mantener edificios, muebles y otros objetos.</p> <p><b>Pintura y estuco:</b> Se denomina de esta manera al mejoramiento que se realiza a interiores y exteriores de los hogares.</p> <p><b>Limpieza y reparación de canales:</b> Evitar las goteras y taponamientos en los canales que permitan que el agua lluvia de las vertientes del techo sea conducida hacia las bajadas, evitando la acumulación que produce humedad y filtraciones.</p> <p><b>Pisos y enchapes:</b> Se denomina enchape al recubrimiento que se aplica a muros, escaleras, columnas, vigas y pisos para dar durabilidad y resistencia, este recubrimiento se puede realizar en materiales como cerámica, piedras naturales y artificiales y maderas entre otros.</p> <p><b>Techos:</b> Reparación de goteras, filtraciones y humedad en los techos.</p>

<sup>6</sup> Definición incluida en el Artículo 10 del decreto 1469 de 2010. Por el cual se reglamentan las disposiciones relativas a las licencias urbanísticas; al reconocimiento de edificaciones; a la función pública que desempeñan los curadores urbanos y se expiden otras disposiciones.

SERVICIOS	ESPECIFICACIONES
	<p><b>Oficios varios</b>  <b>Definición:</b> La realización de labores en el hogar con el objetivo de garantizar el buen funcionamiento del mismo.  <b>Pagos varios:</b> Realizar los pagos de servicios adquiridos en el hogar.  <b>Realización de mercados:</b> Por medio de una lista entregada se realiza la compra del mercado requerido.  <b>Preparación de almuerzos de emergencia:</b> En momentos en que por diversas razones no se cuenta con el tiempo o disponibilidad para la preparación de esta comida.  <b>Aseo general del hogar:</b> Realización de labores de limpieza al interior de los hogares.  <b>Niñeras:</b> Cuidado y atención de niños.  <b>Tutorías de tareas para primaria y bachillerato:</b> Acompañamiento en la realización de tareas y trabajos para niños y jóvenes.</p>
<p><b>Especificaciones técnicas</b></p>	<p><b>Embalaje para trasteos:</b> Guardar y almacenar temporalmente y en condiciones adecuadas para el transporte, los muebles, enseres y demás elementos de los hogares, garantizando la optimización de espacios y orden al desembalar.  <b>Lavado y limpieza de autos a domicilio:</b> Lavado exterior de autos por medio de máquina ecológica diseñada para este fin.</p>

Fuente: Elaboración propia

### 7.2.2. Descripción técnica del proceso

La atención de los servicios en Servihogar es realizada por el Auxiliar Administrativo ya sea por teléfono, correo electrónico o página de internet.

Una vez se recibe la solicitud, se clasifica entre una de las categorías: emergencia, para el día y programado, concertando con el cliente fecha y hora de atención del servicio así como el costo del mismo, informando que los insumos requeridos serán facturados por separado. Así mismo se deberá informar el nombre de la persona asignada para el servicio y las medidas de seguridad a tomar para evitar la suplantación.

Al realizar la consulta de agenda se debe tener cuidado con la ubicación de los servicios que se encuentran en horarios adyacentes para evitar la inoportuna atención al cliente.

El Auxiliar Administrativo informa diariamente los servicios asignados a cada uno de los operarios, dejando a cada uno por lo menos una hora diaria libre en diferentes momentos para atender los servicios de emergencia que puedan presentarse en el transcurso del día.

Una vez informados los servicios a realizar, cada uno de los operarios debe tomar del almacén las herramientas e insumos requeridos y empezar su recorrido de trabajo. Se tiene estimado un tiempo de duración para cada una de las actividades, por lo cual cada operario debe optimizar su tiempo.

Cada uno de los operarios cuenta con una moto con remolque para transportar las herramientas e insumos necesarios.

Al llegar al lugar de prestación del servicio se deba hacer una evaluación con el objetivo de determinar lo que se requerirá, en caso de no contar con insumos, puede solicitarlos en las empresas con las que se tiene convenio o en un almacén escogido por el cliente.

Al finalizar la prestación del servicio el operario debe elaborar la factura por el servicio y los insumos consumidos y cobrar el dinero respectivo.

Todos los servicios prestados se deben realizar teniendo en cuenta las medidas de seguridad industrial, utilizando los elementos de protección personal suministrados y asegurando la zona de trabajo. Todo incidente o accidente de trabajo se debe reportar al Auxiliar Administrativo en el momento en que ocurra.

El servicio debe ser prestado con altos estándares de calidad dejando siempre el lugar de trabajo limpio y en condiciones óptimas. Servihogar responde por los inconvenientes presentados o daños ocasionados por alguno de los operarios, siempre y cuando sean realizados sin intención, de lo contrario la responsabilidad es del operario quien debe solucionar la situación presentada.

## **8. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

La filosofía de la empresa se definió con aspectos concretos, claros; de manera que resultaran de fácil conocimiento y entendimiento por parte de los clientes tanto internos como externos de la empresa.

### **8.1. MISION**

Servihogar, tiene como misión suministrar soluciones a las necesidades de servicios en general para el hogar, contando con personal idóneo y capacitado que permite garantizar confianza y responsabilidad; con una ágil capacidad de respuesta ante cada solicitud.

### **8.2. VISION**

Servihogar se consolidará en el año 2019 como una empresa líder en el mercado de prestación de servicios para los hogares de Bucaramanga, con calidad, responsabilidad y eficiencia.

### **8.3. OBJETIVOS**

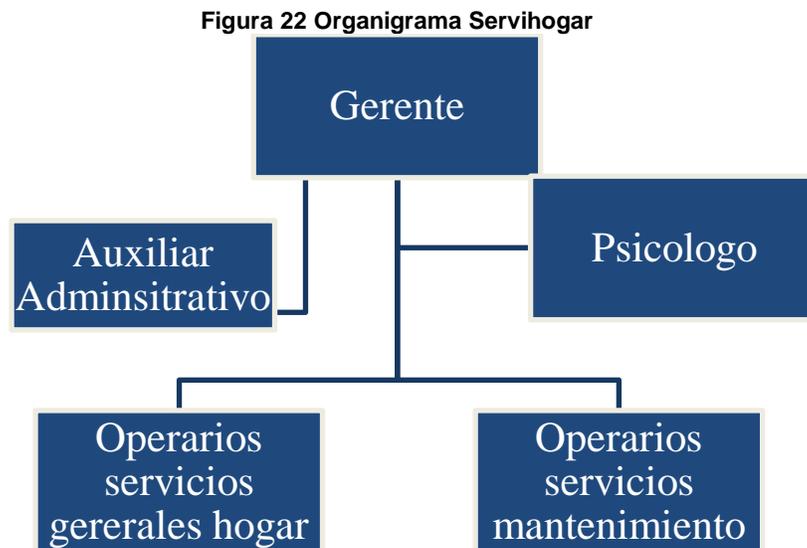
- Ofrecer a los clientes el servicio integral de soluciones en servicios para el hogar en Bucaramanga, contando con la logística necesaria para generar un alto grado de confianza.
- Alcanzar la máxima calidad y excelencia en todas las actividades.
- Respetar a los clientes, trabajadores, proveedores y a la comunidad dentro de la cual opera la empresa.
- Construir una organización productiva, eficiente y efectiva, con el propósito que todos sus miembros obtengan el mayor beneficio.

## 8.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se diseñó un organigrama funcional con el fin de agrupar las funciones y responsabilidades que se requieren para el funcionamiento de Servihogar, así mismo, se realizó una estructura organizacional que buscó la mejora de la comunicación interna entre las distintas áreas. De esta manera se logra la consecución de niveles superiores de eficiencia y coordinación.

### 8.4.1. Organigrama

La estructura organizacional de Servihogar, se basó en dos principios básicos: Simple y eficiente (ver Figura 22). El éxito de esta estructura organizacional radica en ofrecer a todos los integrantes de la misma una base de acción lo más sencilla y fácil de seguir, para que los restantes flujos de procesos sean llevados a cabo sin mayores complicaciones. El otro aspecto determinante de Servihogar, es la eficiencia de la misma, lo cual significa la optimización de los recursos humanos disponibles, al asignarles tareas específicas y exigirles resultados en períodos de tiempo determinados.



Fuente: Elaboración propia

## 8.4.2. Descripción de funciones y perfil del cargo

En los siguientes cuadros se presenta la descripción y el perfil de los cargos correspondientes al organigrama de ServiHogar.

Tabla 11. Funciones y perfil del cargo Gerente

	
<b>FORMATO DE PERFIL DE CARGO</b>	
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
DENOMINACIÓN: <u>GERENTE</u>	No. DE CARGOS: <u>1</u>
NIVEL: <u>ESTRATÉGICO</u>	
<b>PERFIL:</b>	
Profesional en Administración de empresas, Ingeniería Industrial, Gestor Empresarial o Economista Experiencia mínima de un año en cargos de manejo de departamento comercial. Persona con alto sentido de responsabilidad en el manejo de clientes, proveedores,	
<b>2. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar las actividades de planeación, organización y control de las labores administrativas y comerciales en la empresa, de modo que permita cumplir con cada uno de sus objetivos.</li> <li>- Representar a la empresa</li> <li>- Fijar políticas generales de administración</li> <li>- Coordinar y dirigir las funciones de las diferentes áreas</li> <li>- Responsable por el manejo organizacional, administrativo, financiero y jurídico de la empresa</li> <li>- Determinar precios de los servicios a prestar</li> <li>- Preparar documentación comercial y de promoción de servicios (catálogos)</li> <li>- Llevar a cabo estrategias, planes y programas para el cumplimiento de las metas</li> <li>- Dirigir y administrar los bienes y recursos de la empresa</li> <li>- Realizar estudios de nuevos mercados</li> <li>- Presentar informes a los socios</li> </ul>	
<b>3. COMPETENCIAS</b>	
Se requiere de una persona que tenga capacidad de: adaptación, análisis, aprendizaje, asertividad, autocontrol, autonomía, creatividad, delegación, dinamismo, flexibilidad, independencia, iniciativa, integridad, juicio, liderazgo, negociación y conciliación.	
<b>4. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES</b>	
<b>CARGA FÍSICA:</b> Motricidad, destreza manual, velocidad de reacción	
<b>CARGA MENTAL:</b> Recibir información oral y escrita, producir información oral y escrita, análisis de información, emitir respuestas rápidas, atención, concentración, habilidad para solucionar problemas, percepción causa-efecto, valoración de la realidad	
<b>SENSOPERCEPCIÓN:</b> Percepción visual, percepción auditiva, discriminación de detalles, planificación motora.	

Tabla 12. Funciones y perfil del cargo Auxiliar Administrativo

	
<b>FORMATO DE PERFIL DE CARGO</b>	
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
DENOMINACIÓN:	<u>AUXILIAR ADMINISTRATIVA</u> No. DE CARGOS: <u>1</u>
NIVEL:	<u>TACTICO</u>
<b>PERFIL:</b>	
Certificado de aptitud profesional del SENA Dos años en labores de recepción, secretaría y contabilidad	
<b>2. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Manejo de correspondencia</li> <li>-Auxiliar en actividades administrativas</li> <li>-Recepcionista de clientes y proveedores</li> <li>- Custodiar el manejo de la caja menos de acuerdo a las normas y procesos establecidos para tal función</li> <li>-Recibir llamadas telefónicas, para tener informados a los jefes de los compromisos y demás asuntos.</li> <li>-Mantener actualizados los archivos físicos y en base de datos, sobre la información que se genera, clasificándolas ordenadamente</li> <li>- Ejecución en la parte contable, manejo de libros y registros con respecto a su objeto social</li> <li>-Elaborar documentos contables, órdenes de pedido, facturas y requisiciones de los</li> <li>-Directorio de proveedores</li> <li>-Directorio de clientes</li> <li>-Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato</li> </ul>	
<b>3. COMPETENCIAS</b>	
Se requiere de una persona que tenga capacidad de: adaptación, análisis, aprendizaje, autocontrol, autonomía, dinamismo, flexibilidad, iniciativa, integridad, juicio, liderazgo, negociación y conciliación.	
<b>4. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES</b>	
<b>CARGA FÍSICA:</b> Motricidad, destreza manual, velocidad de reacción	
<b>CARGA MENTAL:</b> Recibir información oral y escrita, producir información oral y escrita, análisis de información, emitir respuestas rápidas, atención, concentración, habilidad para solucionar problemas, percepción causa-efecto, valoración de la realidad	
<b>SENSOPERCEPCIÓN:</b> Percepción visual, percepción auditiva, discriminación de detalles, planificación motora.	

Tabla 13. Funciones y perfil del cargo Psicólogo

	
<b>FORMATO DE PERFIL DE CARGO</b>	
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
DENOMINACIÓN: <u>PSICOLOGO</u>	No. DE CARGOS: <u>1</u>
NIVEL: <u>TÁCTICO</u>	
<b>PERFIL:</b>	
Psicologo	
Experiencia certificada mínima de dos años	
<b>2. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirigir los procesos de selección de personal en función de la planificación de los recursos humanos establecida, determinando los criterios adecuados para su ejecución</li> <li>-Análisis de las necesidades de personal             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Determinación de los requerimientos de los puestos de trabajo en cuanto a habilidades y destrezas, aptitudes, actitudes, motivación, personalidad, formación, conocimientos específicos y nivel de experiencia requerido</li> <li>-Reclutamiento de candidaturas acordes al perfil de requerimientos</li> <li>- Determinación de criterios de evaluación en función de los requerimientos del puesto de trabajo</li> <li>-Evaluación del nivel de adecuación de las personas candidatas al perfil requerido por el puesto</li> <li>-Realizar evaluaciones de personal y entrevistas de selección</li> <li>- Proponer o decidir la contratación de personal, de naturaleza directiva, táctica u operativa.</li> <li>-Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato</li> </ul> </li> </ul>	
<b>3. COMPETENCIAS</b>	
Se requiere de una persona que tenga: capacidad de escucha, habilidades sociales, de comunicación, de negociación, pedagógicas, comprensión de la dinámica de grupo, capacidad de trabajar en equipo y coordinar grupos de trabajo, capacidad de observación	
<b>4. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES</b>	
<b>CARGA FÍSICA:</b> Motricidad, destreza manual, velocidad de reacción	
<b>CARGA MENTAL:</b> Recibir información oral y escrita, producir información oral y escrita, análisis de información, emitir respuestas rápidas, atención, concentración, habilidad para solucionar problemas, percepción causa-efecto, valoración de la realidad	
<b>SENSOPERCEPCIÓN:</b> Percepción visual, percepción auditiva, discriminación de detalles, planificación motora.	

**Tabla 14. Funciones y perfil del cargo Operario Servicios Generales**

	
<b>FORMATO DE PERFIL DE CARGO</b>	
<b>1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</b>	
DENOMINACIÓN:	<u>OPERARIO SERV GENERALES</u> No. DE CARGOS: <u>1</u>
NIVEL:	<u>OPERATIVO</u>
<b>PERFIL:</b>	
Bachiller	
Experiencia certificada mínima de un año	
<b>2. FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar, cocinar y servir alimentos y bebidas; lavar vajillas y utensilios de cocina</li> <li>- Limpiar y preparar hogares según asignación</li> <li>- Limpiar y desinfectar muebles y accesorios de baño y cocina</li> <li>- Limpiar y lavar puertas, muebles y enseres en casas de familia</li> <li>- Lavar, planchar y arreglar lencería, ropa de cama y prendas de uso personal</li> <li>- Barrer, trapear, lavar, encerar, sellar y brillar pisos.</li> <li>- Preparar los implementos de aseo requeridos en el desarrollo de sus actividades</li> <li>- Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato</li> </ul>	
<b>3. COMPETENCIAS</b>	
Se requiere de una persona que tenga: capacidad de escucha, habilidades sociales, de comunicación, capacidad de trabajar en equipo	
<b>4. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES</b>	
<b>CARGA FÍSICA:</b> Motricidad, destreza manual, velocidad de reacción	
<b>CARGA MENTAL:</b> Recibir información oral y escrita, producir información oral y escrita, análisis de información, emitir respuestas rápidas, atención, concentración, habilidad para solucionar problemas, percepción causa-efecto, valoración de la realidad	
<b>SENSOPERCEPCIÓN:</b> Percepción visual, percepción auditiva, discriminación de detalles, planificación motora.	

Tabla 15. Funciones y perfil del cargo Operario Servicios de Mantenimiento

 <b>FORMATO DE PERFIL DE CARGO</b>	
1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	<u>OPERARIO SERV MANTENIMIENTO</u> No. DE CARGOS: <u>1</u>
NIVEL:	<u>OPERATIVO</u>
<b>PERFIL:</b>	
Bachiller	
Experiencia certificada mínima de un año	
2. FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar reparaciones de plomería, electricidad e instalación en residencias.</li> <li>- Instalar y reparar productos prefabricados como enrejados, cercas, persianas,                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalar y reparar puertas, ventanas, gabinetes de cocina, gabinetes de baño, calentadores de agua y otros artefactos domésticos relacionados, utilizando herramientas manuales o eléctricas</li> <li>- Limpiar y preparar paredes y otras superficies de edificios para pintarlos o empapelarlas</li> </ul> </li> <li>- plicar capas de pintura, barniz, laca o productos similares sobre las superficies,</li> <li>- Las demás funciones que le asigne su jefe inmediato</li> </ul>	
3. COMPETENCIAS	
Se requiere de una persona que tenga: capacidad de escucha, habilidades sociales, de comunicación, capacidad de trabajar en equipo	
4. REQUERIMIENTOS FÍSICOS Y MENTALES	
<b>CARGA FÍSICA:</b> Motricidad, destreza manual, velocidad de reacción	
<b>CARGA MENTAL:</b> Recibir información oral y escrita, producir información oral y escrita, análisis de información, emitir respuestas rápidas, atención, concentración, habilidad para solucionar problemas, percepción causa-efecto, valoración de la realidad	
<b>SENSOPERCEPCIÓN:</b> Percepción visual, percepción auditiva, discriminación de detalles, planificación motora.	

## 8.5. MARCO LEGAL

La empresa se constituirá como una Sociedad Por Acciones Simplificada, de dos (2) inversionistas únicamente, en la cual se deberá hacer el aporte de capital, según se establece en el estudio financiero. La Sociedad por Acciones Simplificada está reglamentada con base en lo estipulado en la Ley 1258 de 2008.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Ley 1258 de 2008. [En línea] [Citado, Mayo 5 de 2014] Disponible en internet <[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley\\_1258\\_2008.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/2008/ley_1258_2008.html)>

La razón social o nombre comercial es Servihogar S.A.S y la administración está a cargo y bajo la responsabilidad del gerente. Los socios ejercerán control desde la junta directiva

#### **8.5.1. Régimen Jurídico y requisitos legales**

- **Sociedad Por Acciones Simplificada:** La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la Ley 1258 de 2008, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.
  
- **Constitución:** Se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, en el cual se expresará lo siguiente:
  - Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas
  - Razón social o denominación de la sociedad: Servihogar S.A.S
  - El domicilio principal de la sociedad y el de la sucursal
  - El término de duración, el cual será indefinido.
  - Una enunciación clara y completa de las actividades principales.
  - El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
  - La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de su administrador (gerente) a quien se designará como representante legal.

## **8.6. Requisitos del establecimiento comercial**

Para el funcionamiento del establecimiento comercial, la empresa cumplirá con una serie de requisitos. Todos los tramites se llevaran a cabo en los Centros de Atención Empresarial– CAE – de la Cámara de Comercio de Bucaramanga donde se gestionan todas las obligaciones y documentos en un solo lugar.

- Inscribirse en el registro mercantil: este es tramitado en la Cámara de Comercio y es el instrumento legal que tiene como objeto llevar la matrícula de los comerciantes y de los establecimientos de comercio, así como la inscripción de todos los actos y documentos del comerciante.
- Diligenciar el certificado de uso de suelos: se tramita para que la autoridad competente certifique que la actividad desarrollada por el establecimiento certificado, puede desarrollarse en el lugar.
- Certificado de seguridad: lo expide el departamento de bomberos. Con él se asevera que el establecimiento de comercio cumple con las normas de seguridad en lo concerniente a extintores, salidas de emergencia, botiquín de primeros auxilios, garantizando que se pueda atender cualquier eventual emergencia que se presente dentro del establecimiento.
- Lista de precios: se debe hacer público los precios de los servicios, lo cual se cumplirá con una lista general visible.
- Inscripción en el Rut: Registrar la empresa en el Registro Único Tributario (RUT) de la DIAN.

## 9. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 9.1. INVERSIONES

Las inversiones para el proyecto se encuentran constituidas por las inversiones fijas, inversiones diferidas e inversión de capital de trabajo.

#### 9.1.1. Inversión Fija

La inversión fija para el proyecto está constituida por el activo fijo necesario para el inicio de las operaciones propias de Servihogar, también denominado capital fijo, y por diversos bienes o derechos que sirven para la prestación de los servicios.

Para Servihogar, la inversión fija está compuesta por las herramientas, los muebles y enseres y los equipos de oficina, tal como se detalla en la Tabla 16.

Tabla 16. Inversiones Fijas

CONCEPTO	VALOR UNITARIO SIN IVA	IVA	VALOR TOTAL	VALOR DEPRECIACION ANUAL
Herramientas	\$ 3.000.000	\$ 480.000	\$ 3.480.000	\$ 696.000
Muebles y enseres	\$ 1.000.000	\$ 160.000	\$ 1.160.000	\$ 232.000
Equipos de oficina	\$ 1.300.000	\$ 208.000	\$ 1.508.000	\$ 301.600
<b>TOTALES</b>			<b>\$ 6.148.000</b>	<b>\$ 1.229.600</b>

Fuente: Elaboración propia

En el concepto denominado Herramientas, se encuentran incluidas todas las que se requieren para el funcionamiento de la empresa y se encuentran incluidas en el numeral de Estudio Técnico.

### 9.1.2. Inversiones Diferidas

Las inversiones diferidas incluyen todos los gastos requeridos para que Servihogar abra sus puertas al público y que se pueden amortizar en los primeros 5 años de vida de la empresa, entre ellos están las adecuaciones y los gastos de constitución y legalización de la empresa.

Tabla 17. Inversiones diferidas

CONCEPTO	VALOR
Adecuaciones	\$ 500.000
Constitución y legalización	\$ 800.000
<b>TOTALES</b>	<b>\$ 1.300.000</b>

Fuente: Elaboración propia

### 9.1.3. Inversión de capital de trabajo

Para calcular el capital de trabajo necesario se calculará el valor de la mano de obra directa, los costos indirectos y los gastos de administración y ventas.

Tabla 18. Mano de Obra Directa

CONCEPTO	VALOR MENSUAL INDIVIDUAL	TOTAL VALOR MENSUAL	TOTAL VALOR ANUAL
Sueldo mensual	\$ 800.000	\$ 2.400.000	\$ 9.600.000
Auxilio de transporte	\$ 70.500	\$ 211.500	\$ 846.000
Cesantía	\$ 72.541	\$ 217.625	\$ 870.500
Intereses sobre la cesantía	\$ 725	\$ 2.176	\$ 8.705
Prima de Servicios	\$ 72.541	\$ 217.625	\$ 870.500
Vacaciones	\$ 33.333	\$ 100.000	\$ 400.000
Dotación	\$ 13.333	\$ 40.000	\$ 160.000
Salud	\$ 64.000	\$ 192.000	\$ 768.000
Pensiones	\$ 100.000	\$ 300.000	\$ 1.200.000
Riesgo profesional	\$ 55.680	\$ 167.040	\$ 668.160
Caja de Compensación	\$ 32.000	\$ 96.000	\$ 384.000
Rodamiento	\$ 150.000	\$ 450.000	\$ 1.800.000
<b>TOTAL MOD</b>	<b>\$ 1.464.655</b>	<b>\$ 4.393.966</b>	<b>\$ 17.575.865</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de la mano de obra directa se calcularon 3 operarios quienes laborarían el primer año, 2 operarios de servicios de mantenimiento y 1 operario de servicios generales.

Adicionalmente se calcularon los gastos administrativos que se tienen determinados por los costos indirectos de prestación del servicio y la nómina administrativa.

Para el cálculo de los costos indirectos de prestación del servicio se incluyó el arrendamiento, los honorarios del psicólogo para el primer año, papelería, aseo y cafetería, el pago de servicios públicos y la publicidad.

**Tabla 19. Costos Indirectos de Prestación del Servicio**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arrendamientos	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Honorarios Psicólogo	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Papelería, útiles de oficina y fotocopiado	\$ 50.000	\$ 600.000
Aseo y cafetería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Servicios Públicos	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Publicidad	\$ 400.000	\$ 4.800.000
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 2.250.000</b>	<b>\$ 27.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia

La nómina administrativa está compuesta por el Gerente y el Auxiliar Administrativo. En la Tabla 20 se encuentra el cálculo de la mano de obra del Gerente, en esta tabla se puede observar que al Gerente no se cargan los conceptos de auxilio de transporte ni dotación pues el salario es menos de 2 SMMLV.

**Tabla 20. Mano de Obra Gerente**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo mensual	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Cesantía	\$ 166.667	\$ 2.000.000
Intereses sobre la cesantía	\$ 1.667	\$ 20.000

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Prima de Servicios	\$ 166.667	\$ 2.000.000
Vacaciones	\$ 83.333	\$ 1.000.000
Salud	\$ 160.000	\$ 1.920.000
Pensiones	\$ 250.000	\$ 3.000.000
Riesgo profesional	\$ 10.440	\$ 125.280
Caja de Compensación	\$ 80.000	\$ 960.000
<b>TOTAL MANO DE OBRA GERENTE</b>	<b>\$ 2.918.773</b>	<b>\$ 35.025.280</b>

Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo de la mano de obra del Auxiliar Administrativo no se carga el concepto de Rodamiento, pues este no es requerido para el desarrollo de sus funciones. En la Tabla 21 se encuentran consignados los conceptos calculados para el pago del salario del Auxiliar Administrativo.

**Tabla 21. Mano de Obra Auxiliar Administrativo**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo mensual	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Auxilio de transporte	\$ 70.500	\$ 846.000
Cesantía	\$ 89.208	\$ 1.070.500
Intereses sobre la cesantía	\$ 892	\$ 10.705
Prima de Servicios	\$ 89.208	\$ 1.070.500
Vacaciones	\$ 41.667	\$ 500.000
Dotación	\$ 13.333	\$ 160.000
Salud	\$ 80.000	\$ 960.000
Pensiones	\$ 125.000	\$ 1.500.000
Riesgo profesional	\$ 5.220	\$ 62.640
Caja de Compensación	\$ 40.000	\$ 480.000
<b>TOTAL MANO DE OBRA AUXILIAR ADMINISTRATIVO</b>	<b>\$ 1.555.029</b>	<b>\$ 18.660.345</b>

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 22 se presentan los cálculos totales de los conceptos que conforman los gastos administrativos, lo que representa un valor anual de \$80.685.625.

**Tabla 22. Gastos Administrativos**

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nomina administrativa	\$ 4.473.802	\$ 53.685.625
Costos Indirectos de Prestación del Servicio	\$ 2.250.000	\$ 27.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.723.802</b>	<b>\$ 80.685.625</b>

Fuente: Elaboración propia

Finalmente se calcula el capital de trabajo requerido para la operación de Servihogar, el cual se encuentra en la Tabla 23. El capital de trabajo que se tendrá en cuenta corresponde al de tres meses de funcionamiento de la empresa.

**Tabla 23. Capital de trabajo**

CONCEPTO	VALOR TRIMESTRE
MOD	\$ 13.181.899
Gastos administrativos	\$ 20.171.406
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 33.353.305</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 9.1.4. Inversión Total

La inversión total corresponde a la suma de los rubros correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y la inversión de capital de trabajo. De acuerdo con los que se encuentra consignado en la Tabla 24, se requiere una inversión total de \$40.801.305.

**Tabla 24. Inversión Total**

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 6.148.000
Inversión diferida	\$ 1.300.000
Capital de trabajo	\$ 33.353.305
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 40.801.305</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 9.1.5. Fuentes de Financiación

La financiación de la empresa se obtiene de 2 fuentes básicas:

- Recursos propios: Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por valor de \$25.801.305 que corresponden al 63,23% de la inversión total requerida. Este dinero será aportado en partes iguales por cada una de las accionistas de Servihogar.
- Recursos de terceros: Para obtener el 36,76% restante se recurrirá a un préstamo en una entidad financiera a una tasa del 1,6% NMV (20% EA) y a un plazo de 48 meses. La cuota fija a cancelar mensualmente es de \$450.199.

**Tabla 25. Amortización del crédito**

<b>AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO</b>				
<b>Mes</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo</b>
0				\$ 15.000.000
1	\$ 210.021	\$ 240.178	\$ 450.199	\$ 14.789.979
2	\$ 213.384	\$ 236.815	\$ 450.199	\$ 14.576.595
3	\$ 216.801	\$ 233.399	\$ 450.199	\$ 14.359.794
4	\$ 220.272	\$ 229.927	\$ 450.199	\$ 14.139.522
5	\$ 223.799	\$ 226.400	\$ 450.199	\$ 13.915.722
6	\$ 227.383	\$ 222.817	\$ 450.199	\$ 13.688.340
7	\$ 231.023	\$ 219.176	\$ 450.199	\$ 13.457.316
8	\$ 234.723	\$ 215.477	\$ 450.199	\$ 13.222.594
9	\$ 238.481	\$ 211.718	\$ 450.199	\$ 12.984.113
10	\$ 242.299	\$ 207.900	\$ 450.199	\$ 12.741.813
11	\$ 246.179	\$ 204.020	\$ 450.199	\$ 12.495.634
12	\$ 250.121	\$ 200.078	\$ 450.199	\$ 12.245.513
13	\$ 254.126	\$ 196.074	\$ 450.199	\$ 11.991.388
14	\$ 258.195	\$ 192.005	\$ 450.199	\$ 11.733.193
15	\$ 262.329	\$ 187.870	\$ 450.199	\$ 11.470.864
16	\$ 266.529	\$ 183.670	\$ 450.199	\$ 11.204.334
17	\$ 270.797	\$ 179.402	\$ 450.199	\$ 10.933.537
18	\$ 275.133	\$ 175.066	\$ 450.199	\$ 10.658.405

<b>AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO</b>				
<b>Mes</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Cuota</b>	<b>Saldo</b>
19	\$ 279.538	\$ 170.661	\$ 450.199	\$ 10.378.866
20	\$ 284.014	\$ 166.185	\$ 450.199	\$ 10.094.852
21	\$ 288.562	\$ 161.637	\$ 450.199	\$ 9.806.290
22	\$ 293.182	\$ 157.017	\$ 450.199	\$ 9.513.108
23	\$ 297.877	\$ 152.323	\$ 450.199	\$ 9.215.231
24	\$ 302.646	\$ 147.553	\$ 450.199	\$ 8.912.585
25	\$ 307.492	\$ 142.707	\$ 450.199	\$ 8.605.093
26	\$ 312.416	\$ 137.784	\$ 450.199	\$ 8.292.677
27	\$ 317.418	\$ 132.781	\$ 450.199	\$ 7.975.259
28	\$ 322.501	\$ 127.699	\$ 450.199	\$ 7.652.758
29	\$ 327.664	\$ 122.535	\$ 450.199	\$ 7.325.094
30	\$ 332.911	\$ 117.288	\$ 450.199	\$ 6.992.183
31	\$ 338.241	\$ 111.958	\$ 450.199	\$ 6.653.942
32	\$ 343.657	\$ 106.542	\$ 450.199	\$ 6.310.284
33	\$ 349.160	\$ 101.039	\$ 450.199	\$ 5.961.124
34	\$ 354.751	\$ 95.449	\$ 450.199	\$ 5.606.374
35	\$ 360.431	\$ 89.769	\$ 450.199	\$ 5.245.943
36	\$ 366.202	\$ 83.997	\$ 450.199	\$ 4.879.741
37	\$ 372.066	\$ 78.134	\$ 450.199	\$ 4.507.675
38	\$ 378.023	\$ 72.176	\$ 450.199	\$ 4.129.652
39	\$ 384.076	\$ 66.123	\$ 450.199	\$ 3.745.576
40	\$ 390.226	\$ 59.974	\$ 450.199	\$ 3.355.351
41	\$ 396.474	\$ 53.725	\$ 450.199	\$ 2.958.877
42	\$ 402.822	\$ 47.377	\$ 450.199	\$ 2.556.055
43	\$ 409.272	\$ 40.927	\$ 450.199	\$ 2.146.783
44	\$ 415.825	\$ 34.374	\$ 450.199	\$ 1.730.957
45	\$ 422.483	\$ 27.716	\$ 450.199	\$ 1.308.474
46	\$ 429.248	\$ 20.951	\$ 450.199	\$ 879.226
47	\$ 436.121	\$ 14.078	\$ 450.199	\$ 443.104
48	\$ 443.104	\$ 7.095	\$ 450.199	\$ (0)

Fuente: Elaboración propia

## 9.2. COSTOS

### 9.2.1. Costos fijos

Son todos aquellos costos que no sufren variación en un periodo de tiempo, para este caso, en un periodo de un año.

Tabla 26. Costos fijos

CONCEPTO	VALOR ANUAL
MOD	\$ 52.727.595
Arriendo	\$ 12.000.000
Depreciación	\$ 1.229.600
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 65.957.195</b>

Fuente: Elaboración propia

### 9.2.2. Costos variables

Son todos los costos que están sujetos de variaciones en el periodo de tiempo de un año.

Tabla 27. Costos Variables

CONCEPTO	VALOR ANUAL
Servicios	\$ 2.400.000
Honorarios Psicólogo	\$ 6.000.000
Papelería, útiles de oficina y fotocopiado	\$ 600.000
Aseo y cafetería	\$ 1.200.000
Publicidad	\$ 4.800.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia

## 9.3. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 3 AÑOS

Después de haber realizado los cálculos anteriores se elaboran los estados financieros con proyecciones a 3 años para Servihogar.

### 9.3.1. Estado de Resultados

Tabla 28. Estado de resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Cantidad servicios de emergencia	8.29	995	1194
Precio Servicio de emergencia	\$ 60.000	\$ 61.800	\$ 63.654
Ventas servicio de emergencia	\$ 49.740.000	\$ 61.478.640	\$ 75.987.599
Cantidad servicios día	1.244	1493	1791
Precio Servicio día	\$ 45.000	\$ 46.350	\$ 47.741
Ventas servicio día	\$ 55.980.000	\$ 69.191.280	\$ 85.520.422
Cantidad servicios programado	2.074	2489	2987
Precio Servicio programado	\$ 30.000	\$ 30.900	\$ 31.827
Ventas servicio programado	\$ 62.220.000	\$ 76.903.920	\$ 95.053.245
<b>TOTAL DE VENTAS</b>	<b>\$ 167.940.000</b>	<b>\$ 207.573.840</b>	<b>\$ 256.561.266</b>
<b>MOD</b>	<b>\$ 52.727.595</b>	<b>\$ 54.309.423</b>	<b>\$ 55.938.706</b>
Gastos de Venta	\$ 16.794.000	\$ 17.297.820	\$ 17.816.755
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>\$ 98.418.405</b>	<b>\$ 135.966.597</b>	<b>\$ 182.805.806</b>
Gastos de Administración	\$ 80.685.625	\$ 83.106.194	\$ 85.599.380
Depreciación	\$ 1.229.600	\$ 1.229.600	\$ 1.229.600
<b>UIIA</b>	<b>\$ 16.503.180</b>	<b>\$ 51.630.803</b>	<b>\$ 95.976.827</b>
Interés	\$ 3.150.000	\$ 2.571.558	\$ 1.871.643
<b>UIA</b>	<b>\$ 13.353.180</b>	<b>\$ 49.059.246</b>	<b>\$ 94.105.184</b>
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -
Otros egresos	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos	\$ 4.540.081	\$ 16.680.143	\$ 31.995.762
<b>UN</b>	<b>\$ 8.813.099</b>	<b>\$ 32.379.102</b>	<b>\$ 62.109.421</b>
<b>EBITDA</b>	<b>\$ 17.732.780</b>	<b>\$ 52.860.403</b>	<b>\$ 97.206.427</b>
<b>MARGEN EBITDA</b>	<b>11%</b>	<b>25%</b>	<b>38%</b>

Fuente: Elaboración propia

### 9.3.2. Flujo de Tesorería

Tabla 29. Flujo de Tesorería

<b>FLUJO DE TESORERIA</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Saldo anterior	\$ -	\$ 8.588.212	\$ 32.863.986
Recuperación cartera año anterior	\$ -	\$ -	\$ -
Recuperación periodo actual	\$ 167.940.000	\$ 207.573.840	\$ 256.561.266
Prestamos	\$ 15.000.000	\$ -	\$ -

FLUJO DE TESORERIA			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Redención de inversiones	\$ -	\$ -	\$ -
Aportes de capital	\$ 25.801.305	\$ -	\$ -
Ingresos por venta de activos	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos por intereses	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Ingresos disponibles de la tesorería</b>	<b>\$ 208.741.305</b>	<b>\$ 216.162.052</b>	<b>\$ 289.425.252</b>
Costos y gastos fijos	\$ 80.685.625	\$ 83.106.194	\$ 85.599.380
Gastos de Ventas	\$ 16.794.000	\$ 17.297.820	\$ 17.816.755
MOD	\$ 52.727.595	\$ 54.309.423	\$ 55.938.706
Mantenimiento Activos Fijos	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Egresos operacionales</b>	<b>\$ 150.207.220</b>	<b>\$ 154.713.437</b>	<b>\$ 159.354.840</b>
pago de intereses	\$ 3.150.000	\$ 2.571.558	\$ 1.871.643
pago de prestamos	\$ 2.754.487	\$ 3.332.929	\$ 4.032.844
<b>Egresos financieros</b>	<b>\$ 5.904.487</b>	<b>\$ 5.904.487</b>	<b>\$ 5.904.487</b>
Impuesto de renta	\$ 4.540.081	\$ 16.680.143	\$ 31.995.762
Adquisición de activos	\$ 6.148.000	\$ -	\$ -
Pago de Dividendos		\$ 6.000.000	\$ 25.000.000
<b>Otros Egresos</b>	<b>\$ 10.688.081</b>	<b>\$ 22.680.143</b>	<b>\$ 56.995.762</b>
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 33.353.305	\$ -	\$ -
<b>Saldo final</b>	<b>\$ 8.588.212</b>	<b>\$ 32.863.986</b>	<b>\$ 67.170.163</b>

Fuente: Elaboración propia

### 9.3.3. Balance General

Tabla 30. Balance General

BALANCE GENERAL			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Disponible	\$ 8.588.212	\$ 32.863.986	\$ 67.170.163
Inversiones	\$ 33.353.305	\$ 33.353.305	\$ 33.353.305
Deudores	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Corriente</b>	<b>\$ 41.941.517</b>	<b>\$ 66.217.291</b>	<b>\$ 100.523.468</b>
Activos fijos	\$ 6.148.000	\$ 4.918.400	\$ 3.688.800
Depreciación	\$ 1.229.600	\$ 1.229.600	\$ 1.229.600
<b>Activos netos</b>	<b>\$ 4.918.400</b>	<b>\$ 3.688.800</b>	<b>\$ 2.459.200</b>
<b>Total activos</b>	<b>\$ 46.859.917</b>	<b>\$ 69.906.091</b>	<b>\$ 102.982.668</b>
Prestamos	\$ 12.245.513	\$ 8.912.585	\$ 4.879.741
Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -

<b>BALANCE GENERAL</b>			
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Impuestos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total pasivo</b>	<b>\$ 12.245.513</b>	<b>\$ 8.912.585</b>	<b>\$ 4.879.741</b>
Capital	\$ 25.801.305	\$ 25.801.305	\$ 25.801.305
Utilidades anteriores	\$ -	\$ 2.813.099	\$ 10.192.201
Utilidades	\$ 8.813.099	\$ 32.379.102	\$ 62.109.421
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 34.614.404</b>	<b>\$ 60.993.506</b>	<b>\$ 98.102.927</b>
<b>Pasivo + patrimonio</b>	<b>\$ 46.859.917</b>	<b>\$ 69.906.091</b>	<b>\$ 102.982.668</b>

Fuente: Elaboración propia

### 9.3.4. Flujo de fondos

Tabla 31. Flujo de fondos

<b>FLUJO DE FONDOS</b>			
<b>AÑO</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>EGRESOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>
0	\$ 0	\$ 40.801.305	-\$ 40.801.305
1	\$ 8.588.212	\$ 0	\$ 8.588.212
2	\$ 24.275.773	\$ 0	\$ 24.275.773
3	\$ 34.306.178	\$ 0	\$ 34.306.178

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Cálculo de WACC, VPN Y TIR

<b>WACC</b>	10,01%
<b>VPN</b>	\$ 12.826.745,54
<b>TIR</b>	23,87%

Fuente: Elaboración propia

### 9.3.5. Indicadores

Tabla 33. Indicadores

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Razón corriente	3,43	7,43	20,60
Grado de apalancamiento operativo	5,96	2,63	1,90
Grado de apalancamiento financiero	1,24	1,05	1,02
Rotación de activos	3,58	2,97	2,49
Margen operacional	9,83%	24,87%	37,41%

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Margen neto	5,25%	15,60%	24,21%
Rentabilidad operacional del patrimonio	48%	85%	98%

Fuente: Elaboración propia

## 10. RESUMEN EJECUTIVO

Con el ánimo de atender la carencia en los hogares modernos de contar con soluciones rápidas y a la medida, se pensó en poder brindar servicios con respaldo y eficiencia a los usuarios, garantizándoles encontrar en un solo sitio la respuesta a sus necesidades de limpieza para el hogar, plomería, albañilería, reparaciones locativas y cuidado de niños entre otros.

Para poder determinar si esta idea de negocio es viable para la ciudad de Bucaramanga, se realizó un estudio de Mercado; donde inicialmente se describe en qué consiste el modelo de negocio y las razones por las cuales se le considera como una oportunidad. Después se elaboró un análisis del entorno económico nacional y se consultaron algunas cifras del sector y sus aportes a la economía. Así mismo se realizó una investigación de los compradores, de la competencia y de los proveedores del negocio propuesto.

Con base en esta investigación inicial se aplicó una encuesta con cuyos resultados se estructuró un plan de mercadeo donde se definieron estrategias para la puesta en marcha de la idea y se extrajeron importantes conclusiones y recomendaciones para el planteamiento de los requerimientos técnicos, administrativos y legales para la operación de la empresa. Los resultados de la encuesta revelaron una disposición absoluta de los encuestados hacia la contratación de estos servicios con una empresa que les ofrezca soluciones integrales.

Así mismo se realizó un estudio de costos y financiero que permiten determinar la viabilidad económica y técnica del proyecto, con un mercado amplio y con sostenibilidad en el tiempo. Como resultado de este estudio se pudo determinar que la Tasa Interna de Retorno del Proyecto es del 23,87% y el Valor Presente Neto con una proyección de tres años de operación es de \$ 12.826.745 lo anterior indica que

el proyecto es factible desde el punto de vista financiero y por tal razón se debe tomar la decisión de ejecutar esta iniciativa.

## 11. BIBLIOGRAFÍA

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE).  
Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas:  
Revisión 4 adaptada para Colombia. CIIU Rev 4. Bogotá D.C., 2012.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA (DANE).  
BOLETÍN DE PRENSA Nº 13 – Dane. Bogotá D.C., Junio de 2013

ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESARIOS DE COLOMBIA (ANDI). Colombia:  
Balance 2013 y perspectivas 2014. Bogotá D.C., 2013.

OSTERWALDER, Alexander y PIGNEUR, Yves. Generación de Modelos de  
Negocio. España. Deusto S.A Ediciones, 2011. 288 p.