

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS VARIOS MEDIANTE UNA PÁGINA WEB EN LA CIUDAD DE
MONTERÍA**

AUTOR:

JORGE ANDRÉS SÁNCHEZ HOYOS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA, JURÍDICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MONTERÍA – CÓRDOBA

2019

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS VARIOS MEDIANTE UNA PLATAFORMA VIRTUAL EN LA
CIUDAD DE MONTERÍA**

AUTOR:

JORGE ANDRÉS SÁNCHEZ HOYOS

ASESOR:

MG. NÉSTOR VANEGAS BUELVAS

ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICA, JURÍDICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MONTERÍA – CÓRDOBA

2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre por ser ése gran ser que siempre estuvo presente en cada paso en mi vida, luego a mi familia por confiar en mí, y en mis capacidades; espero nunca defraudarlos.

Gracias Dios por tantas bendiciones en mi vida

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero que todo a Dios y a mi madre por ser mi guía y permitir que todo se diera, seguido agradezco a mi familia por ser un apoyo en mi vida y en la estructuración de esta investigación, seguidamente agradezco a mi asesor el Magíster Néstor Vanegas Buelvas que gracias a sus conocimientos y apoyo logre concluir este gran trabajo,

TABLA DE CONTENIDOS

1.	INTRODUCCIÓN	10
2.	RESUMEN EJECUTIVO	13
3.	REFERENCIA TEÓRICO CONCEPTUAL	14
3.1.1.	REFERENTE TEÓRICO	14
3.1.1.	Empresa de servicios varios	14
3.2.	Creación de empresas	15
3.2.1.	ESTUDIO DE MERCADO	15
3.2.2.	ESTUDIO TÉCNICO	16
3.2.3.	ESTUDIO ECONÓMICO	17
3.3.	REFERENTE CONCEPTUAL	19
4.	MÓDULO DE MERCADO	20
4.1.	SERVICIO	20
4.2.	CONSUMIDORES.....	20
4.3.	DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA.....	21
4.4.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	21
4.4.1.	CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	21
4.5.	CUESTIONARIO	22
4.5.1.	CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL	22
4.6.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL	28
4.7.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	28
4.8.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	31
4.9.	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE	32
4.9.1.	DETERMINACIÓN DEL TIPO DE DEMANDA DETECTADA	33
4.10.	ANÁLISIS DE PRECIOS	34
4.11.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	35
4.12.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO.....	35
5.	MODULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.....	36
5.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO	36
5.2.	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	37
5.2.1.	ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN A NIVEL MACRO	37
5.2.2.	ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN A NIVEL MICRO	40
5.3.	DISTRIBUCIÓN EN PLANTA	42
5.4.	PROCESO DE OFERTA DE SERVICIO	43
5.4.1.	DIAGRAMA DE PROCESOS.....	43

5.4.2.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN	44
5.5.	NATURALEZA JURÍDICA	47
5.6.	MISIÓN	47
5.7.	VISIÓN	47
5.8.	ORGANIGRAMA	48
5.9.	MANUAL DE FUNCIONES.....	49
5.10.	IMAGEN CORPORATIVA	57
6.	MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL	58
7.	ESTUDIO FINANCIERO	60
7.1.	INVERSIONES.....	60
7.1.1.	INVERSIONES EN MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	60
7.1.2.	INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES	61
7.1.3.	INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	62
7.1.4.	COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	62
7.1.5.	COSTO DE MATERIALES DE PRIMER AÑO DE OPERACIÓN.....	63
7.1.6.	COSTO DE SERVICIOS PUBLICOS- PRIMER AÑO DE OPERACIÓN.....	64
7.1.7.	REMUNERACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	68
7.1.8.	GASTOS DE VENTA	68
7.1.9.	OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	68
7.1.10.	GASTOS DE AMORTIZACIÓN.....	69
7.1.11.	DISTRIBUCIÓN DE COSTOS	69
7.1.12.	CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	70
7.1.13.	PROYECCIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN.....	71
7.1.14.	CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO	72
7.2.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	79
7.2.1.	VALOR PRESENTE NETO (VPN)	79
7.2.2.	RELACIÓN BENEFICIO COSTO RB/C	80
7.2.3.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	81
8.	FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	82
9.	CONCLUSIONES	83
10.	RECOMENDACIONES	84
11.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
12.	ANEXOS	87

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Base de consumo.....	23
Tabla 2 <i>Demanda actual</i>	24
Tabla 3 Base de consumo por servicios	25
Tabla 4 Demanda anual por servicios	26
Tabla 5 Total demanda anual	27
Tabla 6 Proyección demanda actual.....	28
Tabla 7 Análisis de la oferta de servicios eléctricos y de albañilería.....	29
Tabla 8 Análisis de servicios de plomería.....	30
Tabla 9 Análisis de servicios de herrería	30
Tabla 10 Proyección de la oferta.....	31
Tabla 11 Demanda insatisfecha.....	32
Tabla 12 Localización macro	38
Tabla 13 Localización micro.....	41
Tabla 14 Manual de funciones del gerente.....	49
Tabla 15 Manual de funciones del contador	50
Tabla 16 Manual de funciones de la secretaria	51
Tabla 17 Manual de funciones del supervisor.....	52
Tabla 18 Manual de funciones del técnico electricista.....	53
Tabla 19 Manual de funciones del técnico albañil	55
Tabla 20 Manual de funciones del técnico en plomería	55
Tabla 21 Inversiones en obras físicas.....	60
Tabla 22 Inversiones en maquinaria y equipos	60
Tabla 23 Inversiones en activos intangibles.....	62
Tabla 24 Costo de mano de obra.....	62
Tabla 25 Costo de materiales primer año de operación	63
Tabla 26 Costo de servicios públicos primer año.....	64
Tabla 27 Gastos por depreciación	65
Tabla 28 Remuneración del personal administrativo	68
Tabla 29 Gastos de venta	68
Tabla 30 Otros gastos de administración	68
Tabla 31 Amortización de gastos	69
Tabla 32 Distribución de costos	69
Tabla 33 Programa de inversión fija del proyecto	71
Tabla 34 Capital de trabajo	72
Tabla 35 Programa de inversión.....	73
Tabla 36 Valor residual de activos	73
Tabla 37 Flujo neto de inversión.....	73
Tabla 38 Presupuesto de ingresos	74
Tabla 39 Presupuestos de costos de producción	74
Tabla 40 Presupuestos de gastos de administración.....	74
Tabla 41 Presupuesto de venta.....	75
Tabla 42 Presupuesto de costos operacionales.....	75
Tabla 43 Flujo neto de operaciones.....	75
Tabla 44 Flujo neto del proyecto.....	76

Tabla 45 Balance general	77
Tabla 46 Estado de resultado	78
Tabla 47 Calculo del valor presente neto	79
Tabla 48 Calculo de tasa interna de retorno	81
Tabla 49 ¿Qué servicios solicita con mayor frecuencia en su residencia?.....	90
Tabla 50 ¿Motivos por el cual los solicita?.....	91
Tabla 51 ¿Con que periodicidad contrata los servicios (3 meses).....	92
Tabla 52 ¿Conque periodicidad contrata los servicios? (6 meses).....	93
Tabla 53 ¿Conque periodicidad contrata los servicios? (cada año).....	94
Tabla 54 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios? – Incumplimiento de la garantía.....	95
Tabla 55 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Incumplimiento en los tiempos de entrega.....	96
Tabla 56 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Irrespeto.....	97
Tabla 57 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Mala calidad del servicio.....	98
Tabla 58 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Mala calidad de los materiales	99
Tabla 59 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Ninguno.....	100
Tabla 60 Marque el último servicio contratado.....	102
Tabla 61 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Hace un mes	103
Tabla 62 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 2 y 3 meses	104
Tabla 63 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 4 y 5 meses	105
Tabla 64 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Más de 6 meses	106
Tabla 65 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Hace un mes	108
Tabla 66 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 2 y 3 meses.....	109
Tabla 67 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 4 y 5 meses.....	110
Tabla 68 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Más de 6 mes	111

LISTA DE GRÁFICOS

Ilustración 1 Distribución en planta	42
Ilustración 2 Diagrama de procesos	43
Ilustración 3 Flujo neto del proyecto.....	76
Ilustración 4 ¿Qué servicios solicita con mayor frecuencia en su residencia?	90
Ilustración 5 ¿Motivos por el cual los solicita?	91
Ilustración 6 ¿Con que periodicidad contrata los servicio?(3 meses)	93
Ilustración 7 ¿Con que periodicidad contrata los servic.....	94
Ilustración 8 ¿Conque periodicidad contrata los servicios? (cada año).....	95
Ilustración 9 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios? – Incumplimiento de la garantía.....	96
Ilustración 10 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?– Incumplimiento en los tiempos de entrega.....	97
Ilustración 11 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?– Irrespeto.....	98
Ilustración 12 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?– Mala calidad del servicio.....	99
Ilustración 13 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?– Mala calidad de los materiales	100
Ilustración 14 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?– Ninguno.....	101
Ilustración 15 Marque el último servicio contratado.....	102
Ilustración 16 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Hace un mes	103
Ilustración 17 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 2 y 3 meses	105
Ilustración 18 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 4 y 5 meses	106
Ilustración 19 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Más de 6 meses	107
Ilustración 20 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Hace un mes	109
Ilustración 21 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 2 y 3 meses.....	110
Ilustración 22 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 4 y 5 meses.....	111
Ilustración 23 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Más de 6 mes	112

1. INTRODUCCIÓN

Son innumerables las dificultades a las que día a día se enfrentan las personas al momento de buscar un equilibrio entre la vida laboral y la vida personal tomando en cuenta el escaso tiempo con el que estas cuentan.

A raíz de las distintas labores que estas desempeñan a diario el factor tiempo se convierte en una variable importante al momento de atender percances o realizar reestructuraciones tales como; plomería, electricidad, albañilería, carpintería, soldadura, entre otras; debido a la falta de conocimiento o tiempo para desempeñar dichas actividades.

Es por ello que cuando quieren dar solución a distintitos inconvenientes tales como, una pluma rota, una humedad, resanar una pared, el pintar su cuarto, el mantenimiento del aire acondicionado, o cualquier otra, por lo general demoran más de lo habitual debido a que no cuenta con los conocimientos adecuados para solucionarlo o simplemente no consiguen la persona idónea para realizar el trabajo.

Con base a lo anterior se ha evidenciado que son distintas las necesidades que se presentan en los hogares y que muchas de estas puede que sean de atención inmediata y otras de espera prudencial por lo que se vuelve imperioso contar con personal idóneo el cual pueda suplir las necesidades presentadas.

Entre los distintos inconvenientes que se pueden presentar, encontramos las de carácter urgente, es decir, que no dan tiempo de espera para su solución además de que en el momento no se encuentra una persona calificada que pueda resolver dicha problemática.

La falta de conocimiento, la cual muchas veces es causante de resultados no deseados, ya que se incurre en improvisaciones para dar soluciones a inconvenientes las cuales

tienden a empeorar la situación obteniendo así aumento de los costos y dilatación de la problemática.

Le sigue la falta de personal idóneo, ya que se presentan casos en los que se contratan los servicios de personal supuestamente capacitado, pero que al momento de valorar el servicio prestado se evidencian inconsistencias.

Seguido esto, encontramos el factor confianza, el cual se convierte en uno de los más fuertes, ya que se busca evitar que personas desconocidas entren a sus residencias o lugares de trabajo, además de que en muchas de las ocasiones no se cuenta con el tiempo para monitorear dicha actividad.

Se tiene como objetivo general determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la oferta de servicios varios mediante una página web en el municipio de Montería Córdoba, en donde confluyen las necesidades de aquellas personas que necesiten dar solución a un inconveniente y una empresa responsable que cuenta con las capacidades de solucionar dicha problemática, al tiempo que se contribuye a la oferta de empleos en el municipio como base para impulsar la prosperidad, la inclusión y la cohesión social de manera sostenible y creciente al tiempo que se mejoran los estándares de vida, personal y social los cuales le permiten al ser construir una vida digna.

La página web a través de la cual se ofertaran los servicios será creada en un CMS por sus siglas en inglés Content Management System, los cuales están pensado tanto para profesionales del área de la programación y desarrollo web, como también para personas con nociones básicas de edición de páginas web. Este permite crear el sitio web según las necesidades de la empresa, al tiempo que se puede realizar gestión, administración y mantenimiento del mismo, lo cual se convierte en una ventaja ya que

la creación y gestión de un sitio web no requiere, en muchos casos, disponer o contratar un equipo de personal cualificado que domine las distintas tecnologías y técnicas implicadas tales como HTML, CSS, JavaScript, ASP, Web Server, entre otras.

La metodología de investigación que se implemento fue la descriptiva. (Deobold B. Van Dalen, 2006) afirman que:

Esta tiene como objetivo llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

La conclusión obtenida luego de realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios varios mediante una página web en la ciudad de Montería Córdoba, se logró identificar una oportunidad de negocio ya que aunque existen personas que prestan sus servicios de manera informal, la gran mayoría no tiene en cuenta el uso de las tecnologías de comunicación y gran parte de los servicios prestados presentan inconformismo debido a la baja calidad y falta de cumplimiento por parte de los prestadores de servicios.

2. RESUMEN EJECUTIVO

Empresa: Oferta de servicios varios a través de una página web”.

Ubicación: Barrio Monteverde en el municipio de Montería

Oportunidad de negocio: Aprovechamiento de las TIC (Tecnologías de las comunicaciones) para brindar atención personalizada a los futuros consumidores a través de una página web, la cual será un canal de comunicación en donde el usuario podrá darle soluciones a sus necesidades desde la comodidad de su casa o trabajo y al menor tiempo posible.

Competidores: Contratistas que ofrecen sus servicios de manera informal. Cabe resaltar que en la encuesta realizada en el estudio de mercado, se evidenció que los distintos gremios que ofertan servicios similares a los de nuestra empresa reflejan un servicio de baja calidad e incumplimiento.

Producto: Servicios varios talles como, electricidad, plomería y albañilería

Precio:

- Plomería: \$ 224.020
- Electricidad: \$ 189.496
- Albañilería: \$ 205.542

Presupuesto de inversión: La inversión fija es de \$ **28.155.000** millones de pesos.

Rentabilidad: La TIR del proyecto es de 370%

3. REFERENCIA TEÓRICO CONCEPTUAL

3.1.1. REFERENTE TEÓRICO

3.1.1. Empresa de servicios varios

Actualmente en el mercado existen diferentes empresas que prestan servicios similares por ejemplo, Domesticas de Colombia, ofrece servicios de empleadas domésticas, niñeras, enfermeras y cocineros, dirigiendo su mercado a empresas (Domesticas de Colombia, 2019). Limpia fácil Ltda, la cual presta servicios generales que también se encuentran dirigidos al mercado empresarial (nótese que todas estas empresas proporcionan algunos de los servicios que se busca ofrecer este proyecto y están enfocadas hacia empresas, lo cual no las hace competencia directa para el mismo) (Limpia Fácil, 2019)

Es por ello que el crecimiento en lo que refiere a la prestación de servicio ha venido presentando un crecimiento ascendente durante los últimos años, reflejando así el comportamiento de las ciudades. Las actividades relacionadas con la prestación de servicios están ocupando un papel importante en el desarrollo, crecimiento y generación de empleo.

Como referente para el proyecto se tomó a Easyhome S.A.S¹. la cual es una microempresa creada para satisfacer las necesidades de servicios en la ciudad de Bogotá. Esta baso si idea en las diferentes necesidades que se nos presentan día a día en nuestro hogar y la falta de información confiable acerca de quién pueda solucionar este problema. Por otro lado, por la necesidad de algunos prestadores de servicios, que no tienen acceso al mercado o no conocen lo que esperan recibir los clientes cuando requieren de estos servicios. En algunas ocasiones, tenemos la necesidad que algunas

¹ Empresa de prestación de servicios de apoyo para el hogar ubicada en la ciudad de Bogotá Colombia

personas nos colaboren en circunstancias que no podemos o no sabemos cómo manejar; como la ayuda de un plomero, una decoradora de interiores, una niñera o una empleada del servicio, entre muchas más funciones de las que desconocemos cómo y quién las pueda realizar. En este momento recurrimos a nuestros conocidos para que nos recomienden alguno, pero no todas las veces esta persona tiene información acerca de lo que necesitamos, y otras veces la persona que nos recomiendan no es la más adecuada e idónea y tenemos problemas con el servicio que nos presta. Aquí es donde esta nueva empresa entra a jugar un papel importante dentro de estas frecuentes situaciones.

3.2. Creación de empresas

En el libro evaluación de proyectos séptima edición, Baca Urbina afirma que “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema” (Urbina, iindustrialitp, s.f.). Dicho en otras palabras, un proyecto podrá tener distintos enfoques, pero siempre tenderá a satisfacer una necesidad sea cual sea.

Los proyectos son considerados como una hoja de ruta en donde se tienen en cuenta unos insumos y un capital que conllevan a la estructuración de un bien o servicio, el cual contará con la evaluación que tendrá como finalidad conocer la rentabilidad económica y su impacto social, al tiempo que le da solución de forma eficiente a las necesidades de los consumidores.

En la primera etapa de cualquier proyecto encontramos información pertinente con sus objetivos y limitaciones.

3.2.1. ESTUDIO DE MERCADO

Este es considerado el primer paso en la investigación del proyecto, en este punto se puntualizan elementos relevantes tales como, determinar y cuantificar la demanda y la oferta, análisis de los precios, y el estudio de la comercialización. Cabe aclarar que lo

que respecta a la información para la cuantificación de la demanda y la oferta se puede obtener de fuentes secundarias, se recomienda recurrir a fuentes primarias, ya que estas proporcionan información veraz y directa. El objetivo general del estudio de mercado es confirmar la posibilidad real de penetración del producto o servicio en el mercado (Cordoba & Medina, 2002)

3.2.2. ESTUDIO TÉCNICO

Este lo conforman el tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

La determinación del tamaño óptimo de la planta es determinante en este punto, aunque algunas veces se torna bastante difícil ya que no existe una técnica única y exitosa que permita hacer los cálculos. Este también depende de los turnos a trabajar por lo que en algunos grupos de trabajo la producción se ve determinada por los turnos que se trabajen, es por ello que para los casos en donde no se tiene un dominio o se desconoce la tecnología a emplear, se planteen distintas alternativas a trabajar.

Para la determinación de la localización óptima del proyecto se debe tener en cuenta que los análisis deben ser integrales, por lo que los factores cuantitativos como lo son coste del transporte de materia prima y del producto, y los cualitativos tales como, clima, actitud de la comunidad, entre otros tendrán el mismo nivel de importancia, lo que conllevara a resultados satisfactorios.

Con respecto a la ingeniería del proyecto se tienen los muy automatizados y los manuales los cuales estarán determinados en gran medida por la determinación de capital, en la misma línea encontramos el análisis y determinación de los equipos necesarios, la distribución física de estos en la planta y la distribución general de la

panta. Cabe señalar que el estudio administrativo, organizativo y legal son tratados a fondo en la etapa del proyecto definitivo por su importancia y delicadeza, por lo que solo se menciona la idea general que se tiene sobre ellos, pues de otra manera “se debería hacer una selección adecuada y precisa del personal, elaborar un manual de procedimientos y un desglose de funciones, extraer y analizar los principales artículos de las distintas leyes que sean de importancia para la empresa, y como esto es un trabajo delicado y minucioso, se incluye en la etapa de proyecto definitivo” (Urbina, Evaluación de proyectos, s.f., pág. 6)

3.2.3. ESTUDIO ECONÓMICO

Tiene como objetivo ordenar de forma sistemática toda la información financiera mencionadas en las etapas anteriores lo cual permitirá organizar la información con la finalidad de analizarlas y así poder realizar la evaluación económica.

- Se determinan los costos totales y de inversión inicial partiendo de los estudios de ingeniería, cabe aclarar que dichos costos dependen de la tecnología a implementar.
- Luego se tiene el cálculo del capital de trabajo que independientemente que este haga parte de la inversión inicial, no se encuentra ligado a una depreciación ni amortización por ser de naturaleza líquida.
- Actualmente antes de invertir en determinado proyecto es trascendental estar informado, por lo cual debemos contar con el mayor apoyo posible a la hora de buscar la información necesaria para la puesta en marcha, ya que invertir siempre será un riesgo.
- De ahí la importancia de la evolución de proyectos, y aunque cada investigación, así como su respectiva inversión sean diferentes, únicas y distintas a las demás, la metodología aplicada en cada uno de ellos es similar ya que se puede adaptar

a cualquier proyecto. Las áreas generales a las que podemos aplicar la metodología de evaluación de proyectos son:

- Instalación de una planta totalmente nueva.
- Elaboración de un nuevo producto en una planta ya existente.
- Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales.

Como estructura general en la metodología de un proyecto podemos distinguir tres niveles de profundidad (Urbina, Evaluación de proyectos, s.f., pág. 4)

1. Perfil, gran visión o identificación de la idea: Este se elabora a partir del juicio común y en términos monetarios solo representa cálculos globales.
2. Estudio de pre factibilidad o anteproyecto: Profundiza en la investigación de mercados, detalla tecnología a emplear, determina costos totales y rentabilidad económica, es la base de apoyo de los inversionistas para la toma de decisiones.
3. Proyecto definitivo: Contiene información del anteproyecto, así como también los canales de comercialización del producto, contratos de venta, actualizaciones de las cotizaciones de la inversión y planos arquitectónicos.

De acuerdo con todo lo anterior podemos determinar que estos métodos de evaluación nos permiten conocer el valor del dinero a través del tiempo, factor de suma importancia en la toma de decisiones a la hora de invertir.

3.3. REFERENTE CONCEPTUAL

- **CANALES DE COMERCIALIZACION:** Son los medios seleccionados por la empresa para ofrecer tanto productos como servicios (Educació, 2018)
- **CONSUMIDOR FINAL:** Es el último eslabón en la cadena de distribución y es quien en verdad necesita el servicio y sobre este quien cubre los costos y gastos cuando paga por el producto o servicio. (marketing4food, 2016)
- **DEMANDA:** Es la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.
- **ESTUDIO DE MERCADO:** Son todos aquellos procesos que se llevan a cabo para conocer variables del mercado tales como, necesidades, gustos, proveedores, target, entre otros (Rico, 2017).
- **FACTIBILIDAD:** Hace referencia a la información que permite la toma de decisiones acertadas en un proyecto (Miranda & Juan, 2005).
- **ESTUDIO FINANCIERO:** Se contempla como parte fundamental en la evaluación de proyectos de inversión, a través de este se obtiene información tal como estimaciones de ventas futuras, estimación de inversiones, costos, entre otras; necesaria para iniciar un proyecto desde cero, inversión en proyectos en marcha, compra de empresas (Federico, Zona Economica, 2019)
- **INVERSION:** Se entiende como la conducta vertebral de todo proyecto y se obtiene a través del desarrollo del estudio técnico, de mercado y el organizacional, esta se realiza antes de la puesta en marcha de la fase de implementación (Federico, Econlink, 2009).
- **OFERTA:** Es la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones tales como precio, cantidad y en un determinado momento (proyectos, 2011).

4. MÓDULO DE MERCADO

4.1. SERVICIO

A raíz de las distintas labores que las personas desempeñan a diario el factor tiempo se convierte en una variable importante al momento de atender percances, como lo puede ser una pluma rota, tuberías averiadas, circuito eléctrico dañado, entre otras debido a la falta de tiempo o conocimiento, es por ello que Multiservicios ofrecerá los servicios de mantenimiento y reparaciones eléctricas, de plomería y albañilería, teniendo como base la oferta de un servicio garantizado a través de una figura legal visible la cual contará con recursos humanos calificados comprometidos con la oferta de servicios de calidad y responsable, disponible siempre a tender las necesidades de sus clientes.

4.2. CONSUMIDORES

Los servicios que ofrecerá Multiservicios estarán enfocados a un mercado objetivo el cual se encuentra ubicado en los estratos 3, 4, 5, y 6 de la ciudad de Montería cuyo total es de 25.738 hogares, (Veolia, 2019). A raíz de las distintas labores que las personas desempeñan a diario el factor tiempo se convierte en una variable importante al momento de atender percances o realizar reestructuraciones tales como; plomería, electricidad, albañilería, ebanistería, herrería; debido a la falta de conocimiento o tiempo para desempeñar dichas actividades, estamos seguros que nuestros servicios tendrán una alta acogida en los hogares monterianos.

4.3. DELIMITACIÓN DEL ÁREA GEOGRÁFICA

Montería es un municipio colombiano, capital del departamento de Córdoba, está ubicado al noroccidente del país en la región caribe, esta se encuentra irrigada por numerosos riachuelos, siendo la principal fuente hídrica el río Sinú por lo que es conocida como la “la perla del Sinú”. Su topografía es básicamente plana con algunas elevaciones de menor importancia. La parte occidental de la ciudad está surcada por la serranía de Las Palomas. Al norte limita con el municipio de Cereté, Puerto Escondido y San Pelayo; al este con San Carlos y Planeta Rica; al sur con Tierralta y Valencia; al oeste con el departamento de Antioquia y los municipios de Canalete, Puerto Escondido y Los Córdoba. Es reconocida como una de las ciudades con mayor crecimiento y desarrollo en los últimos años por impulsar el desarrollo sostenible, cuenta con 381.284 habitantes en total, según censo del (Dane, 2005) (Dane,2005).

Los servicios prestados por la empresa Multiservicios tendrán como objetivo a corto plazo los estratos 3, 4, 5, y 6 y a mediano y largo plazo poder contar con presencia tanto a nivel regional como nacional. El proyecto se ha enfocado a éste mercado objetivo ya que son estos estratos en donde se presenta mayor contratación y mejor remuneración de dichos servicios siempre y cuando sea de calidad y es en esta característica en que basaremos nuestra propuesta de valor.

4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

4.4.1. CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para poder determinar y medir la demanda, debemos realizar proyecciones estadísticas, para lo cual utilizaremos el método estadístico pro balístico, aleatorio simple, que requiere necesariamente la determinación de una muestra, ahora bien, como es conocida la población utilizamos la siguiente ecuación (Otzen & Mentorola, 2017)

$$n = \frac{Z^2 N P Q}{E^2(N-1) + Z^2 P Q}$$

Dónde:

Z = Variable de confianza.

N = Tamaño de la población.

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

E = Margen de error.

Reemplazando en la fórmula:

Z= 1,962 N= 25.738 P= 0.5 Q=0.5 E= 0.052 (Veolia, 2019)

$$n = \frac{(1,96)^2 (25.738) (0.5) (0.5)}{(0.05)^2(25.738- 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

n = 370 encuestas

4.5. CUESTIONARIO

Para realizar la recolección de la información se diseñó un cuestionario estructurado con respuestas abiertas, cerradas y de selección múltiple con única respuesta. (Ver anexo 1).

4.5.1. CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL

Para llevar a cabo la investigación fueron necesarios datos de la cantidad de personas que residen en los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Montería, por lo cual

nos apoyamos en la tabla de usuarios de la empresa Veolia, los cuales están presentes en su sitio web oficial. (Veolia, 2019)

FORMULA

$$DA = N * n$$

N – Tamaño de la población

n – Tamaño de la muestra

DA – Demanda actual

N – 25.738

n – 100%

$$DA = 25.738 * 100\%$$

$$DA = \mathbf{25.738}$$

Para hallar la demanda actual tuvimos en cuenta la pregunta n° 1 del cuestionario, la cual refleja el número de personas que contratan servicios varios, el cual fue de 370 personas, es decir un 100% del total de los encuestados.

Tabla 1 *Base de consumo*

1. A CONTRATADO SERVICIOS VARIOS		
	CANTIDAD	%
SI	370	100%
NO	-	0%
TOTAL	370	100%
BASE DE CONSUMO		25.738

Fuente: Elaboración Propia

Lo siguiente fue tomar en cuenta la información recopilada en la pregunta N° 3 en donde se identificamos el tipo de servicio que contratan, la frecuencia de contratación de servicios varios y el motivo que conlleva a solicitud del servicio.

Tabla 2 *Demanda actual*

FRECUENCIA	SERVICIOS					TOTAL	MESES DEL AÑO	TOTAL	MESES DEL AÑO	TOTAL	MESES DEL AÑO	TOTAL
	ELECTRICIDAD	PLOMERIA	ALBAÑILERIA	HERRERIA	EBANISTERIA							
CADA 3 MESES	12	17	18	0	3	50	3	150	4	600	1	600
CADA 6 MESES	113	70	66	13	0	262	2	524	2	1048	1	1048
CADA AÑO	5	8	21	12	12	58	1	58	1	58	1	58
TOTAL	130	95	105	25	15	370	TOTAL					1706

Fuente: Elaboración Propia

DA: 1706

Trabajaremos con la población objeto de estudio el cual es de 25.738 personas en los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Montería, de acuerdo con el porcentaje de lo que contratan servicios varios, equivale al 100%, es decir, 25.738 personas. Este lo explicaremos en varias tablas adicionales que representan la frecuencia de contratación.

Tabla 3 *Base de consumo por servicios*

SERVICIO	CANTIDAD	NÚMERO DE HOGARES	PORCENTAJE	BASE DE CONSUMO
ELECTRICIDAD	130	130	35%	9.043
PLOMERIA	95	95	26%	6.608
ALBAÑILERIA	105	105	28%	7.304
HERRERIA	25	25	7%	1.739
EBANISTERIA	15	15	4%	1.043
TOTAL	370	370	100%	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4 Demanda anual por servicios

SOLICITUD DE CONTRATISTAS ELECTRICOS 35%						
SERVICIO	PERIODICIDAD	BASE DE CONSUMO	CAN TIDAD	%	TOTAL POR MESES	TOTAL POR AÑO
ELECTRICIDAD	CADA 6 MESES	9.043	100	77%	41.737	83.475
	CADA AÑO		25	19%	1.739	1.739
	CADA 3 MESES		5	4%	1.043	4.174
TOTAL			130	100%	44.520	89.387
SOLICITUD DE CONTRATISTAS PLOMEROS 26%						
SERVICIO	PERIODICIDAD	BASE DE CONSUMO	CAN TIDAD	%	TOTAL POR MESES	TOTAL POR AÑO
PLOMERIA	CADA 6 MESES	6.608	47	49%	19.617	39.233
	CADA AÑO		12	13%	835	835
	CADA 3 MESES		36	38%	7.513	30.051
TOTAL			95	100%	27.964	70.119
SOLICITUD DE CONTRATISTAS ALBAÑILES 28%						
SERVICIO	PERIODICIDAD	BASE DE CONSUMO	CAN TIDAD	%	TOTAL POR MESES	TOTAL POR AÑO
ALBAÑILERIA	CADA 6 MESES	7.304	72	69%	30.051	60.102
	CADA AÑO		13	12%	904	904
	CADA 3 MESES		20	19%	4.174	16.695
TOTAL			105	100%	35.129	77.701
SOLICITUD DE CONTRATISTAS HERREROS 7%						
SERVICIO	PERIODICIDAD	BASE DE CONSUMO	CAN TIDAD	%	TOTAL POR MESES	TOTAL POR AÑO
HERRERIA	CADA 6 MESES	1.739	5	17%	1.739	3.478
	CADA AÑO		22	73%	1.275	1.275
	CADA 3 MESES		3	10%	522	2.087
TOTAL			30	100%	3.536	6.840
SOLICITUD DE CONTRATISTAS EBANISTAS 4%						

SERVICIO	PERIODICIDAD	BASE DE CONSUMO	CAN TIDAD	%	TOTAL POR MESES	TOTAL POR AÑO
EBANISTERIA	CADA 6 MESES	1.043	4	27%	1.669	3.339
	CADA AÑO		9	60%	626	626
	CADA 3 MESES		2	13%	417	1.669
TOTAL			15	100%	2.713	5.635

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 5 *Total demanda anual*

TOTALES ANUALES	
SERVICIO	TOTAL
ELECTRICIDAD	89.387
PLOMERIA	70.119
ALBAÑILERIA	77.701
HERRERIA	6.840
EBANISTERIA	5.635
TOTAL	249.682

Fuente: Elaboración Propia

TOTAL DEMANDA ACTUAL 204.814

4.6. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL

Con base en la información recopilada en las encuestas, se realiza la proyección de la demanda del año 1 al año 5.

Tabla 6 *Proyección demanda actual*

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL						
DEMANDA FUTURA	SERVICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ELECTRICIDAD	90.299	91.220	92.151	93.091	94.040
	PLOMERIA	70.834	71.556	72.286	73.024	73.768
	ALBAÑILERIA	78.493	79.294	80.103	80.920	81.745
	HERRERIA	6.910	6.981	7.052	7.124	7.196
	EBANISTERIA	5.692	5.750	5.809	5.868	5.928

Fuente: Elaboración Propia

4.7. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Participación de la competencia en el mercado.

Se realizó una investigación a los diferentes contratistas prestadores de servicios en Montería lo cual arrojó la siguiente información sobre los servicios.

Tabla 7 Análisis de la oferta de servicios eléctricos y de albañilería

ANALISIS DE LA OFERTA ELECTRICISTAS					
CONTRATISTA	OFERTA DIARIA	DIAS	TOTAL	MES	TOTAL
ISIDRO HOYOS	2	30	60	12	720
ANTONIO HOYOS	4	30	120	12	1.440
JAIME MACEA	7	30	210	12	2.520
HENRY MACEA	6	30	180	12	2.160
CARLOS ORTIZ	8	30	240	12	2.880
JAVIER CERVATES	10	30	300	12	3.600
TOTLA					13.320
ANALISIS DE LA OFERTA ALBAÑILERÍA					
CONTRATISTA	OFERTA DIARIA	DIAS	TOTAL	MES	TOTAL
CESAR RAMOS	2	30	60	12	720
IVAN VARGAS	2	30	60	12	720
CAMILO HERNANDEZ	4	30	120	12	1.440
LUIS ARGEL	7	30	210	12	2.520
JOSE LLORENTE	3	30	90	12	1.080
ROBIN SÁNCHEZ	3	30	90	12	1.080
TOTLA					7.560

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8 *Análisis de servicios de plomería*

ANALISIS DE LA OFERTA PLOMERÍA					
CONTRATISTA	OFERTA DIARIA	DIAS	TOTAL	MES	TOTAL
FARIT VARGAS	3	30	90	12	1.080
JOSE BOLAÑOS	2	30	60	12	720
EDWAR HERNANDEZ	2	30	60	12	720
LUIS DEL TORO	3	30	90	12	1.080
CAMILO DIAZ	4	30	120	12	1.440
LUIS DIAZ	2	30	60	12	720
TOTLA					5.760

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9 *Análisis de servicios de herrería*

ANALISIS DE LA OFERTA HERRERRIA					
CONTRATISTA	OFERTA DIARIA	DIAS	TOTAL	MES	TOTAL
IVAN BELTRAN	2	30	60	12	720
JOSE PESTANA	4	30	120	12	1.440
LEANDRO FUENTES	4	30	120	12	1.440
ROBERTO GENES	3	30	90	12	1.080
ANDRES GENES	2	30	60	12	720
KEVIN MONTES	4	30	120	12	1.440
TOTLA					6.840

Fuente: Elaboración Propia

4.8. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Participación de la competencia en el mercado.

Se realizó una investigación a los diferentes contratistas prestadores de servicios en Montería lo cual arrojó la siguiente información sobre los servicios.

Tabla 10 *Proyección de la oferta*

PROYECCIÓN DE LA OFERTA						
OFERTA FUTURA	ELECTRICIDAD	13.420	13.521	13.622	13.724	13.827
	PLOMERIA	5.803	5.847	5.891	5.935	5.979
	ALBAÑILERIA	7.617	7.674	7.731	7.789	7.848
	HERRERIA	6.891	6.943	6.995	7.048	7.100
	EBANISTERIA	3.627	3.654	3.682	3.709	3.737

Fuente: Elaboración Propia

4.9. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE

Tabla 11 *Demanda insatisfecha*

	SERVICIO	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA FUTURA	ELECTRICIDAD	90.299	91.220	92.151	93.091	94.040
	PLOMERIA	70.834	71.556	72.286	73.024	73.768
	ALBAÑILERIA	78.493	79.294	80.103	80.920	81.745
	HERRERIA	6.910	6.981	7.052	7.124	7.196
	EBANISTERIA	5.692	5.750	5.809	5.868	5.928
OFERTA FUTURA	ELECTRICIDAD	13.420	13.521	13.622	13.724	13.827
	PLOMERIA	5.803	5.847	5.891	5.935	5.979
	ALBAÑILERIA	7.617	7.674	7.731	7.789	7.848
	HERRERIA	6.891	6.943	6.995	7.048	7.100
	EBANISTERIA	3.627	3.654	3.682	3.709	3.737
DEMANDA INSATISFECHA	ELECTRICIDAD	76.879	77.700	78.529	79.366	80.213
	PLOMERIA	65.031	65.710	66.396	67.089	67.789
	ALBAÑILERIA	70.877	71.620	72.372	73.131	73.898
	HERRERIA	19	38	57	76	96
	EBANISTERIA	2.065	2.096	2.127	2.159	2.191

Fuente: Elaboración Propia

4.9.1. DETERMINACIÓN DEL TIPO DE DEMANDA DETECTADA

Dado que la demanda es dependiente de gustos y preferencias deberemos desarrollar las estrategias necesarias para ser capaces de realizar las acciones que nos permitan alcanzar el éxito. En este caso nos enfocaremos en la Demanda Insatisfecha.

DEMANDA INSATISFECHA: es cuando la oferta no alcanza a satisfacer la demanda, por lo cual debemos calcular la magnitud de la misma, para de ese modo determinar o establecer que cantidad de producto se necesita para satisfacer al mercado.

Para determinar el tipo de demanda debemos tener en cuenta los siguientes factores:

- Precios del servicio.
- Precio de bienes sustitutos y complementarios.
- Renta del consumidor.
- Estímulos del marketing.

Las cuales pueden ser.

Variables No Controlables: son aquellas en las que la empresa no tiene ningún control. Entre ellas podemos identificar las siguientes:

- Relativas al consumidor: Edad, sexo, gustos y preferencias.
- Relativas al entorno: Aquellas que afectan tanto al consumidor como a la demanda, como son factores culturales y económicos entre otros.

- Relativas a la competencia: Ventajas competitivas, estrategias de marketing, cadenas de distribución, etc. Es decir, cualquier acción que realice la competencia, que estas pueden afectar la demanda de un producto o servicio.

4.10. ANÁLISIS DE PRECIOS

Nuestro mercado objetivo está compuesto por personas con gustos exigentes, que siempre tienen en cuenta la calidad del servicio por encima del precio, es decir, siempre y cuando el servicio satisfaga sus expectativas no tendrán ningún reparo en pagar el precio que cueste dicho servicio.

Es por ello luego de analizar los precios que maneja la competencia con referencia a los servicios que ofertara Multiservicios y el nivel de satisfacción de estos con dicho servicio, se realiza un promedio de los precios aportados por los encuestados en la pregunta N° 9 en donde se determinó lo siguiente.

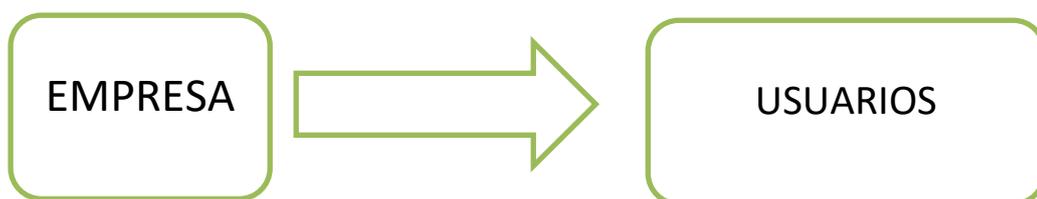
Los precios presentados a continuación fueron determinados según el punto de equilibrio en el cual se suman los costos fijos más costos variables entre las unidades a producir más el margen de utilidad que deseamos ganar el cual es del 25%, ya que este es el margen que deseamos ganar por servicio.

- Para el servicio de plomería se tendrá en cuenta un precio de \$ 224.020
- Para el servicio de electricidad se tendrá en cuenta un precio de \$ 189.496
- Para el servicio de albañilería se tendrá en cuenta un precio de \$ 205.542

4.11. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Estos definen las diferentes etapas que atraviesa un producto desde el fabricante al consumidor final, este representa un canal interactivo entre fabricante, intermediario y consumidor.

Teniendo en cuenta que los servicios son intangibles en la empresa Multiservicios, optaremos por utilizar un tipo de distribución productor – consumidor ya que el proceso de la oferta del servicio y la venta de este requiere en la mayoría de los casos un contacto personal entre el oferente y el consumidor por lo que se emplea un canal directo.



4.12. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO REALIZADO

Con base en los resultados obtenidos, se evidencia que existe una demanda insatisfecha la cual estamos seguro puede ser cubierta por la empresa Multiservicios a través de la oferta de servicios varios de calidad, responsables de la mano de un talento humano

calificado lo que nos permitirá obtener reconocimiento por parte de nuestro mercado objetivo, ya que una de las variantes de la investigación fue el alto nivel de insatisfacción que presentan las personas encuestadas y esta se convertirá en nuestra propuesta de valor.

5. MODULO TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

Objetivo del estudio técnico

- Realizar un estudio técnico que nos permita determinar el tamaño, localización y distribución en planta de la empresa con la finalidad de identificar y estandarizar los procesos necesarios para llevar a cabo la oferta de servicios varios de una forma responsable y eficiente, teniendo como referente los requerimientos necesarios de dicha empresa.

5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

Teniendo como base los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se evidencia que la demanda actual supera a la oferta actual por lo que se identifica una demanda insatisfecha es por ello que para el primer año del proyecto el tamaño de mercado que será atendido serán los siguientes.

Plomería 650 servicios, electricidad 769 servicios y albañilería 709 servicios trabajando de lunes a sábado en jornadas de 8:00 a.m. a 12:00 m. La demanda a cubrir en el primer año corresponde al 1% de la demanda insatisfecha existente en el mercado.

5.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

5.2.1. ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN A NIVEL MACRO

Para realizar el estudio de macrolocalización del proyecto se tuvieron en cuenta factores relevantes como Económicos, Culturales, Políticos y Sociales, en los Municipios de Cereté, Montería y Lórica.

El orden en que quedaron las alternativas fue:

Montería: 77

Cereté: 68

Lórica: 64,5

Por lo que se determinó que el municipio es la mejor alternativa a partir de análisis de factores tales como Ubicación del consumidor, Dinamismo económico, Costo de Mano de Obra, Interés del Municipio y Actitud de la Comunidad

Tabla 12 Localización macro

FACTORES RELEVANTES	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
		Cerete		Montería		Lorica	
	Esc.0-1	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
		Esc.1-100		Esc.1-100		Esc.1-100	
ECONOMICOS							
Ubicación del consumidor	0.20	60	12	90	18	60	12
Vías de comunicación	0.10	80	8	80	8	60	6
Medios de comunicación.	0.10	80	8	90	9	70	7
Ubicación de proveedores	0.10	80	8	80	8	80	8
Dinamismo económico	0.10	70	7	90	9	80	8
Costo mano de obra	0.05	90	4.5	90	4.5	80	4
CULTURAL							

Hábitos de compra	0,1	80	8	80	8	80	8
POLITICOS							
Regulaciones específicas	0,05	80	4	80	4	70	3,5
SOCIAL							
Actitud de la comunidad	0.1	85	8.5	85	8.5	80	8
TOTAL	1.00		68		77		64,5

Fuente: Elaboración Propia

5.2.2. ESTUDIO DE LOCALIZACIÓN A NIVEL MICRO

Para realizar el estudio de la Microlocalización del proyecto se tuvieron en cuenta factores relevantes como Disponibilidad locativas, Costo de arriendo, Costo de Servicios Públicos, Afluencia de Clientes y Disponibilidad de expansión,

El orden en que quedaron las alternativas fue:

Barrio Costa de Oro (Cll 27 con Cr 14): 68.5

Barrio Monteverde: 74

Barrio P-5: 62

La mejor alternativa la constituye el barrio Monteverde del municipio de Montería, teniendo en cuenta los siguientes factores relevantes para el éxito: Disponibilidades Locativas, Competencia, Seguridad y Posibilidades de Expansión.

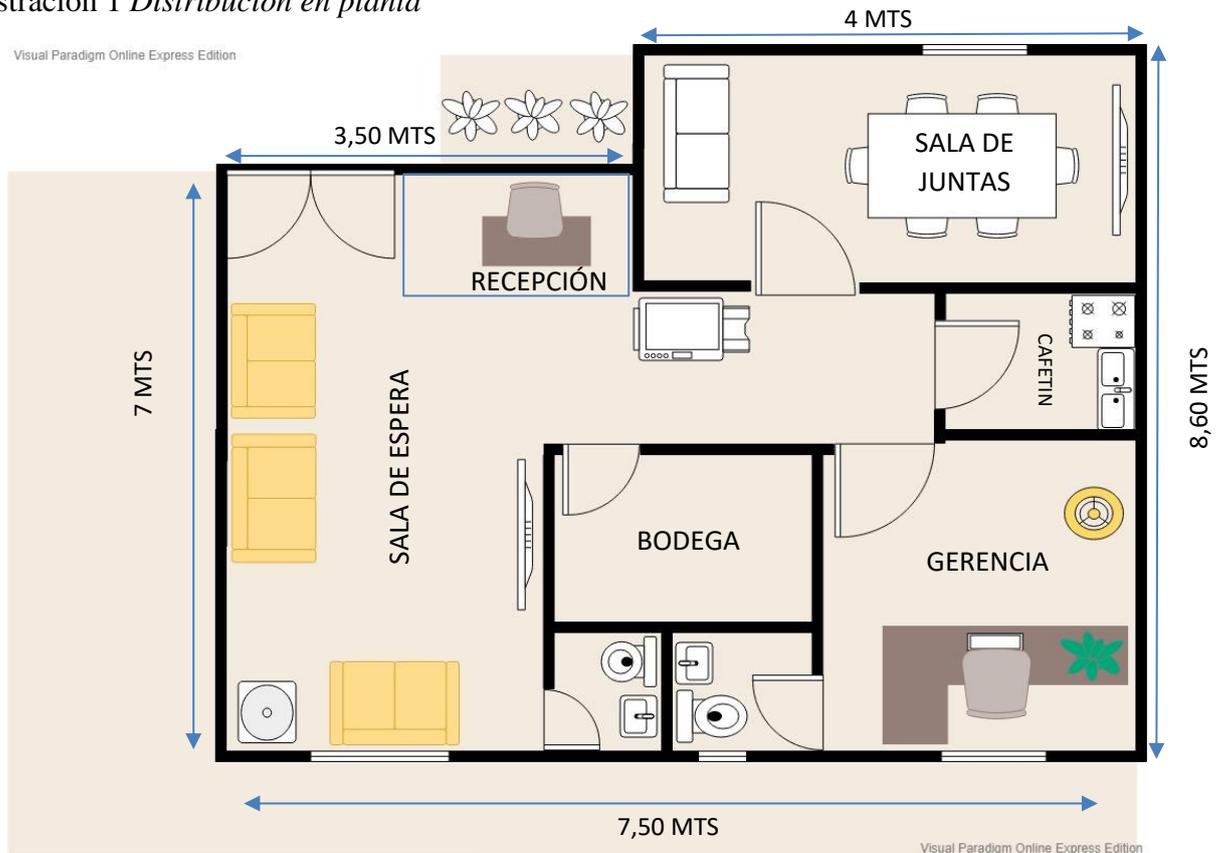
Tabla 13 Localización micro

	Peso asignado	Alternativa de localización					
		Barrio Costa de Oro (CII 27 con Cr 14)		Barrio Monteverde		Barrio P-5	
Factores relevantes	(0-1)	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
		(0-100)		(0-100)		(0-100)	
Disponibilidad locativas	0.25	60	15	60	20	80	15
Costo de arriendo	0,15	80	12	80	10	60	13
Costo de servicios públicos	0,15	80	12	80	10	70	13
Afluencia de clientes	0.25	70	17,5	70	20,5	90	10
Posibilidades de expansión	0.20	60	12	60	13,5	80	11
TOTAL	1.00		68,5		74		62

Fuente: Elaboración Propia

5.3. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

Ilustración 1 *Distribución en planta*



(HomeByMe, 2019)

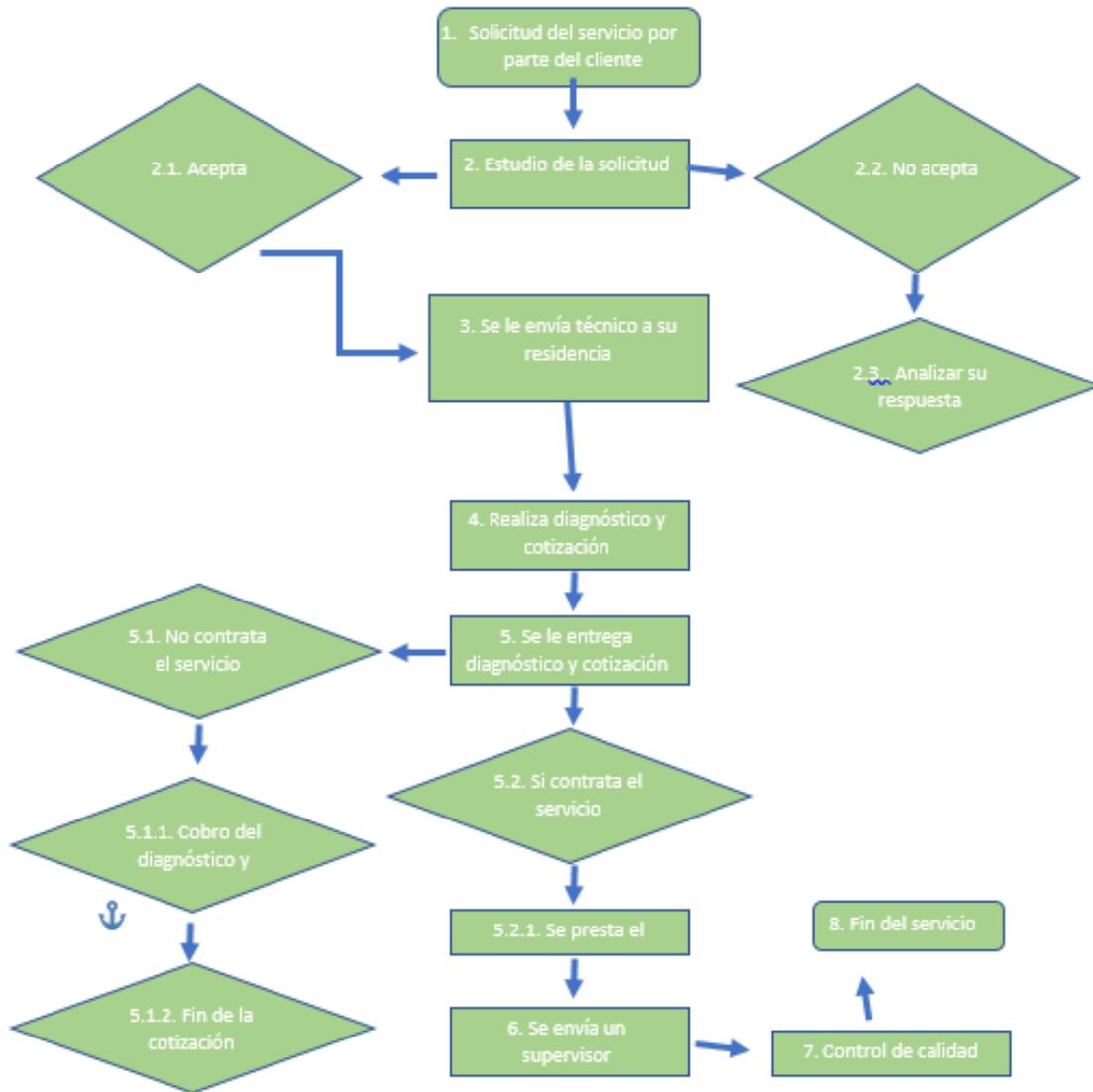
Local de 8,60 metros de ancho por 7,50 metros de profundidad el cual está distribuido de la siguiente manera.

- Gerencia 2,70 metros de largo por 2,90 metros de ancho
- Cafetín 2,50 de ancho por 2,40 metros de largo
- Sala de juntas 2,90 metros de ancho por 4,10 metro de largo
- Recepción 1,80 metros de ancho por 2,0 metros de largo
- Sala de espera 5,20 metros de ancho por 3,0 metros de largo

5.4. PROCESO DE OFERTA DE SERVICIO

5.4.1. DIAGRAMA DE PROCESOS

Ilustración 2 *Diagrama de procesos*



Fuente: Elaboración Propia

5.4.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

1. Solicitud del servicio por parte del cliente

El cliente solicita el servicio a través de la página web de la empresa, en donde éste realizará una descripción detallada de la necesidad y tendrá la oportunidad de anexar evidencia visual.

2. Estudio de solicitud

Se analiza la información suministrada por parte del usuario a través de la página con el objetivo de determinar qué tipo de servicio es solicitado, es decir, Eléctrico, albañilería o plomería, en este punto se realiza un diagnostico breve con la información suministrada, se le envía al usuario y este determina si desea o no que se le envíe un técnico al domicilio del cliente para realizar el levante de información necesaria.

2.1.Si acepta el diagnostico breve

En este punto se realiza un diagnostico breve con la información suministrada, se le envía al usuario y este determina que desea que se le envíe un técnico al domicilio del cliente para realizar el levante de información necesaria.

2.2.Si no acepta el diagnostico breve

En este punto se realiza un diagnostico breve con la información suministrada, se le envía al usuario y este determina que no desea que se le envíe un técnico al domicilio **del cliente para realizar el levante de información necesaria.**

2.3.Análisis de su respuesta

Se le realizan diversas preguntas para analizar la negativa de su respuesta y así poder brindar una solución oportuna y adecuada

3. Se le envía técnico a su residencia

Luego de recibir información y de determinar el tipo de servicio, se le envía solicitud vía correo o mensaje de texto al técnico seleccionado, el cual se dirige al domicilio del cliente para realizar levante de la información sobre la necesidad expuesta, se realiza diagnóstico, cotización y precio de la mano de obra del servicio.

4. Se realiza diagnóstico y cotización

El técnico procede con el levante de información que permita determinar anomalía y sus posibles soluciones y luego realiza cotización del servicio.

5. Se le entrega diagnóstico y cotización

Se le entrega diagnóstico y cotización del servicio al cliente y este decide si contrata o no el servicio

5.1.No contrata el servicio

Se le envía diagnóstico, cotización y precio del servicio a través de correo o mensaje de texto al cliente, éste analiza y determina si contrata el servicio o no. En el caso que no desee contratar el servicio, se le cobra solo el diagnóstico y cotización y se finaliza la prestación del servicio.

5.2.Si contrata el servicio

Se le envía diagnóstico, cotización y precio del servicio a través de correo o mensaje de texto al cliente, éste analiza y determina si contrata el servicio o no. En el caso de contratar el servicio se procede prestarlo. En este punto se determina el tipo de servicio y el técnico según la necesidad, luego se le notifica a éste a través de correo o mensaje de texto, el técnico cumple con la solicitud, finalizado el servicio el técnico da por

terminado el servicio a través de la plataforma, al tiempo le llega notificación al cliente y al supervisor.

6. Se envía un supervisor

Se envía supervisor para valorar el servicio prestado por parte del técnico en donde se valora lo siguiente.

- Nivel de responsabilidad del técnico
- Respeto por parte del técnico y por parte del cliente
- Calidad del servicio por parte del técnico
- Calidad de los materiales utilizados
- Limpieza del lugar de trabajo
- Disposición final de los desechos finales en el domicilio del cliente

Luego de aplicar la lista de chequeo el supervisor envía una encuesta de satisfacción del servicio al cliente.

6.1.Cobro del servicio

El supervisor procede a cobrar el servicio prestado

7. Control de calidad

Durante el mes siguiente a la prestación del servicio, la empresa se comunicará a través de la plataforma con el cliente para verificar el estado del servicio.

8. Fin del servicio

En este punto se da por terminado el servicio y si el cliente es nuevo se registra en una base de datos, para efectos de seguimiento de calidad y oferta de nuevos servicios.

5.5. NATURALEZA JURÍDICA

La empresa prestadora de servicios varios “Multiservicios” será constituida como una Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S., debido a la flexibilidad contractual que esta aporta, es fácil de constituir además que se puede determinar un objeto social indeterminado lo que le permite a la empresa desempeñarse en cualquier ámbito sin caer en problemas legales a futuro.

De igual forma se resalta el que los acreedores no pueden afectar el patrimonio de los socios, lo cual les brinda un respaldo. Seguido a esto, cuenta con una ventaja sobresaliente y es el poder ofertar distintos servicios lo que permite a futuro poder contar con un porfolio de servicios diversificado.

También nos permite escoger las normas societarias que más nos convengan y nos da la posibilidad de hacer el pago de nuestro aporte en un plazo de hasta dos años y no exige una cuota o porcentaje mínimo inicial lo cual facilita su constitución.

5.6. MISIÓN

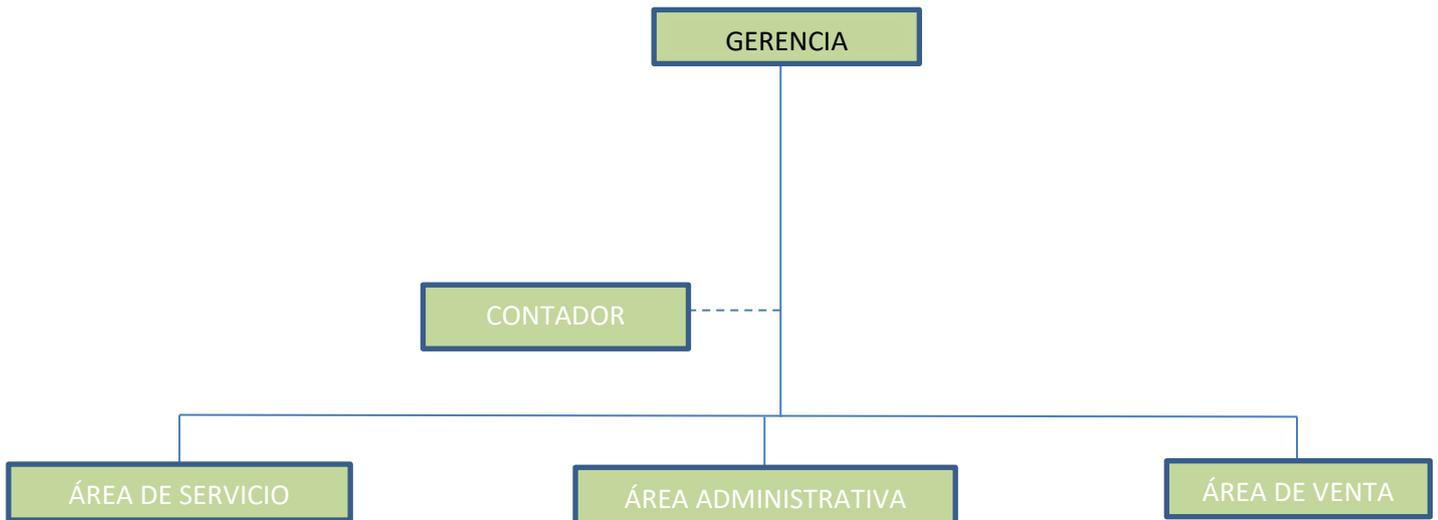
Ofrecer servicios varios a los habitantes de la ciudad de Montería a través de una página web y apoyados en un personal calificado con el objetivo de satisfacer las necesidades propuestas con altos estándares de calidad, al tiempo que se contribuye a la oferta de empleos en el municipio como base para impulsar la prosperidad, la inclusión y la cohesión social de manera sostenible y creciente.

5.7. VISIÓN

Ser reconocidos como la empresa líder en la oferta de servicios varios con altos niveles de calidad en el municipio de Montería para el año 2024. Proyectando un crecimiento

sólido y constante que se refleje en los principales municipios del departamento de Córdoba.

5.8. ORGANIGRAMA



5.9. MANUAL DE FUNCIONES

Tabla 14 *Manual de funciones del gerente*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Asamblea de accionista
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Junta de socios
Requisitos Mínimos	
Educación:	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores: Universitarios. - Títulos: Administrador de Empresas, Administrador Financiero, Ingeniero Industrial. - Estudios complementarios: Sistema, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
Experiencia:	2 años como mínimo de experiencia en cargos similares.
Objetivo Principal	
<p>Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.</p>	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. - Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. - Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. - Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. - Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre 	

<p>las reparaciones o desperfectos en la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. - Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros. - Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros. - Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.
--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 15 *Manual de funciones del contador*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Contador
Dependencia:	Área de financiera
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Contador Público Titulado
Experiencia:	2 años de experiencia relacionadas con el cargo
Objetivo Principal	
<p>Es la persona encargada de la medición, análisis e interpretación de la información en la elaboración de estados financieros, en los cuales se exprese de manera clara, confiable, oportuna y útil la información de la Asociación. Así mismo servir de órgano sucesor y de apoyo en la toma de decisiones de la administración cumpliendo la normatividad vigente.</p>	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Suministrar de manera clara la información de relevancia para la administración. - Responsable de las decisiones tomadas por la gerencia en base a la información suministrada en cuanto a aspectos contables tributarios y financieros. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Verificar y asegurar que los datos contables relacionados con la cartera se estén controlando de acuerdo con lo establecido por la junta de accionistas y el gerente. - Verificar y supervisar el pago de los diferentes tributos de los cuales es responsable la asociación de acuerdo a la normatividad vigente. - Verificar y controlar que los cheques sean debidamente soportados y contabilizados. - Asegurarse que tanto los gastos como los ingresos sean registrados en la contabilidad. - Verificar el pago a los proveedores y los clientes seas aplicados correctamente. - Verificar el cumplimiento de todas las obligaciones adquiridas por la asociación
--

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 16 *Manual de funciones de la secretaria*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Secretaria
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico en Secretariado Ejecutivo y manejo sistemas actualizados
Experiencia:	1 año de experiencia relacionada al cargo
Objetivo Principal	
Persona organizada, con altos niveles de atención y concentración. Debe estar en la capacidad de tomar decisiones y seguir órdenes. Excelente manejo del lenguaje, y de las relaciones interpersonales.	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de la Caja menor (previa aprobación de la Junta de socios) - Transcribir los diferentes documentos relacionados con la dependencia. 	

<ul style="list-style-type: none"> - Mantener en orden el archivo de la oficina. - Recibir, radicar y despachar oportunamente la correspondencia y demás documentos relacionados con la oficina y controlar el recibo correcto por parte del destinatario - Atender las llamadas telefónicas y al público o funcionarios que se presentan a la oficina. - Redactar la correspondencia que le indique el Gerente. - Controlar la existencia de útiles y papelería para la oficina. - Proyectar y preparar los convenios de carácter institucional. - Tramitar todas las cuentas pertinentes de Multiservicios. - Dar respuesta oportuna y veraz a los informes solicitados por el Gerente - Tener disponibilidad permanente para el cumplimiento de sus funciones en caso de emergencia. Poner en conocimiento de su superior inmediato las irregularidades o anomalías relacionadas con los asuntos, elementos o documentos que se encuentran bajo su responsabilidad. - Recibir, modificar inicial y periódicamente la clave de acceso, la cual es personal e intransferible. Responder por todas y cada una de las transacciones realizadas a través de ella. - Mantener el respeto y la cordialidad en todas las relaciones interpersonales que le signifiquen sus funciones tanto en las instalaciones como fuera de ellas. - Responder por todas y cada una de las actividades desarrolladas, asumiendo las consecuencias que se derivan en el ejercicio de sus funciones. Desempeñar las demás funciones inherentes al cargo y que le sean asignadas por su jefe inmediato Mantener absoluta reserva sobre los acontecimientos de MULTISERVICIOS y sus asociados. Las demás que le sean asignadas según la naturaleza de su cargo, por su jefe inmediato.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 17 Manual de funciones del supervisor

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Supervisor
Dependencia:	Área de servicios
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en construcción universitario, Aprendiz SENA
Experiencia:	2 años de experiencia relacionadas con el cargo.

Objetivo Principal
El supervisor es la persona responsable de supervisar las solicitudes además del trabajo realizado por los contratistas MULTISRVICIOS.
Funciones del Cargo
<ul style="list-style-type: none"> - Gestionar y supervisar a los contratistas - Ayudar a organizar y planificar los servicios llevados a cabo por la empresa - Ayudar a organizar y planificar los requerimientos de materiales necesarios para darle cumplimiento a la prestación de los servicios. - Coordinar con los contratista y auxiliares de la empresa a cargo el trabajo efectuado mediante una eficaz y eficiente comunicación y/o relación con la finalidad de cumplir las metas propuestas por el área de producción. - Ayudar a optimizar los procesos producción dentro de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18 *Manual de funciones del técnico electricista*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Electricista
Dependencia:	Área de servicios
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Supervisor
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en construcción de redes eléctricas, universitario, Aprendiz SENA
Experiencia:	2 años de experiencia relacionadas con el cargo.
Objetivo Principal	
El técnico electricista será el encargado de atender requerimientos tales como, diseñar, ensamblar, instalar, probar, determinar los fallos y reparar cableado, elementos fijos y dispositivos de control electrónicos, entre otros tipos de equipos relacionados	

Funciones del Cargo

- Leer e interpretar planos, esquemas y bocetos de elementos eléctricos, diagramas de circuito y especificaciones de códigos eléctricos para determinar la disposición del cableado en edificaciones nuevas o existentes.
- Ubicar e instalar una amplia gama de equipos eléctricos, a fin de garantizar una operatividad ecológicamente responsable y segura:
 - Instalar, alterar, reemplazar, reparar y mantener componentes de iluminación y equipos de control y distribución eléctrica, tales como interruptores, relés, sensores, tableros de distribución y demás componentes o artefactos eléctricos.
 - Instalar, examinar, reemplazar y/o reparar generadores, alternadores y baterías industriales de almacenamiento.
 - Entretejer y unir conductos y cables.
 - Fabricar paneles de control y realizar la revisión del cableado.
 - Conectar equipos de audio y comunicación a la electricidad, así como dispositivos de climatización y de señalización.
- Detectar fallos y aislar los desperfectos o averías presentes en sistemas eléctricos y electrónicos, además de desinstalar y reemplazar los componentes defectuosos:
 - Utilizar secuencias establecidas para la detección de averías, verificar las series de posibilidades que involucren el hecho de si el equipo está conectado a la toma de corriente o no, además de verificar los diagramas de diagnóstico en el computador, a los fines de precisar la ubicación y naturaleza de la falla.
- Corregir el cableado y la conexión de los controles de la maquinaria, a los fines de evitar generar daños o condiciones potencialmente peligrosas.
- Realizar programas de mantenimiento preventivo y llevar un registro detallado al respecto:
 - Probar equipos y componentes eléctricos y electrónicos para verificar la continuidad de la electricidad, corriente, voltaje y resistencia haciendo uso de dispositivos de prueba como voltímetros y amperímetros para garantizar la compatibilidad y seguridad de los sistemas.
 - Brindar soluciones a cualquier problema de diseño o instalación.
 - Garantizar que las operaciones de mantenimiento eléctrico cumplan con la legislación aplicable y prácticas comerciales.
- Asistir al supervisor en la coordinación de actividades in situ.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 19 *Manual de funciones del técnico albañil*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Técnico albañil
Dependencia:	Área de servicios
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Supervisor
Requisitos Mínimos	
Educación:	Técnico o tecnólogo en construcción de obras civiles, universitario, Aprendiz SENA
Experiencia:	2 años de experiencia relacionadas con el cargo.
Objetivo Principal	
El técnico albañil será el encargado de planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar las necesidades presentadas desde el momento de su concepción hasta su término, atendiendo al tiempo de ejecución, especificaciones y presupuestos establecidos.	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar y entregar estimaciones presupuestarias para cada servicio. • Planificar y fijar los tiempos de gestión y las fases en proceso de atención del servicio • Ejecutar los trabajos necesarios para la construcción de obras civiles • Realizar las actividades de mantenimientos preventivos y correctivos de las instalaciones locativas. • Servir de apoyo logístico en actividades requeridas en la planeación 	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20 *Manual de funciones del técnico en plomería*

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Técnico Plomería
Dependencia:	Área de servicios
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Supervisor
Requisitos Mínimos	

Educación:	Técnico o tecnólogo en plomería, universitario, Aprendiz SENA
Experiencia:	2 años de experiencia relacionadas con el cargo.
Objetivo Principal	
El técnico en plomería será el encargado de llevar a cabo el diagnóstico, instalación y reparación de tuberías utilizadas para la distribución y desecho de aire, gas y agua en sistemas residenciales e industriales.	
<ul style="list-style-type: none"> • Leer, interpretar y crear bocetos, planos y diagramas para determinar la disposición de los sistemas de tuberías, así como los de drenaje y desechos, además de la red de suministro de agua: <ul style="list-style-type: none"> ○ Buscar y marcar la ubicación de las conexiones de tubos, orificios de paso y demás componentes en paredes y suelos. • Realizar diagnósticos in situ de las fallas y estimar los gastos de reparación. • Instalar, realizar mantenimiento y reparar sistemas y conexiones residenciales, comerciales e industriales, al igual que cualquier otro equipo necesario para la distribución, suministro o disposición de aguas limpias o residuales: <ul style="list-style-type: none"> ○ Medir, cortar y unir tuberías haciendo uso de herramientas manuales y eléctricas o máquinas. ○ Realizar orificios en muros y suelos para arreglar las tuberías según sea necesario. ○ Unir tuberías utilizando una unión principal, abrazaderas, tornillos, pernos, cemento o aplicando las técnicas de soldadura, pegado, calafeteado, entre otros. ○ Instalar, reparar y detectar averías en equipos de aire acondicionado, así como en sistemas de vapor o de agua caliente, además de otros electrodomésticos residenciales o industriales, dispositivos de prevención de reflujo, válvulas de alivio de presión, entre otros tipos de bombas. ○ Instalar y reparar sistemas de gas, agua, aire, de protección de incendios y de aguas residuales. <ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar y probar tuberías utilizando agua y aire a presión para identificar la presencia de averías o fugas. • Educar a los clientes sobre el cuidado y el mantenimiento adecuado de las tuberías. 	

Fuente: Elaboración Propia

5.10. IMAGEN CORPORATIVA



6. MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL

En lo que refiere al aspecto social, Multiservicios busca recobrar la confianza de los consumidores que de una u otra forma se ha perdido por las malas prácticas en las que algunos oferentes de servicios varios han incurrido ya sea por falta de información o por un hábito adquirido ofreciéndoles un canal unidireccional en donde siempre contarán con una respuesta oportuna y seria, haciéndoles saber que su casa siempre estará en buenas manos, es decir, que la persona que atenderá su necesidad, al tiempo que aporta a la creación de empleos, diversificando las fuentes de ingresos, con lo que contribuye a disminuir los índices de delincuencia.

En lo económico se busca con el pago de los aportes y demás impuestos contribuir con el desarrollo de la región, de igual forma contribuirá a la oferta de empleos en el municipio como base para impulsar la prosperidad, la inclusión y la cohesión social de manera sostenible y creciente al tiempo que se mejoran los estándares de vida, personal y social los cuales le permiten al ser construir una vida más digna.

Éste plan de plan de negocios será referente para futuros proyectos, ya que le permitirá identificar nuevas alternativas para la generación de empleo, en el mundo de hoy donde todo está a un clic de distancia y en el cual el consumidor tiene la libertad de escoger según su criterio, la calidad y el cumplimiento se convierten en variables determinantes para el desarrollo de cualquier proyecto. Es por ello que cuando nos referimos a calidad en servicios, lo asociamos con el cliente, el cual además de buscar un servicio que satisfaga sus necesidades en donde el precio tiene poca relevancia siempre y cuando éste cumpla con las expectativas, también busca que se le entregue una buena atención en términos de amabilidad, información, por mencionar algunas.

Es por ello que Multiservicios tiene como base de valor agregado la calidad, seriedad y cumplimiento teniendo en cuenta que los gremios que ofertan servicios varios tales

como Electricidad, albañilería, plomería, ebanistería y herrería en la ciudad de Montería, presentan inconvenientes en los que respecta a la calidad y cumplimiento de la prestación de dichos servicios.

Es así que la empresa ofrecerá sus servicios a través de una página web como una alternativa diferente de comunicación con nuestros clientes y consumidores la cual permitirá estar en constante comunicación antes, durante y después de la prestación del servicio. De igual forma se busca con este proyecto contribuir a la oferta de empleos en el municipio como base para impulsar la prosperidad, la inclusión y la cohesión social de manera sostenible y creciente al tiempo que se mejoran los estándares de vida, personal y social los cuales le permiten al ser construir una vida más digna.

En lo que respecta al cuidado del ambiente, para Multiservicios más que un deber es un compromiso con la naturaleza y con nuestros clientes, ya que la cantidad de residuos que se pueden producir varían según el tipo de servicio prestado y de esa misma forma se les dará la terminación adecuada o su aprovechamiento según sea el caso, buscando así minimizar el impacto ambiental que la prestación de nuestros servicios puedan causar.

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. INVERSIONES

No se realizará inversiones en compra de terrenos y tampoco edificaciones, pues las instalaciones se tomarán en arriendo, a la cual se realizará las adecuaciones necesarias para su funcionamiento.

Tabla 21 *Inversiones en obras físicas*

CUADRO N° 1. INVERSIONES EN OBRAS FÍSICAS				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Infraestructura (Remodelación Planta)	1	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	10
TOTAL	1	\$ 7.500.000	\$ 7.500.000	10

Fuente: Elaboración Propia

7.1.1. INVERSIONES EN MAQUINARIA Y EQUIPOS

Tabla 22 *Inversiones en maquinaria y equipos*

CUADRO N° 2. INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Portátil HP 14-ck0010la	2	\$ 1.350.000	\$ 2.700.000	5
LENOVO TAB3 10 BUSINESS: LISTA PARA LAS EMPRESAS, FÁCIL DE USAR PARA LOS EMPLEADOS	2	\$ 710.000	\$ 1.420.000	5
Televisor LG 43" 4K Smart tv 43UK631 (108cm)	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000	5
Televisor Hyundai 40" Smart, TV FHD, Android 4.4, 8GB HYLEd4019iNT	1	\$ 850.000	\$ 850.000	5
Aire Inverter 18.000 Btu 220v	2	\$ 1.850.000	\$ 3.700.000	10
Aire ON-Off 12.000 Btu 220v	2	\$ 956.000	\$ 1.912.000	10
Impresora Hp LaserJet M426FDW Multifuncional Fax Wi Fi 256MB	1	\$ 1.350.000	\$ 1.350.000	1

Fuente: Elaboración Propia

7.1.2. INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

1. TABLA

1.1. Inversión en muebles y enseres

CUADRO N° 3. INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE DE INVERSIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA ÚTIL AÑOS
Escritorio en L	1	\$ 800.000	\$ 800.000	10
Escritorio sencillo	1	\$ 500.000	\$ 500.000	10
Mesa de justas 6 puestos con sillas	1	\$ 950.000	\$ 950.000	10
Silla tándem Prisma tapizado 3 puestos	2	\$ 335.000	\$ 670.000	10
Sofa Cama Venecia Negro Barthon	1	\$ 300.000	\$ 300.000	10
Silla Isósceles Eco	2	\$ 74.000	\$ 148.000	10
Archivador flotante de pared frente 90cm puerta metálica	1	\$ 288.000	\$ 288.000	10
Silla Escritorio Oficina Gerencial Ecocuero con brazos	1	\$ 160.000	\$ 160.000	10
Silla gerencia de oficina color negro JYX0092W/D	1	\$ 194.000	\$ 194.000	10
Dispensador De Agua Mabe EM02PB -Blanco	1	\$ 200.000	\$ 200.000	10
Gabinete De Cocina superior 120 campana INVAL-Blanco/wengue	1	\$ 133.000	\$ 133.000	10
Mueble para Cocina Modular Inferior Eco RH 82cm Alto x 120cm Ancho x 48cm Profundidad Serena Nuez	1	\$ 250.000	\$ 250.000	10
Organizador de papeles	2	\$ 35.000	\$ 70.000	10
TOTAL			4.663.000	

Fuente: Elaboración Propia

7.1.3. INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES

Tabla 23 *Inversiones en activos intangibles*

CUADRO N° 4. INVERSIONES EN ACTIVOS INTANGIBLES	
DETALLE DE INVERSIÓN	COSTO TOTAL
Estudio de Factibilidad	\$ 650.000
Licencia y Tramites	\$ 1.200.000
Montaje y Puesta en marcha	\$ 400.000
Gastos de Organización	\$ 600.000
Imprevistos (5%)	\$ 110.000
Total Inversión en Activos Intangibles	\$ 2.960.000

Fuente: Elaboración Propia

3.2.COSTOS OPERACIONALES

Los costos operacionales están precedidos por los costos y gastos de funcionamiento en el primer año de operación del plan de negocios. Aquí se describen el costo de mano de obra, costo de materiales, los gastos en servicios públicos, gastos por depreciación, remuneración al personal administrativo, otros gastos administrativos y los gastos de ventas.

7.1.4. COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Tabla 24 *Costo de mano de obra*

CUADRO N° 5. COSTO DE MANO DE OBRA				
CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	COSTO TOTAL
Mano de Obra Directa				
Trabajadores (3)	\$ 2.775.444	\$ 33.305.328	\$ 17.095.625	\$ 50.400.953
SUBTOTAL				\$ 50.400.953
Mano de Obra Indirecta				
Supervisor	\$ 925.148	\$ 11.101.776	\$ 5.698.542	\$ 16.800.318
SUBTOTAL				\$ 16.800.318

TOTAL				\$ 67.201.270
--------------	--	--	--	----------------------

Fuente: Elaboración Propia

7.1.5. COSTO DE MATERIALES DE PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 25 Costo de materiales primer año de operación

CUADRO N° 6. COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN			
PRODUCTOS	Cantidad	Costo	Costo
	Caja	Unitario	total
MATERIALES DIRECTOS			
lapiz negro permanente	3	\$ 5.004	\$ 15.012
Resaltador berol	1	\$ 10.800	\$ 10.800
lapicero kilometrico negro	3	\$ 6.000	\$ 18.000
Resma prograf carta	5	\$ 91.000	\$ 455.000
Marcador sharpie	5	\$ 5.000	\$ 25.000
AZ carta	10	\$ 5.000	\$ 50.000
AZ oficio	5	\$ 5.000	\$ 25.000
Grapas estadar triton	10	\$ 2.500	\$ 25.000
Clips mariposa gigante triton	10	\$ 2.000	\$ 20.000
Grapadora grande	5	\$ 10.000	\$ 50.000
Saca grapas triton	5	\$ 2.500	\$ 12.500
Clips estadar triton	10	\$ 800	\$ 8.000
Taco de memo color X100	5	\$ 2.000	\$ 10.000
Sobre de manila carta	1	\$ 9.500	\$ 9.500
Sobre de manila oficio	1	\$ 12.000	\$ 12.000
Tablero de corcho 25 x 35	2	\$ 20.000	\$ 40.000
Porta lapiz malla cuadrado	5	\$ 3.000	\$ 15.000
Dewalt - Combo Taladro Percutor 1/2-pulg 650W + Pulidora.	2	\$ 349.900	\$ 699.800
Stanley Set de Alicates Para Electricista de 2 Piezas	3	\$ 38.800	\$ 116.400
Stanley-Hombresolo 10 Pulgadas Recto	2	\$ 33.900	\$ 67.800
Alicate 6 pulgadas punta larga cortante, Tornado Tools P036-10 Karson	3	\$ 5.900	\$ 17.700
Stanley - Juego 6 Destornilladores Pala Y Estrella	3	\$ 26.400	\$ 79.200
Set de Herramientas Manuales de 250 Piezas Redline	2	\$ 139.900	\$ 279.800
			\$ 2.061.512

Subtotal materiales directos			
-------------------------------------	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

7.1.6. COSTO DE SERVICIOS PUBLICOS- PRIMER AÑO DE OPERACIÓN

Tabla 26 *Costo de servicios públicos primer año*

CUADRO N° 7. COSTO DE SERVICIOS - PRIMER AÑO DE OPERACIÓN				
SERVICIOS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Energía	Kw/hora	12	\$ 535.000,00	\$ 6.420.000,00
Acueducto y alcantarillado	M ³	12	\$ 60.000	\$ 720.000,00
Gas natural	M ³	12	\$ 30.000	\$ 360.000,00
Hosting	Gb	12	\$ 30.000	\$ 360.000,00
Dominio		1	\$ 60.000	\$ 60.000,00
Internet	Mbps	12	\$ 130.000	\$ 1.560.000,00
TOTAL				\$ 9.480.000,00

Fuente: Elaboración Propia

Los costos de servicios públicos para el primer año de operación están representados en energía, acueducto y alcantarillado, gas natural, e internet.

1.2. GASTOS POR DEPRECIACIÓN

Tabla 27 *Gastos por depreciación*

CUADRO N° 8. GASTOS POR DEPRECIACIÓN								
ACTIVO	Vida útil Estimada	Costo del activo	Valor depreciación anual					Valor Residual
			1	2	3	4	5	
Portátil HP 14-ck0010la	5	\$ 2.700.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 1.350.000
LENOVO TAB3 10 BUSINESS: LISTA PARA LAS EMPRESAS, FÁCIL DE USAR PARA LOS EMPLEADOS	5	\$ 1.420.000	\$ 142.000	\$ 142.000	\$ 142.000	\$ 142.000	\$ 142.000	\$ 710.000
Televisor LG 43" 4K Smart tv 43UK631 (108cm)	5	\$ 1.100.000	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 110.000	\$ 550.000
Televisor Hyundai 40" Smart, TV FHD, Android 4.4, 8GB HYLED4019iNT	5	\$ 850.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 85.000	\$ 425.000
Aire Inverter 18.000 Btu 220v	10	\$ 3.700.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 370.000	\$ 1.850.000
Aire ON-Off 12.000 Btu 220v	10	\$ 1.912.000	\$ 191.200	\$ 191.200	\$ 191.200	\$ 191.200	\$ 191.200	\$ 956.000
Impresora Hp LaserJet M426FDW	1	\$ 1.350.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 135.000	\$ 675.000

Multifuncional Fax Wi Fi 256MB								
Escritorio en L	10	\$ 800.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 400.000
Escritorio sencillo	10	\$ 500.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 250.000
Mesa de justas 6 puestos con sillas	10	\$ 950.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 95.000	\$ 475.000
Silla tándem Prisma tapizado 3 puestos	10	\$ 335.000	\$ 33.500	\$ 33.500	\$ 33.500	\$ 33.500	\$ 33.500	\$ 167.500
Sofa Cama Venecia Negro Barthon	10	\$ 300.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 150.000
Silla Isósceles Eco	10	\$ 74.000	\$ 7.400	\$ 7.400	\$ 7.400	\$ 7.400	\$ 7.400	\$ 37.000
Archivador flotante de pared frente 90cm puerta metálica	10	\$ 288.000	\$ 28.800	\$ 28.800	\$ 28.800	\$ 28.800	\$ 28.800	\$ 144.000
Silla Escritorio Oficina Gerencial Ecocuero con brazos	10	\$ 160.000	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 16.000	\$ 80.000
Silla gerencia de oficina color negro JYX0092W/D	10	\$ 194.000	\$ 19.400	\$ 19.400	\$ 19.400	\$ 19.400	\$ 19.400	\$ 97.000
Dispensador De Agua Mabe EM02PB - Blanco	10	\$ 200.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 100.000
Gabinete De Cocina superior 120 campana INVAL- Blanco/wengue	10	\$ 133.000	\$ 13.300	\$ 13.300	\$ 13.300	\$ 13.300	\$ 13.300	\$ 66.500
Mueble para Cocina Modular Inferior Eco	10	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 125.000

RH 82cm Alto x 120cm Ancho x 48cm Profundidad Serena Nuez								
Organizador de papeles	10	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 17.500
TOTALES		\$ 17.251.000	\$ 8.625.500					

Fuente: Elaboración Propia

7.1.7. REMUNERACIÓN DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO

Tabla 28 Remuneración del personal administrativo

CUADRO N° 9. REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO				
CARGO	REMUNERACIÓN MENSUAL	REMUNERACIÓN ANUAL	PRESTACIONES SOCIALES	REMUNERACIÓN TOTAL ANUAL
Gerente	\$ 1.097.032	\$ 13.164.384	\$ 6.757.278	\$ 19.921.662
Secretaria	\$ 925.148	\$ 11.101.776	\$ 5.698.542	\$ 16.800.318
Contador	\$ 400.000	\$ 4.800.000		\$ 4.800.000
Total				\$ 41.521.980

Fuente: Elaboración Propia

Al contador se le pagara por honorarios, ya que este solo estará presente 1 vez al mes y por ello no se le pagaran prestaciones.

7.1.8. GASTOS DE VENTA

Tabla 29 Gastos de venta

CUADRO N° 11. GASTOS DE VENTA		
DETALLE	COSTO ANUAL	OBSERVACIÓN
Publicidad	\$ 3.600.000	Diseño de publicidad para redes sociales y paginan web
TOTAL	\$ 3.600.000	

Fuente: Elaboración Propia

7.1.9. OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 30 Otros gastos de administración

CUADRO N° 10. OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DETALLE	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Elementos de Aseo y Cafetería	\$ 130.000	\$ 1.560.000
Arrendamiento Local	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Industria y Comercio		\$ 700.000
TOTAL		\$ 16.660.000

Fuente: Elaboración Propia

7.1.10. GASTOS DE AMORTIZACIÓN

Tabla 31 *Amortización de gastos*

CUADRO N° 12. AMORTIZACIÓN DE GASTOS DIFERIDOS							
Activos	Plazo de amortización	Costo del activo	Valor amortización anual				
			1	2	3	4	5
Gastos Preoperativos.	5	\$ 2.960.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000
VALOR A AMORTIZAR			\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000

Fuente: Elaboración Propia

7.1.11. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS

Tabla 32 *Distribución de costos*

CUADRO N° 13. DISTRIBUCIÓN DE COSTOS			
DETALLE	COSTO		
		Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	\$ 50.400.953		\$ 50.400.953
M de O. Indirecta	\$ 16.800.318	\$ 16.800.318	
Mat. Directos.	\$ 2.061.512		\$ 2.061.512
Mat. Indirectos.	0		\$ -
Servicios	\$ 9.480.000,00		\$ 9.480.000
Depreciación	1.725.100	1.725.100	
SUBTOTAL	\$ 80.467.882		
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	\$ 41.521.980	\$ 41.521.980	
Otros Gast. Adm.	\$ 16.660.000	\$ 16.660.000	
Amortización.	\$ 592.000	\$ 592.000	
SUBTOTAL	\$ 58.773.980		
GASTOS DE VENTA			
Publicidad	\$ 3.600.000	\$ 3.600.000	
Distribución			
SUBTOTAL	\$ 3.600.000		

TOTAL	\$ 142.841.862	\$ 80.899.398	\$ 61.942.465
--------------	-----------------------	----------------------	----------------------

Fuente: Elaboración Propia

7.1.12. CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Cft = costos fijos totales

Pvu = precio venta unitario

Cvu = costo variable unitario

Cvt= costo variables totales

Q= Unidades a producir

Cu= Costo unitario

M= Margen de ganancia

Ct= Costos totales

Cf= Costos fijos

Cv= Costos variables

Cu= Costos unitarios

$$P. E = \frac{cft}{pvu - cvu} =$$

$$CVU = \frac{cvt}{Q} =$$

$$PVU = cu + \frac{cu + M}{100 - M}$$

$$CT = cf + cv$$

$$CU = \frac{CT}{Q}$$

Punto de equilibrio para plomería

Punto de equilibrio: 648

Precio de venta: \$ 224.020

Punto de equilibrio para Electricidad

Punto de equilibrio: 765

Precio de venta: \$ 189.496

Punto de equilibrio para Albañilería

Punto de equilibrio: 706

Precio de venta: \$ 205.542

7.1.13. PROYECCIONES FINANCIERAS PARA EL PERIODO DE EVALUACIÓN

Tabla 33 *Programa de inversión fija del proyecto*

PROGRAMA DE INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO						
CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles						
Obras físicas	\$ 7.500.000					
Maquinarias y equipos	\$ 13.032.000					
Muebles y enseres	\$ 4.663.000					
Subtotal	\$ 25.195.000					
Activos Diferidos						
Gastos Pre-operativos	2.960.000					
Subtotal						
Total Inversión Fija	\$ 28.155.000					

Fuente: Elaboración Propia

7.1.14. CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

Costo de operación anual:

Costos de Producción.	\$	78.322.782
Gastos de Administración.	\$	61.671.980
Gastos de venta	\$	3.600.000
	\$	<u>143.594.762</u>

$$\text{COPD} = \frac{\text{Costo de operación anual}}{360 \text{ día}}$$

$$\text{COPD} = \frac{\$ 143.594.762}{360 \text{ día}}$$

$$\text{COPD} = \$ 398.874$$

$$\text{ICT} = \text{CO} (\text{COPD})$$

ICT = Inversión de capital de trabajo.

CO = Ciclo operativo.

COPD = Costo de operación diaria.

$$\text{ICT} = \$ 398.874 \times 30 \text{ días}$$

$$\text{ICT} = \$ 11.966.230$$

Tabla 34 *Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO					
DETALLE	AÑOS				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	-\$ 11.759.730	-\$ 376.311	-\$ 388.353	-\$ 400.781	-\$ 413.606

Fuente: Elaboración Propia

PROGRAMA DE INVERSIÓN

Tabla 35 Programa de inversión

CONCEPTO	AÑOS				
	0	1	2	3	4 5
Inversión fija	-\$ 28.155.000				
Capital de trabajo	-\$ 11.759.730	-\$ 376.311	-\$ 388.353	-\$ 400.781	-\$ 413.606

Fuente: Elaboración Propia

VALOR RESIDUAL DE ACTIVOS

Tabla 36 Valor residual de activos

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Activos de producción					\$ 8.625.500
Subtotal activos de producción					\$ 8.625.500
Valor. Residual Capital de Trabajo					\$ 13.338.781
TOTAL VR. RESIDUAL					\$ 21.964.281

Fuente: Elaboración Propia

FLUJO NETO DE INVERSIÓN

Tabla 37 Flujo neto de inversión

CONCEPTO	AÑOS				
	0	1	2	3	4 5
Inversión fija	-\$ 28.155.000				
Capital de trabajo	-\$ 11.759.730	-\$ 376.311	-\$ 388.353	-\$ 400.781	-\$ 413.606
Valor residual					\$ 21.964.281
Inversiones	-\$ 39.914.730	-\$ 376.311	-\$ 388.353	-\$ 400.781	-\$ 413.606
					\$ 21.964.281

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO DE INGRESOS

Tabla 38 *Presupuesto de ingresos*

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	\$ 429.594.230	\$ 443.341.245	\$ 457.528.165	\$ 472.169.066	\$ 487.278.476
TOTAL INGRESOS	\$ 429.594.230	\$ 443.341.245	\$ 457.528.165	\$ 472.169.066	\$ 487.278.476

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTOS DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Tabla 39 *Presupuestos de costos de producción*

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Materiales directos	\$ 2.061.512	\$ 2.127.480	\$ 2.195.560	\$ 2.265.818	\$ 2.338.324
Mano de obra directa	\$ 50.400.953	\$ 52.013.783	\$ 53.678.224	\$ 55.395.928	\$ 57.168.597
Depreciación	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100
Subtotal costos directos	\$ 54.187.565	\$ 55.866.364	\$ 57.598.884	\$ 59.386.845	\$ 61.232.021
Gastos generales de fabricación					
Materiales indirectos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de obra indirecta	\$ 16.800.318	\$ 17.337.928	\$ 17.892.741	\$ 18.465.309	\$ 19.056.199
Servicios	\$ 9.480.000	\$ 9.783.360	\$ 10.096.428	\$ 10.419.513	\$ 10.752.938
SUBTOTAL	\$ 26.280.318	\$ 27.121.288	\$ 27.989.169	\$ 28.884.822	\$ 29.809.137
TOTAL	\$ 80.467.882	\$ 82.987.652	\$ 85.588.053	\$ 88.271.668	\$ 91.041.158

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Tabla 40 *Presupuestos de gastos de administración*

DETALLE	Años				
	1	2	3	4	5

Sueldos y prestaciones	\$ 41.521.980	\$ 42.850.683	\$ 44.221.905	\$ 45.637.006	\$ 47.097.390
Otros gastos de administración	\$ 16.660.000	\$ 17.193.120	\$ 17.743.300	\$ 18.311.085	\$ 18.897.040
Amortización	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000
TOTAL	\$ 58.773.980	\$ 60.635.803	\$ 62.557.205	\$ 64.540.092	\$66.586.430

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTO DE GASTOS DE VENTA

Tabla 41 *Presupuesto de venta*

DETALLE	Años				
	1	2	3	4	5
Publicidad	\$ 3.600.000	\$ 3.715.200	\$ 3.834.086	\$ 3.956.777	\$ 4.083.394
TOTAL	\$ 3.600.000	\$ 3.715.200	\$ 3.834.086	\$ 3.956.777	\$ 4.083.394

Fuente: Elaboración Propia

PRESUPUESTOS DE COSTOS OPERACIONALES

Tabla 42 *Presupuesto de costos operacionales*

DETALLE	Años				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	\$ 80.467.882	\$ 82.987.652	\$ 85.588.053	\$ 88.271.668	\$ 91.041.158
Gastos de administración	\$ 58.773.980	\$ 60.635.803	\$ 62.557.205	\$ 64.540.092	\$ 66.586.430
Gastos de ventas	\$ 3.600.000	\$ 3.715.200	\$ 3.834.086	\$ 3.956.777	\$ 4.083.394
Total costos operacionales	\$ 142.841.862	\$ 147.338.655	\$ 151.979.345	\$156.768.536	\$ 161.710.982

Fuente: Elaboración Propia

FLUJO NETO DE OPERACIÓN

Tabla 43 *Flujo neto de operaciones*

DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	\$ 429.594.230	\$ 443.341.245	\$ 457.528.165	\$ 472.169.066	\$ 487.278.476
Egresos operacionales	\$ 142.841.862	\$ 147.338.655	\$ 151.979.345	\$ 156.768.536	\$ 161.710.982
Utilidad operacional	\$ 286.752.367	\$ 296.002.590	\$ 305.548.820	\$ 315.400.530	\$ 325.567.494
Impuesto (33%)	\$ 94.628.281	\$ 97.680.855	\$ 100.831.111	\$ 104.082.175	\$ 107.437.273
UTILIDAD NETA	\$ 192.124.086	\$ 198.321.735	\$ 204.717.710	\$ 211.318.355	\$ 218.130.221

+ depreciación	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100	\$ 1.725.100
+ amortización	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000	\$ 592.000
Flujo neto de operación	\$ 194.441.186	\$ 200.638.835	\$ 207.034.810	\$ 213.635.455	\$ 220.447.321

Fuente: Elaboración Propia

FLUJO NETO DEL PROYECTO

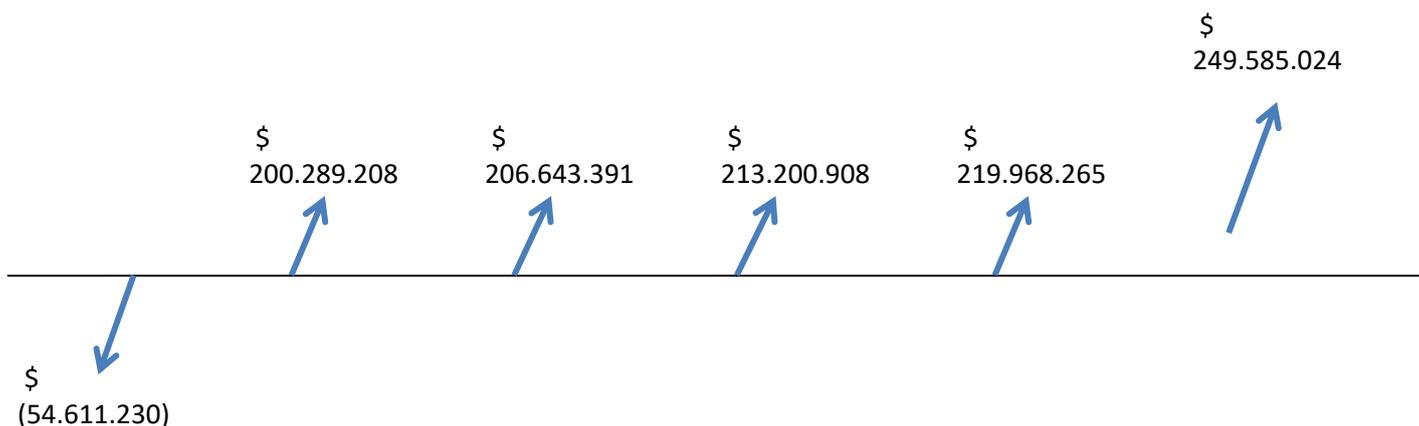
Tabla 44 *Flujo neto del proyecto*

DETALLE	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión	-\$ 39.914.730	-\$ 376.311	-\$ 388.353	-\$ 400.781	-\$ 413.606	\$ 21.964.281
Flujo neto de operación		\$ 194.441.186	\$ 200.638.835	\$ 207.034.810	\$ 213.635.455	\$ 220.447.321
Total flujo financiero neto del proyecto	-\$ 39.914.730	\$ 194.064.875	\$ 200.250.482	\$ 206.634.029	\$ 213.221.849	\$ 242.411.602

Fuente: Elaboración Propia

GRÁFICO FLUJO NETO DEL PROYECTO

Ilustración 3 *Flujo neto del proyecto*



BALANCE GENERAL
 Tabla 45 *Balance general*

BALANCE GENERAL		
ACTIVOS		
ACTIVOS CORRIENTES		
	\$	
CAJA	22.198.509	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES		\$ 22.198.509
ACTIVOS FIJOS		
	\$	
MUEBLES Y ENSERES	4.663.000	
	\$	
MAQUINARIA Y EQUIPO	13.032.000	
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 17.695.000
		\$
ACTIVOS DIFERIDOS		17.450.000
TOTAL ACTIVOS		\$ 57.343.509
PASIVOS		
PATRIMONIO		
	\$	
CAPITAL	57.343.509	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 57.343.509
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$

57.343.509

Fuente: Elaboración Propia

ESTADO DE RESULTADOS

Tabla 46 *Estado de resultado*

ESTADO DE RESULTADOS		
VENTAS		\$ 437.046.768
COSTO DE VENTAS		\$ 80.047.882
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		\$ 356.998.886
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 61.671.980	
GASTOS DE VENTAS	\$ 3.600.000	
TOTAL GASTOS OPERACIONALES		\$ 65.271.980
UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 291.726.906
GASTOS FINANCIEROS		
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 291.726.906
PROVISIÓN PARA IMPESTOS		\$ 96.269.879
UTILIDAD LIQUIDA		\$ 195.457.027
RESERVAS	10%	\$ 19.545.703
UTILIDAD NETA A DISTRIBUIR		\$ 175.911.324

Fuente: Elaboración Propia

7.2. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Esta evaluación determina el rendimiento financiero de los recursos que se van a invertir y tiene como fin establecer si el proyecto es recomendable desde el punto de vista financiero. Los métodos más utilizados para realizar la evaluación financiera y que tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo son: Tasa Interna de Retorno (TIR), el Valor Presente Neto (VPN) y la Relación Beneficio – Costo (RB/C).

7.2.1. VALOR PRESENTE NETO (VPN)

El VPN de un proyecto consiste en determinar el valor monetario que resulta de la diferencia entre el valor presente de todos los ingresos y el valor presente de todos los egresos calculados en el Flujo Financiero Neto, teniendo en cuenta la Tasa de Interés de Oportunidad. La tasa de interés de oportunidad es un concepto que depende de cada individuo o inversionista, de acuerdo con la oportunidad de utilizar sus recursos monetarios y de generación de riqueza que estos le permitan lograr. Utilizando el valor presente neto, con una tasa de oportunidad del 27%, y desarrollada en Microsoft Excel se tiene que:

Tabla 47 *Calculo del valor presente neto*

CALCULO DEL VPN	
AÑO	
BASE	\$ (54.611.230,20)

AÑO 1	\$ 200.289.207,54
AÑO 2	\$ 206.643.390,73
AÑO 3	\$ 213.200.907,78
AÑO 4	\$ 219.968.265,37
AÑO 5	\$ 249.585.023,87
VPN	\$ 495.398.635,97

Fuente: Elaboración Propia

Este resultado indica que si se lleva a cabo el proyecto se obtendrá una riqueza adicional de \$495.398.635 por encima de la que se obtendría al invertir en una alternativa de inversión que genere un 27% de rentabilidad. Por tal motivo se considera el proyecto factible financieramente

7.2.2. RELACIÓN BENEFICIO COSTO RB/C

La RB/C se obtiene mediante la división entre la sumatoria de los valores presente de los ingresos y la sumatoria de los valores presente de los egresos, utilizando para actualizar los valores la tasa de interés de oportunidad del inversionista privado.

Utilizando una tasa de oportunidad de 27%, se tiene que:

$$\mathbf{R\ C/B= \frac{\$ \quad 1.089.686.795}{\$ \quad 54.611.230}}$$

$$\mathbf{R\ C/B= \$ \quad 19,954}$$

Este resultado indica que por cada peso que se invierte en el proyecto se obtiene de ingreso por encima de la que genera la alternativa del 27%. Como se genera una riqueza adicional de \$ 19,954 por cada peso invertido el proyecto se considera atractivo desde el punto de vista financiero.

7.2.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es la medida de rentabilidad más adecuada ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de generar utilidades.

Utilizando Microsoft Excel para calcular la TIR, se tiene que

Tabla 48 *Calculo de tasa interna de retorno*

CALCULO DE LA TIR	
AÑO BASE	\$ (54.611.230)
AÑO 1	\$ 200.289.208
AÑO 2	\$ 206.643.391
AÑO 3	\$ 213.200.908
AÑO 4	\$ 219.968.265
AÑO 5	\$ 249.585.024
TIR	370%

Fuente: Elaboración Propia

Este resultado indica que la TIR es aproximadamente igual al 370%. Esto significa que el dinero invertido en el proyecto tiene una rentabilidad del 370%. Así mismo como la TIR (370%) es mayor que la tasa de oportunidad (27%) se puede decir que el proyecto es factible financieramente.

8. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

En lo que refiere a fuentes de financiamiento, el plan de negocios será presentado a la unidad de emprendimiento de la Universidad de Córdoba y a las convocatorias del Fondo Emprender del Sena con la finalidad de solicitar recursos para su posterior ejecución.

9. CONCLUSIONES

En el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios varios mediante una página web en la ciudad de Montería se logra evidenciar una oportunidad de negocio, por lo que la calidad y cumplimiento por parte de los prestadores de servicios que actualmente atienden las necesidades de los usuarios no es la mejor según los resultados de la encuesta.

En el módulo de mercado se pudo determinar que la oferta es mayor que la demanda, por lo que se determinó que existe una demanda insatisfecha por lo que se amplía el abanico de oportunidades y se ratifica la oportunidad de negocios.

Con base en factores como lo son mercado de consumo, tecnología requerida, recursos financieros y personal requerido previsto en módulo técnico, se logró determinar el tamaño óptimo de producción, distribución en planta requerida y la localización macro y micro óptima.

En el módulo organizacional se definió la naturaleza jurídica, el direccionamiento estratégico, la estructura organizacional, los manuales de funciones y la imagen corporativa de la empresa.

En la investigación se concluyó que la inversión necesaria para el proyecto es de \$ 42.645.000 y que para el ciclo operativo se requiere un capital de trabajo de \$ 11.966.230.

Lo que respecta a la evaluación financiera se evidencio una TIR de 370%, una VPN (valor presente neto) de \$ 495.398.636 y una relación beneficio costo de \$ 19,954, lo que ratifica la factibilidad de la puesta en marcha del proyecto.

10. RECOMENDACIONES

El emprendimiento poco a poco ha tomado importancia en el crecimiento y desarrollo de la sociedad, es por ello que tanto sectores privados, públicos, educativos, entre otros le apuestan a distintos modelos que conllevan a un mismo objetivo y es la diversificación del crecimiento empresarial, es por ello que instituciones educativas como lo son es la Universidad pontificia bolivariana incluye en su plan de estudios cursos como mentalidad emprendedora y formulación y evaluación de proyectos donde los estudiantes de todas las escuelas y programas de pregrado desarrollan ideas de negocio y proyectos de emprendimiento, la universidad de Córdoba con la unidad de desarrollo empresarial la cual tienen como finalidad, reunir a emprendedores de la región para así identificar oportunidades de negocios de manera articulada, en esta misma línea está la universidad del Sinú con la feria de innovación y emprendimiento en donde se muestran iniciativas de negocios de los primeros semestres del programa de administración de empresas, así como también de distintas instituciones educativas del departamento. De otro lado se tiene a la alcaldía Montería la cual en su plan de acción se compromete a promover la formalidad y el emprendimiento. Es por ello que con base en los resultados de la investigación se recomienda llevar a cabo el proyecto de la creación de una página web para la oferta de servicios varios en el municipio de Montería Córdoba.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

12.

- Alonso, A. F. (23 de Febrero de 2018). *Webempresa*. Obtenido de <https://www.webempresa.com/blog/que-es-cms-los-mejores-gestores-de-contenido.html>
- Bolivariana, U. P. (2019). *Universidad Pontificia Bolivariana*. Obtenido de <https://www.upb.edu.co/es/centro-de-desarrollo-empresarial-monteria>
- colombia, D. d. (s.f.). *Domesticas de colombia*. Obtenido de <http://www.domesticasdecolombia.com/>
- Cordoba, S. O., & Medina, P. S. (Diciembre de 2002). *eenbasque*. Obtenido de https://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
- Córdoba, U. d. (s.f.). *Universidad de Córdoba*. Obtenido de <https://www.unicordoba.edu.co/index.php/unidad-de-desarrollo-empresarial/>
- Dane. (s.f. de 2005). *Dane*. Obtenido de <https://geoportal.dane.gov.co/midaneapp/pob.html>
- Deobold B. Van Dalen, W. J. (12 de Septiembre de 2006). *Neomagico*. Obtenido de <https://noemagico.blogia.com/2006/092201-la-investigaci-n-experimental.php>
- Educació, J. (17 de Julio de 2018). *Canales de comercialización de la gestión* . Obtenido de <https://fp.uoc.fje.edu/blog/canales-de-comercializacion-en-la-gestion-de-ventas/>
- Federico. (16 de 10 de 2009). *Econlink*. Obtenido de <https://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/inversiones>
- Federico. (25 de 7 de 2019). *Zona Economica*. Obtenido de <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- HomeByMe. (2019). *HomeByMe*. Obtenido de <https://home.by.me/es/crea-plano-2D>
- marketing4food. (6 de Diciembre de 2016). *marketing4food*. Obtenido de <https://www.marketing4food.com/glosario/cadena-de-distribucion/>

- Miranda, & Juan. (2005). *gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>
- Otzen, T., & Mentorola, C. (Marzo de 2017). *Scielo*. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037
- Peña, S. M. (Mayo de 2009). *repository.javeriana.edu.co*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7299/tesis297.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- proyectos. (24 de 6 de 2011). *Proyectos Ittla*. Obtenido de <http://proyectos-ittla.blogspot.com/2011/06/34-analisis-de-la-oferta.html>
- razon, L. (s.f.). *La razon.com*. Obtenido de <https://larazon.co/temas-del-dia/monteria-le-apuesta-al-emprendimiento-no-a-la-informalidad-laboral-alcalde/>
- Rico, V. (2017). *Estudios de mercado*. Obtenido de https://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html
- Sinú, U. d. (s.f.). *Universidad del Sinú*. Obtenido de <https://www.unisinu.edu.co/events/feria-de-innovacion-y-emprendimiento/>
- Urbina, G. B. (s.f.). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill .
- Urbina, G. B. (s.f.). *iindustrialitp*. Obtenido de <http://iindustrialitp.com.mx>
- Veolia, M. (Mayo de 2019). *Proactiva*. Obtenido de <http://www.proactiva.com.co/monteria/numero-de-usuarios/>

13. ANEXOS

ANEXO 1. ANALISIS DE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO

Esta encuesta se realiza con el objetivo de identificar la demanda de **servicios varios en los estratos 3, 4, 5, 6 de la ciudad de Montería**, así como también los distintos inconvenientes que se presentan con el sector que presta estos servicios. Para este caso se identifican como **SERVICIOS VARIOS**, a actividades tales como: mantenimiento y reparación de albañilería, plomería, herrería, electricidad, ebanistería (Carpintería).

Barrio de residencia o nombre de empresa

Estrato socioeconómico

___ 3

___ 4

___ 5

___ 6

___ Zona comercial

1. ¿Qué servicio solicita con mayor frecuencia en su residencia o empresa

- Albañilería
- Plomería
- Herrería
- Electricidad
- Ebanistería (Carpintería)

2. ¿Motivos por el cual los solicita?

Mantenimiento _____ Reparación _____

3. ¿Con que periodicidad contrata los servicios?

- Cada 2 meses
- Cada 3 meses
- Cada 6 meses
- Cada año

4. Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicio.

- Mala calidad en los materiales.
- Incumplimiento en los tiempos contratados.
- Incumplimiento de la garantía.
- Mala calidad del servicio prestado.
- Irrespeto.
- Otros.

5. Marque el último servicio contratado

- Albañilería
- Plomería
- Herrería
- Electricidad

___ Ebanistería (Carpintería)

6. Cuanto hace que lo contrato

___ Hace 1 mes

___ entre 2 y 3 meses

___ entre 4 y 5 meses

___ mas de 6 meses

7. Se siente satisfecho con la calidad del servicio prestado

___ Si

___ No

8. Si su respuesta es NO. ¿Qué crees usted que le faltó al prestador de servicio para alcanzar un nivel

satisfactorio? _____

9. ¿Cuál fue el precio que pago por el servicio?

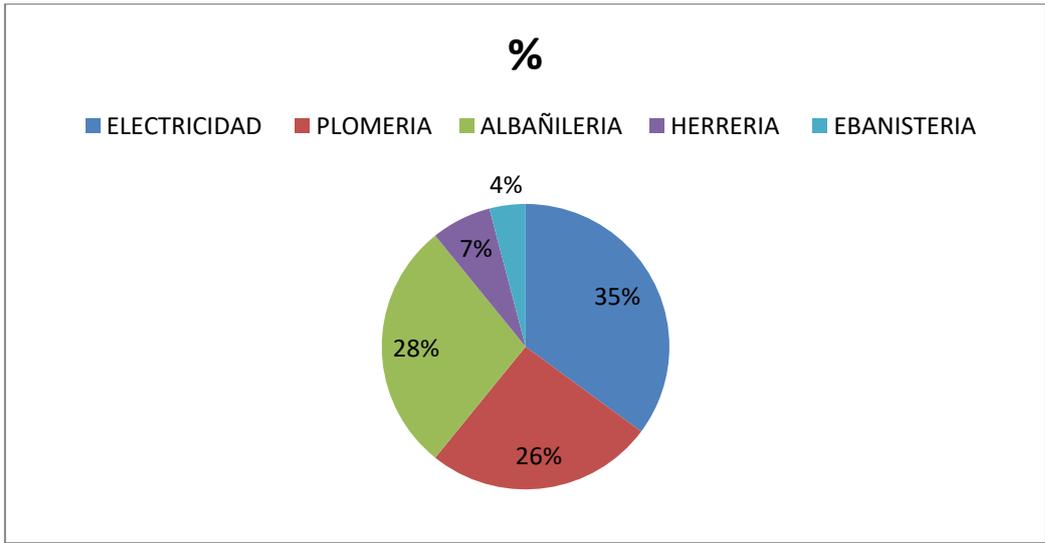
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 49 *¿Qué servicios solicita con mayor frecuencia en su residencia?*

SERVICIO	CANTIDAD	NÚMERO DE HOGARES	PORCENTAJE
ELECTRICIDAD	130	130	35%
PLOMERIA	95	95	26%
ALBAÑILERIA	105	105	28%
HERRERIA	25	25	7%
EBANISTERIA	15	15	4%
TOTAL	370	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 4 *¿Qué servicios solicita con mayor frecuencia en su residencia?*



Fuente: Elaboración Propia

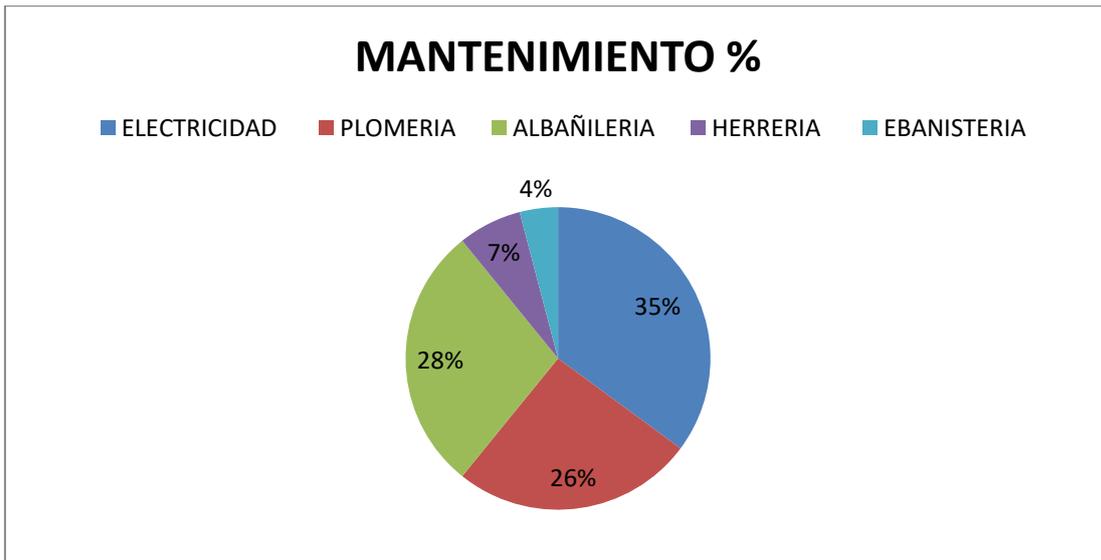
Con base a la pregunta N° 1 los servicio que presenta mayor demanda es la electricidad con un 35%, la albañilería con un 28% y la plomería con un 26%, le siguen la herrería con un 7% y la ebanistería con un 4%, cabe anotar que los barrios donde se presentó la mayor demanda en el orden de mayor a menor de los primeros tres servicios fue en villa del rio, floresta, castellana, recreo y Buenavista.

Tabla 50 *¿Motivos por el cual los solicita?*

MOTIVO		
SERVICIO	MANTENIMIENTO	MANTENIMIENTO %
ELECTRICIDAD	130	35%
PLOMERIA	95	26%
ALBAÑILERIA	105	28%
HERRERIA	25	7%
EBANISTERIA	15	4%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 5 *¿Motivos por el cual los solicita?*



Fuente: Elaboración Propia

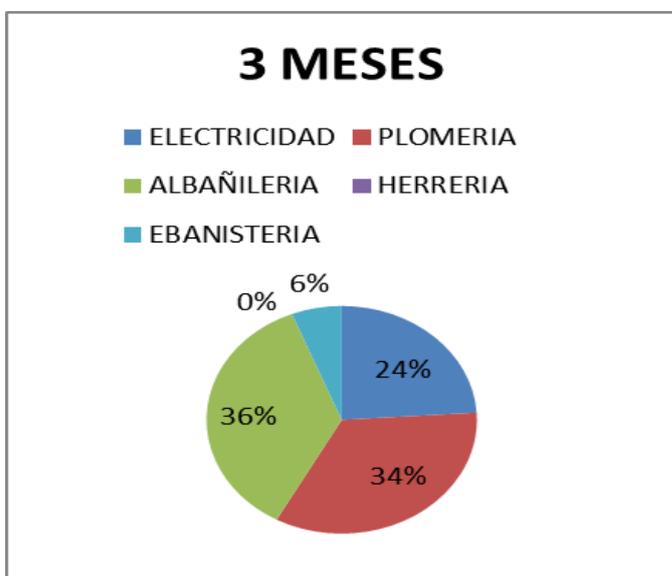
En la pregunta dos se evidencia que el 100% de los encuestados solicitan los servicios para realizar reparaciones en sus residencias, representado este en un 35% por electricidad, 28% por albañilería, 26% plomería y en un 7% y 4% por herrería y ebanistería

Tabla 51 *¿ Con que periodicidad contrata los servicios (3 meses)*

SERVICIO	CANTIDAD	3 MESES
ELECTRICIDAD	130	24%
PLOMERIA	95	34%
ALBAÑILERIA	105	36%
HERRERIA	25	0%
EBANISTERIA	15	6%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 6 ¿Con que periodicidad contrata los servicio?(3 meses)



Fuente: Elaboración Propia

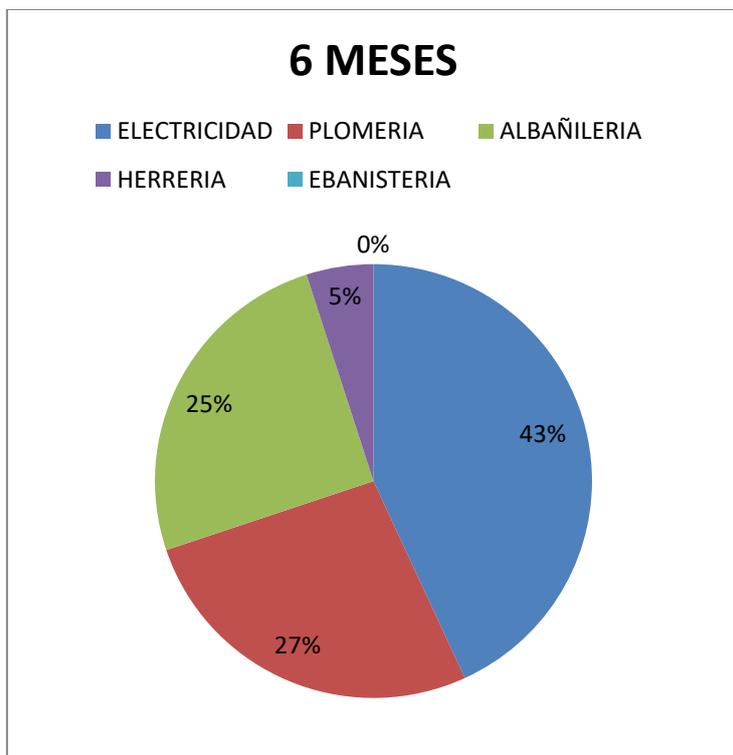
Tabla 52 ¿Con que periodicidad contrata los servicios? (6 meses)

1.3. TABLA

SERVICIO	CANTIDAD	6 MESES
ELECTRICIDAD	130	43%
PLOMERIA	95	27%
ALBAÑILERIA	105	25%
HERRERIA	25	5%
EBANISTERIA	15	0%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 7 ¿Con que periodicidad contrata los servic



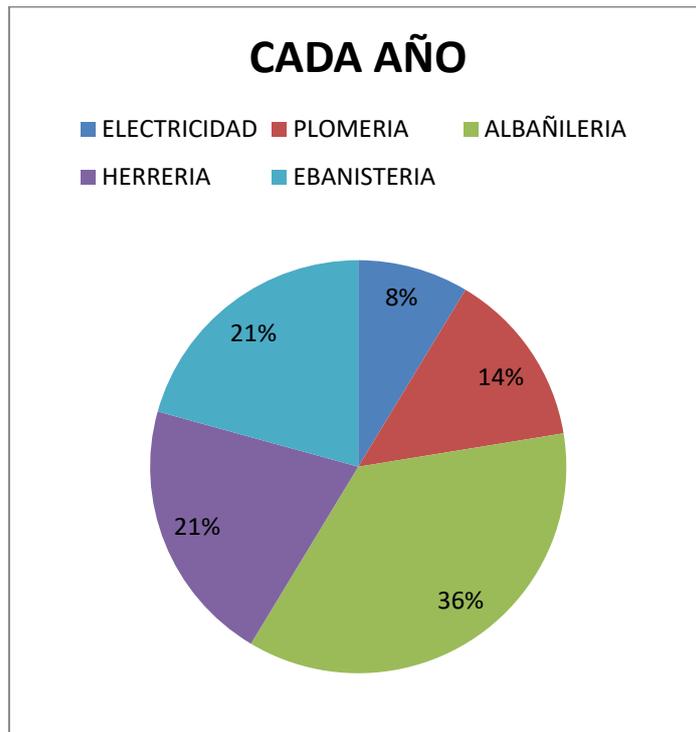
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 53 ¿Con que periodicidad contrata los servicios? (cada año)

SERVICIO	CANTIDAD	CADA AÑO
ELECTRICIDAD	130	9%
PLOMERIA	95	14%
ALBAÑILERIA	105	36%
HERRERIA	25	21%
EBANISTERIA	15	21%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 8 ¿Conque periodicidad contrata los servicios? (cada año)



Fuente: Elaboración Propia

Con respecto a la periodicidad, la encuesta arroja que, de 370 personas consultadas, un 71% contratan los servicios cada 6 meses luego le siguen las que contratan los servicios cada año con un 16% y cada 3 meses con un 14%. En lo que respecta al 71% los servicios que mayor demanda presenta en el orden de mayor a menor son, la electricidad con un 43%, la plomería con un 27% y la albañilería con un 25%.

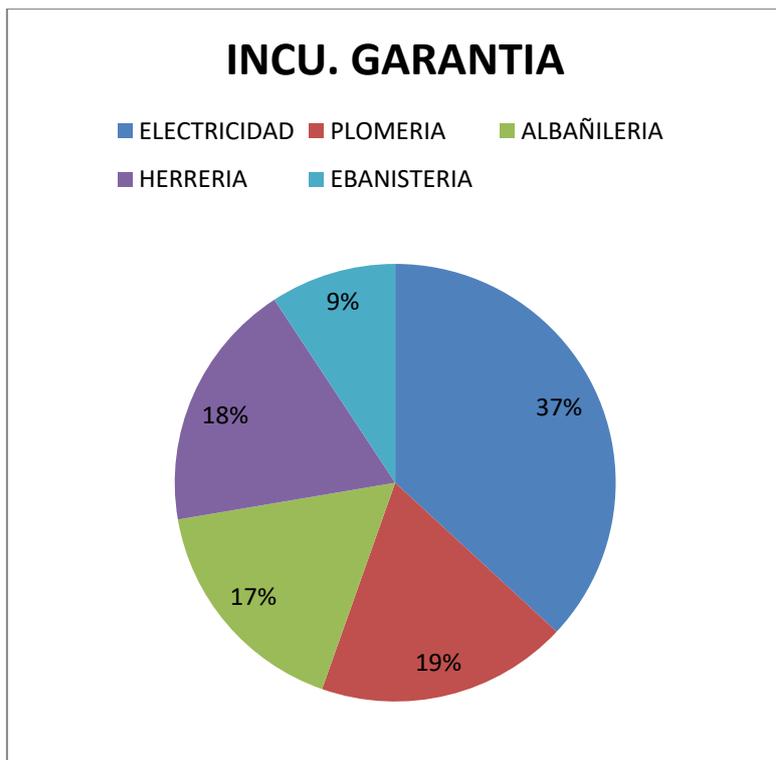
Tabla 54 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios? – Incumplimiento de la garantía

SERVICIO	CANTIDAD	INCUMPLIMIENTO GARANTIA
ELECTRICIDAD	130	37%
PLOMERIA	95	18%
ALBAÑILERIA	105	17%
HERRERIA	25	18%

EBANISTERIA	15	9%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 9 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios? – Incumplimiento de la garantía



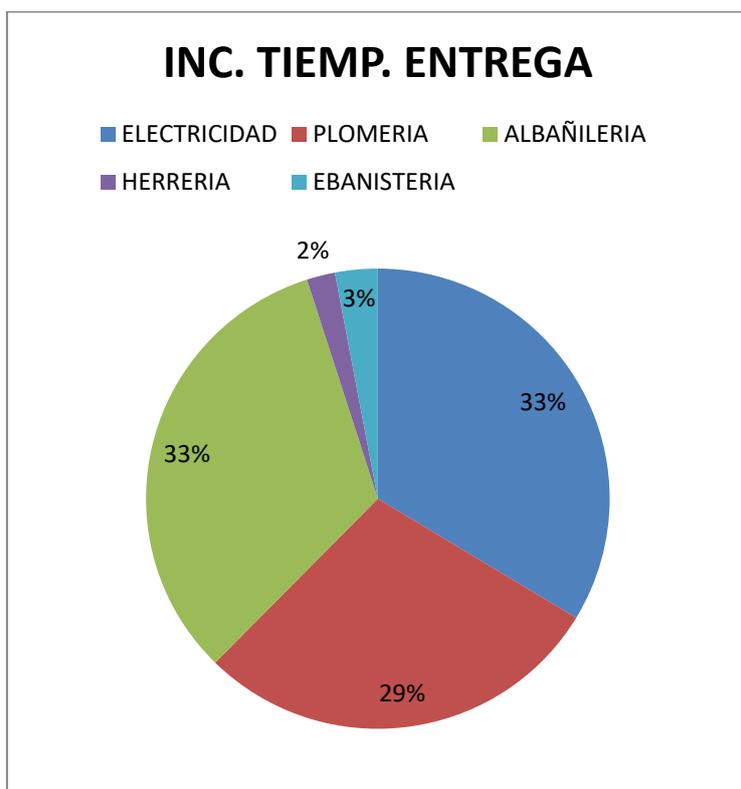
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 55 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Incumplimiento en los tiempos de entrega

SERVICIO	CANTIDAD	INC. TIEMPO DE ENTREGA
ELECTRICIDAD	130	34%
PLOMERIA	95	29%
ALBAÑILERIA	105	33%
HERRERIA	25	2%
EBANISTERIA	15	3%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 10 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Incumplimiento en los tiempos de entrega



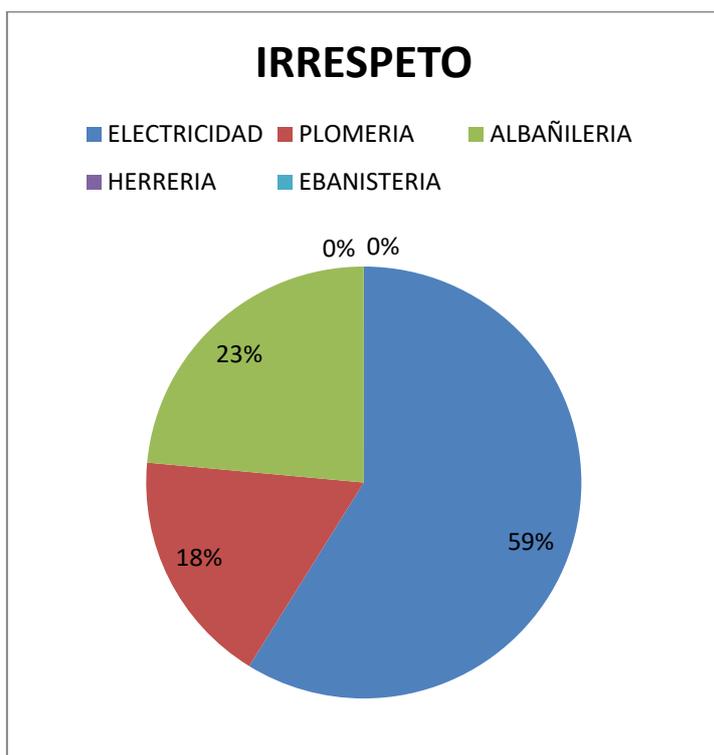
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 56 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Irrespeto

SERVICIO	CANTIDAD	IRRESPETO
ELECTRICIDAD	130	59%
PLOMERIA	95	18%
ALBAÑILERIA	105	24%
HERRERIA	25	0%
EBANISTERIA	15	0%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 11 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Irrespeto



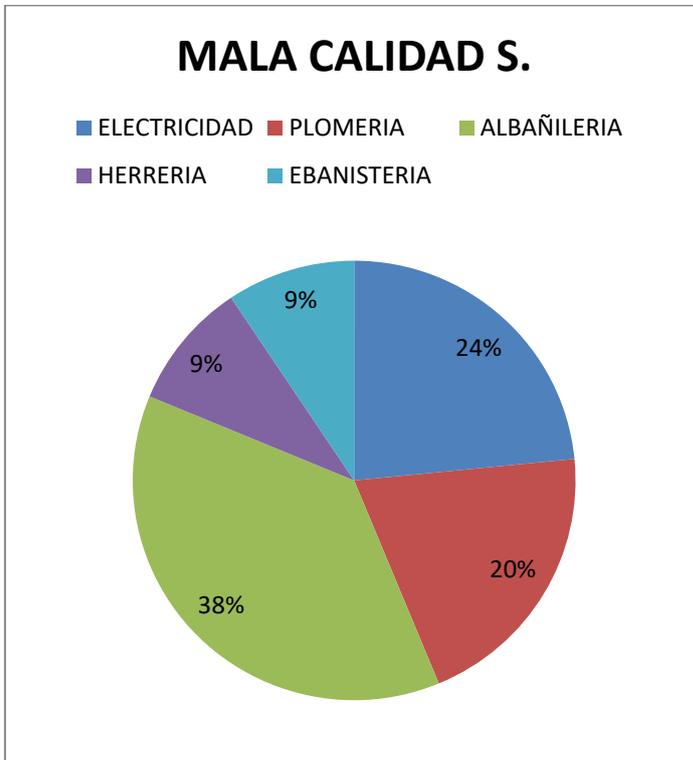
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 57 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Mala calidad del servicio

SERVICIO	CANTIDAD	MALA CALIDAD DEL SERVICIO
ELECTRICIDAD	130	23%
PLOMERIA	95	20%
ALBAÑILERIA	105	38%
HERRERIA	25	9%
EBANISTERIA	15	9%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 12 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Mala calidad del servicio



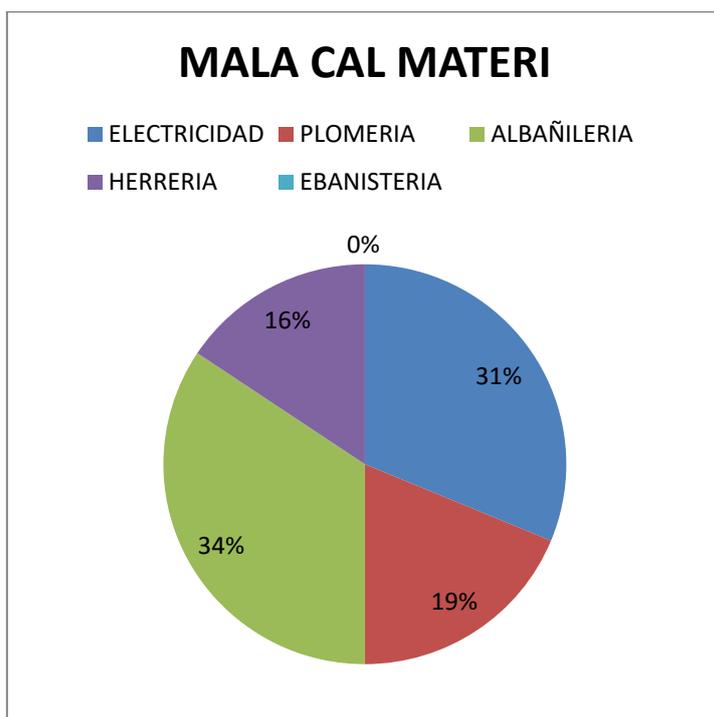
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 58 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Mala calidad de los materiales

SERVICIO	CANTIDAD	MALA CALIDAD MATERIALES
ELECTRICIDAD	130	31%
PLOMERIA	95	19%
ALBAÑILERIA	105	34%
HERRERIA	25	16%
EBANISTERIA	15	0%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 13 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Mala calidad de los materiales



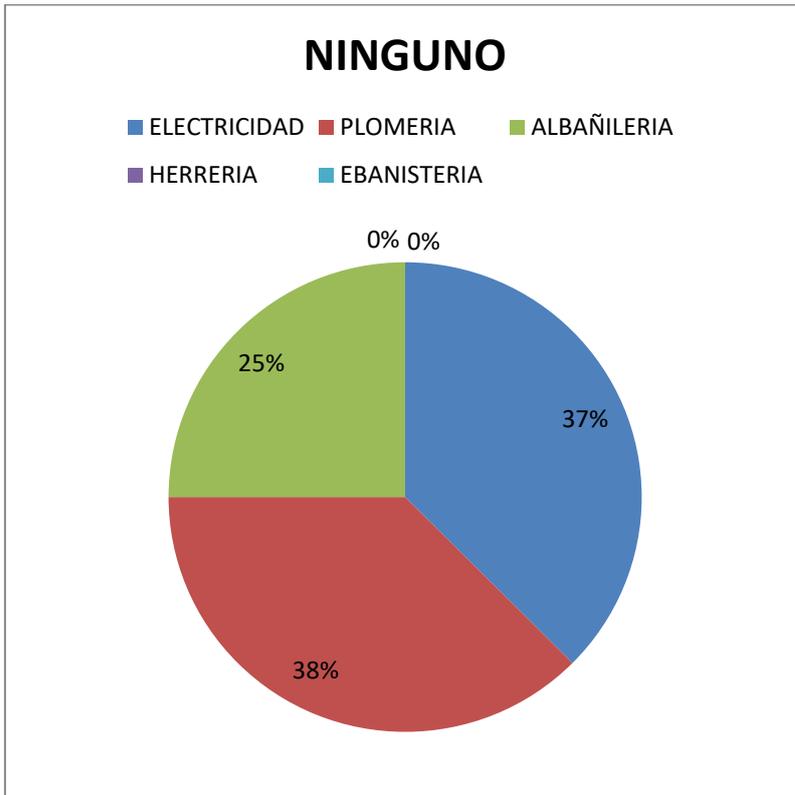
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 59 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Ninguno

SERVICIO	CANTIDAD	NINGUNO
ELECTRICIDAD	130	38%
PLOMERIA	95	38%
ALBAÑILERIA	105	25%
HERRERIA	25	0%
EBANISTERIA	15	0%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 14 ¿Cuáles han sido los inconvenientes presentados con el prestador de servicios?- Ninguno



Fuente: Elaboración Propia

Con base en los resultados obtenidos en la encuesta se determina que el 27% de los encuestados afirman que ha tenido inconvenientes en lo que respecta a los tiempos de entrega con el contratista y le siguen el incumplimiento de la garantía con un 18%, mala calidad del servicio prestado con 17% y en menor medida el irrespeto y la mala calidad de los materiales con 9% cada uno. Cabe aclarar que el 19% afirma no haber tenido inconvenientes con el contratista.

De lo anterior se desglosa que del 27% concerniente al incumplimiento de la garantía, el 37% representa al gremio de electricista, les siguen los plomeros y herreros con 18% cada uno, luego tenemos a los albañiles con un 17% y por último los ebanistas con un 9%.

Del 18% que refiere al incumplimiento en los tiempos de entrega, el 34% lo representan los electricistas, el 33% los albañiles, el 29% los plomeros, el 3% los ebanistas y el 2% los herreros.

El 17% de los encuestados refieren haber tenido mala experiencia con calidad de los servicios por parte de los albañiles en 38%, con los eléctricos en un 23%, con los plomeros en un 20%, y con los herreros y ebanistas en un 9% cada uno.

En menor medida se refleja que el 9% de los encuestados asegura haber tenido inconformidad con los materiales suministrados por parte de los albañiles en un 34%, con los electricistas en un 31%, con los plomeros en un 19% y en un 16% con los herreros.

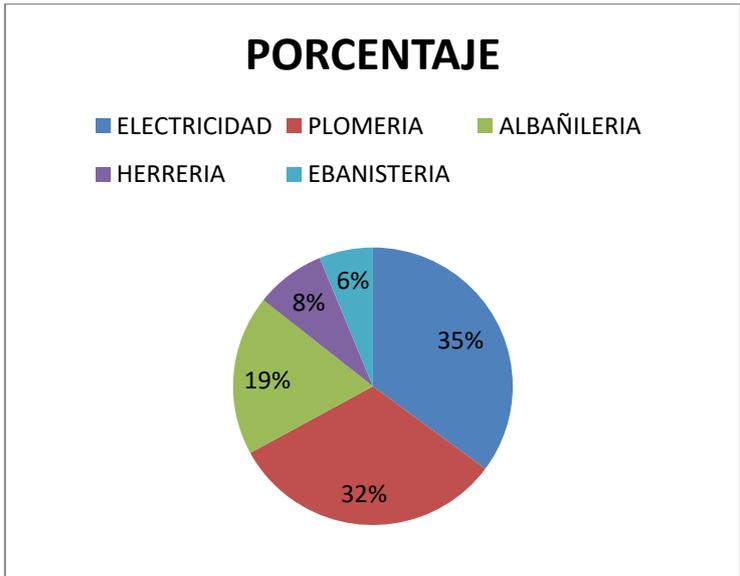
Y por último y no menos importante tenemos a aquellas personas que no han tenido inconvenientes y que representan el 19% de las personas encuestadas, siendo los electricistas y plomeros los que menos presentan inconveniente con 38%, luego tenemos a los albañiles con un 25%.

Tabla 60 *Marque el último servicio contratado*

SERVICIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ELECTRICIDAD	130	35%
PLOMERIA	118	32%
ALBAÑILERIA	69	19%
HERRERIA	30	8%
EBANISTERIA	23	6%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 15 *Marque el último servicio contratado*



Fuente: Elaboración Propia

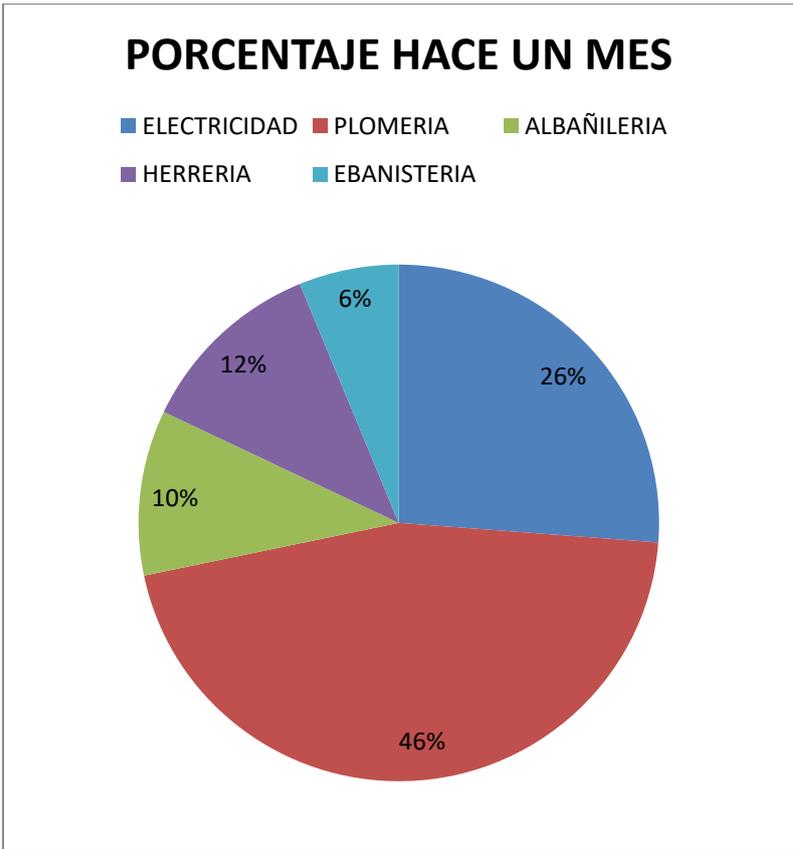
Con base en la encuesta se determina que los servicios que mayor demanda han presentado en los hogares monterianos han sido el eléctrico con un 35% y la plomería con un 32%, le siguen la albañilería con un 19%, la herrería con un 8% y la ebanistería con un 6%.

Tabla 61 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Hace un mes

SERVICIO	CANTIDAD	PORCENTAJE HACE UN MES
ELECTRICIDAD	130	26%
PLOMERIA	118	46%
ALBAÑILERIA	69	10%
HERRERIA	30	12%
EBANISTERIA	23	6%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 16 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Hace un mes



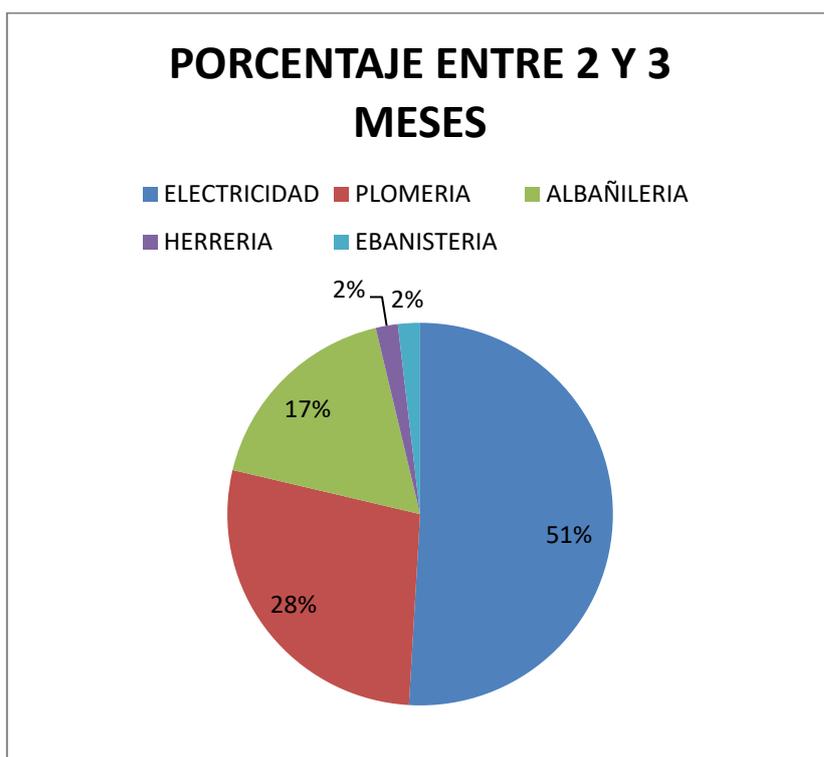
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 62 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 2 y 3 meses

SERVICIO	CANTIDAD	PORCENTAJE ENTRE 2 Y 3 MESES
ELECTRICIDAD	130	51%
PLOMERIA	118	28%
ALBAÑILERIA	69	18%
HERRERIA	30	2%
EBANISTERIA	23	2%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 17 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 2 y 3 meses



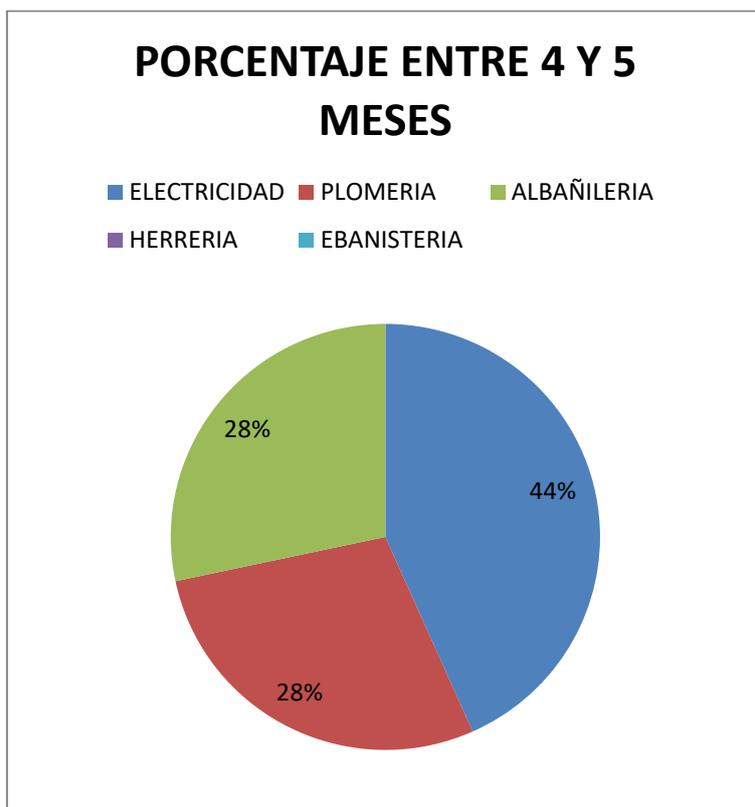
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 63 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 4 y 5 meses

SERVICIO	CANTIDAD	PORCENTAJE ENTRE 4 Y 5 MESES
ELECTRICIDAD	130	43%
PLOMERIA	118	28%
ALBAÑILERIA	69	28%
HERRERIA	30	0%
EBANISTERIA	23	0%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 18 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Entre 4 y 5 meses



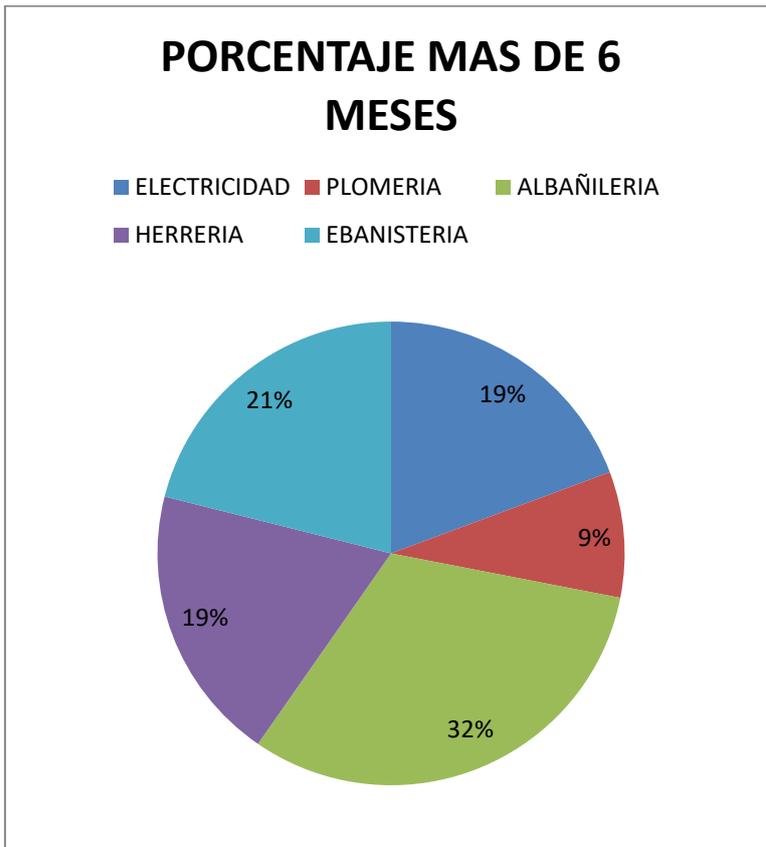
Fuente: Elaboración Propia

Tabla 64 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Más de 6 meses

SERVICIO	CANTIDAD	PORCENTAJE MAS DE 6 MESES
ELECTRICIDAD	130	19%
PLOMERIA	118	9%
ALBAÑILERIA	69	32%
HERRERIA	30	19%
EBANISTERIA	23	21%
TOTAL	370	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 19 ¿Cuánto hace que contrato el último servicio? – Más de 6 meses



Fuente: Elaboración Propia

En respuesta a la encuesta el 39% de los encuestados afirman que el último servicio lo solicitaron hace un mes, le sigue entre 2 y 3 meses con un 29%, entre 4 y 5 meses con un 16% y por último hace más de 6 meses con un 15%

Desglosando estos porcentajes encontramos que:

Del 39% de los encuestados coinciden en que los servicios con más demandados son plomería con un 46% y electricidad con un 26%, en menor medida le siguen herrería con 12%, albañilería con 10% y ebanistería con un 6%.

Del 29% correspondiente a 2 y 3 meses, el 51% afirman haber contratado servicios eléctricos, le sigue plomería con un 28% y albañilería con un 18% y por últimos tenemos herrería y ebanistería con un 2% cada uno.

Del 16% correspondiente a 4 y 5 meses, el 43% afirman haber contratado servicios eléctricos les sigue plomería y albañilería en un 28% cada uno.

Del 15% correspondiente a más de 6 meses, 31 32% coincide en haber contratado servicios eléctricos le sigue ebanistería con un 21%, electricidad y herrería con un 19% cada uno y por ultimo plomería con un 9%.

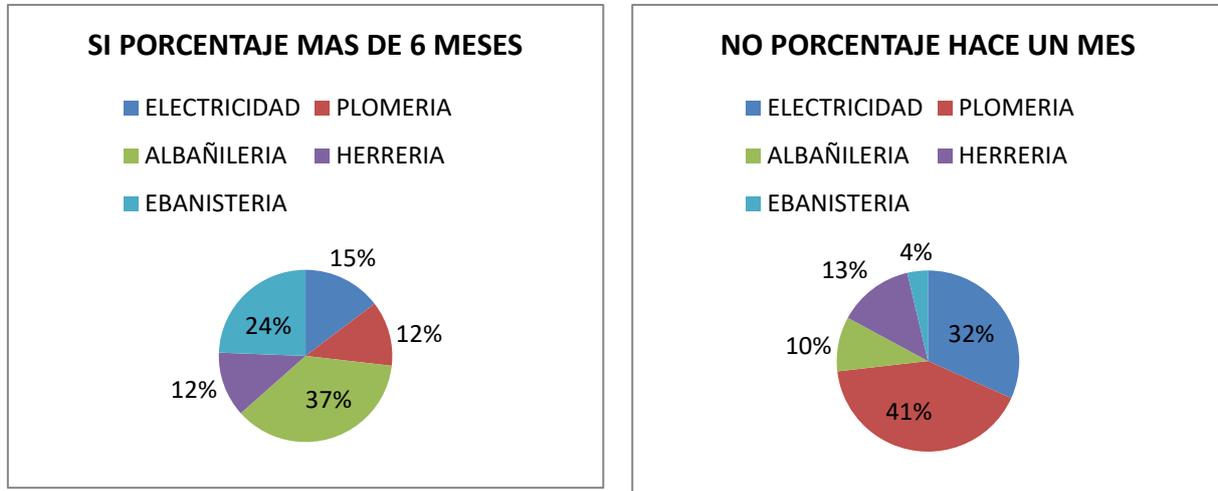
Tabla 65 *¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Hace un mes*

SERVICIO	CANTIDAD	HACE UN MES	SI	SI, PORCENTAJE HACE UN MES	NO	NO, PORCENTAJE HACE UN MES
ELECTRICIDAD	130	38	12	19%	26	32%
PLOMERIA	118	66	32	51%	34	41%
ALBAÑILERIA	69	15	7	11%	8	10%
HERRERIA	30	17	6	10%	11	13%
EBANISTE			6	10%	3	4%

RIA	23	9				
TOTAL	370	145	63	100%	82	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 20 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Hace un mes



Fuente: Elaboración Propia

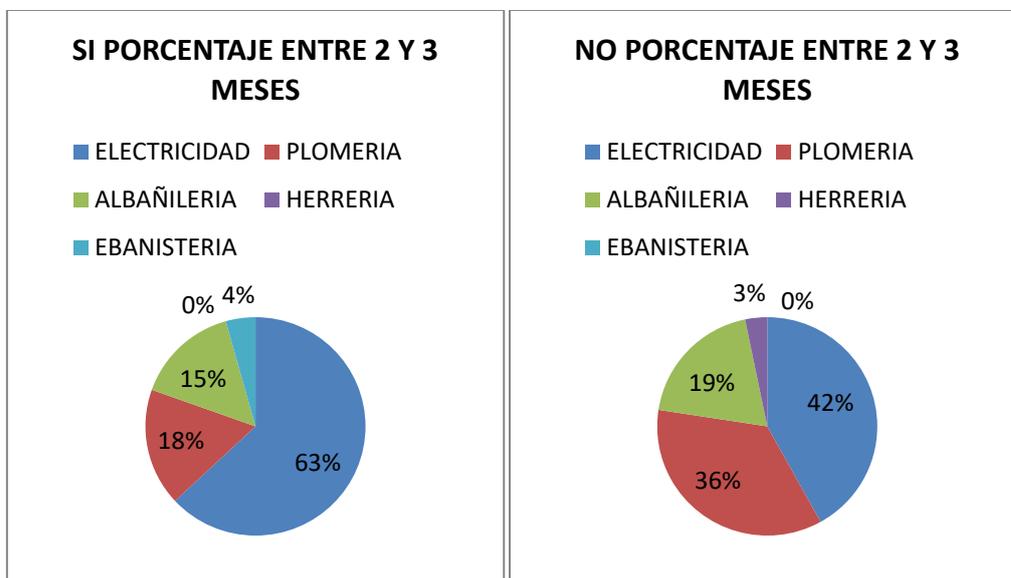
Tabla 66 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 2 y 3 meses

SERVICIO	CANTIDAD	ENTRE 2 Y 3 MESES	SI	SI, PORCENTAJE ENTRE 2 Y 3 MESES	NO	NO, PORCENTAJE ENTRE 2 Y 3 MESES
ELECTRICIDAD	130	55	29	63%	26	42%
PLOMERIA	118	30	8	17%	22	35%
ALBAÑILERIA	69	19	7	15%	12	19%
HERRERIA	30	2		0%	2	3%
EBANISTERIA	23	2	2	4%		0%

TOTAL	370	108	46	100%	62	100%
--------------	------------	------------	-----------	-------------	-----------	-------------

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 21 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 2 y 3 meses



Fuente: Elaboración Propia

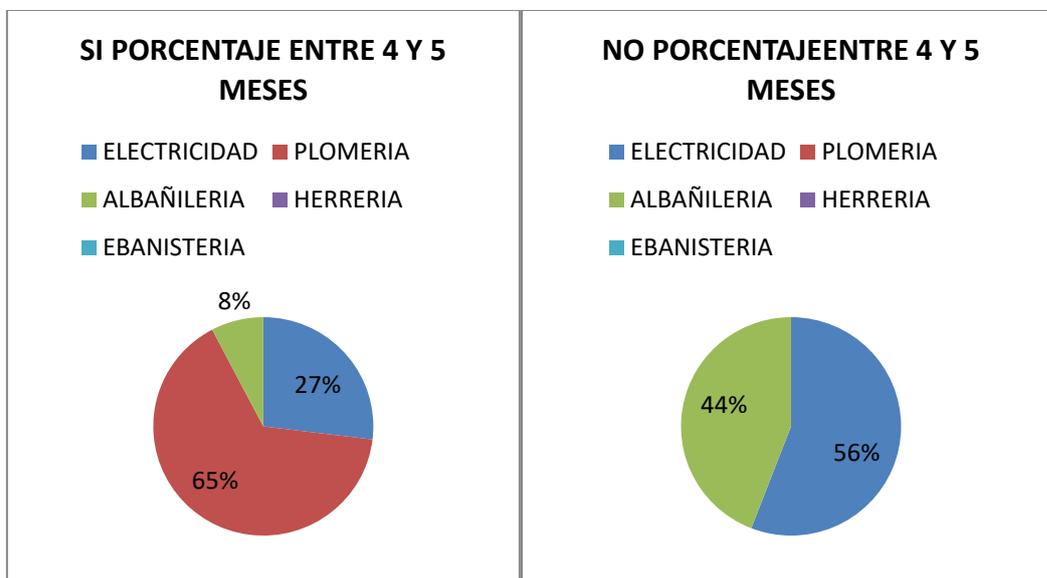
Tabla 67 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 4 y 5 meses

SERVICIO	CANTIDAD	ENTRE 4 Y 5 MESES	SI	SI PORCENTAJE ENTRE 4 Y 5 MESES	NO	NO PORCENTAJE ENTRE 4 Y 5 MESES
ELECTRICIDAD	130	26	7	27%	19	56%
PLOMERIA	118	17	17	65%		
ALBAÑILERIA	69	17	2	8%	15	44%
HERRERIA	30					
EBANISTERIA	23					

TOTAL	370	60	26	100%	34	100%
--------------	------------	-----------	-----------	-------------	-----------	-------------

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 22 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Entre 4 y 5 meses



Fuente: Elaboración Propia

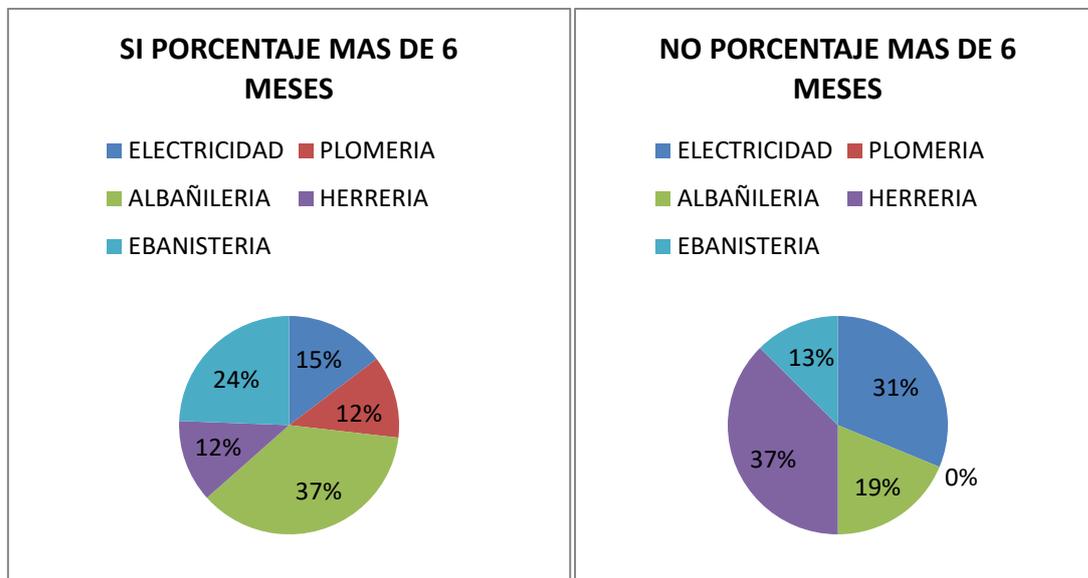
Tabla 68 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Más de 6 mes

SERVICIO	CANTIDAD	MAS DE 6 MESES	SI	SI PORCENTAJE MAS DE 6 MESES	NO	NO PORCENTAJE MAS DE 6 MESES
ELECTRICIDAD	130	11	6	15%	5	31%
PLOMERIA	118	5	5	12%		0%
ALBAÑILERIA	69	18	15	37%	3	19%
HERRERIA	30	11	5	12%	6	38%

EBANISTERIA	23	12	10	24%	2	13%
TOTAL	370	57	41	100%	16	100%

Fuente: Elaboración Propia

Ilustración 23 ¿Se sintió satisfecho con la prestación del servicio? – Más de 6 mes



Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al nivel de satisfacción de servicio prestado, se logró analizar lo siguiente.

De las 370 personas encuestadas, 145 respondieron que contrataron servicios hace un mes, de estas 66 contrataron servicios de plomería, de las cuales el 51% se sintieron satisfechas, contra un 41% que respondió no haberse sentido satisfecha.

Continuando con el grupo de las 145 personas, se logra evidenciar que 38 personas contrataron servicios eléctricos, de las cuales un 19% se sintieron satisfechas contra un 32% que afirma lo contrario.

Siguiendo con el grupo de personas que contrataron su último servicio hace un mes, tenemos que 17 personas contrataron servicios de herrería, de la cuales un 10% se sintió satisfecha contra un 13% que afirma lo contrario

Seguido a esto nos encontramos con 55 personas que contrataron servicios entre 2 y 3 meses, de las cuales

4. REGLAMENTO INTERNO EMPRESA MULTISERVICIOS

5. CAPITULO I

6. CONTRATACION DEL PERSONAL

7. Artículo 1.- todas las personas aspirantes a un empleo en la empresa

MULTISERVICIOS deberán de reunir con los requisitos pedidos para el puesto de

trabajo. Artículo 2.- todas las personas aspirantes al trabajo necesitaran un

currículo para poder presentarse adecuadamente.

8. Artículo 3.- Si el trabajador sale favorecido se sujetará a un contrato a prueba que tendrá la duración de 90 días, luego se le hará firmar nuevamente un contrato indefinido.
9. Artículo 4- el trabajador se compromete a trabajar de la manera más eficiente que se pueda y el gerente o los encargados responsables pueden asignar un puesto de trabajo según se requiera en determinado momento.
10. CAPITULO II
11. EVALUACIONES Y SUPERVISIONES AL PERSONAL
12. Artículo 5.- Las evaluaciones serán realizadas por el gerente o los encargados responsables deberán contener los resultados de cumplimiento de cada objetivo predefinido y deberá contarse con la firma del personal evaluado, como parte de su aceptación.
13. Artículo 6.- El supervisor deberá mencionar las causas por la que no se cumplieron.
14. CAPITULO III
15. HORARIOS DE TRABAJO
16. Artículo 7.-Se conviene expresamente que el horario es de lunes a sábado 8 horas diarias, comprendido en dos jornadas que van de 8:00 a 12:00 y de 2:00 a 6:00 de la tarde, con dos horas para almorzar.
17. Artículo 8.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a los trabajadores. Artículo 9.- La empresa concede como máximo tres tolerancias al mes de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo de quince minutos al mes a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontara medio día de salario.

18. Artículo 10.- Cada trabajador deberá firmar su asistencia diaria en las listas correspondientes ubicadas en el área de correspondiente acentuar en la misma sus horarios de comida y salida de la empresa.
19. Artículo 11.- El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de lo contrario le será descontado de su salario el tiempo faltante o reconsiderara como media falta o falta completa según sea el caso.
20. Artículo 12.- Esta estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo, el que incurra en este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de visto bueno
21. Artículo 13.- Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin dar previo aviso a su encargado.

22. CAPÍTULO IV

23. SOBRE LOS PERMISOS DE LOS TRABAJADORES Y FALTAS

24. Artículo 14.- Los permisos deben ser informados por escrito y con 24hrs de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente reconsiderara nulo.
25. Artículo 15.- El Gerente y demás responsables de la empresa
MULTISERVICIOS estará autorizar a dar permiso en condiciones especiales.
Empleado que se ausente sin informar no tendrá derecho a cobrar ese día.
26. Artículo 16.- Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato al Gerente, este aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma en caso contrario se aplicará como falta injustificada.
27. Artículo 17.- Al momento de acumular tres faltas injustificadas, empresa
MULTISERVICIOS tendrá la facultad de prescindir del empleado.

28. CAPÍTULO V

29. PROHIBICIONES

30. Artículo 18.- El personal de empresa de MULTISERVICIOS deberá portar en todo momento el uniforme completo, este incluye gorro, tapa bocas y bata.
31. Artículo 19.- La política de uniformes será aplicada todo el tiempo, la falta y cumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.
32. Artículo 20.- Queda estrictamente prohibido fumar dentro de las instalaciones de la empresa.
33. Artículo 21.- La salida del personal fuera de las instalaciones será únicamente durante su horario de comida o por alguna consigna especial de trabajo que puede ser autorizada solamente por el Gerente o administrador. No se permitirán situaciones de abandono por causas diferentes a las de trabajo.
34. Artículo 22.- Queda prohibido a los trabajadores:
35. 1. Provocar en el interior y exterior del restaurante, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.
36. 2. Sustraer del restaurante utensilios de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.
37. 3. Introducir personas ajenas al restaurante a menos que estas sean justificadas y por autorización del gerente o administrador.

38. CAPÍTULO VI

39. SANCIONES

40. Artículo 23.- El personal de empresa MULTISERVICIOS será sancionado con descontar un día de salario si suma más de tres faltas.

41. CAPÍTULO VII

42. LAS DIFERENTES ÁREAS DE EMPRESA MULTISERVICIOS

43. Artículo 24.- Ningún visitante podrá pasar a la zona de cocina.

44. Artículo 25.- El único lugar de acceso para clientes será la oficina administrativa.

45. Artículo 26.- Se deberá de brindar un servicio eficiente y con prontitud, teniendo siempre como prioridad no hacer esperar al cliente por más de 5 minutos.

46. CAPÍTULO IX

47. SOBRE LA ATENCION AL CLIENTE

48. Artículo 27.- Las llamadas deben ser atendidas sin excepción de forma expedita, clara y oportuna, es prioritario para la empresa MULTISERVICIOS que la comunicación con clientes, proveedores, empleados y cualquier persona que nos llame, se realice sin perdidas de información y al momento. Las llamadas personales serán direccionadas a un número único para todos los empleados.

49.

50. CAPITULO X

51. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

52. Artículo 28.- Son obligación de la empresa:

53. 1. Pagar a los trabajadores los salarios pactados e indemnizaciones a que tengan derecho en tiempo y forma.

54. 2. Proporcionar útiles instrumentos y materiales necesarios para ejecutar su trabajo.

55. 3. Guardar a los trabajadores la debida consideración, absteniéndose de maltrato de palabra y obra.

56. 4. Conceder a los trabajadores o empleados el tiempo necesario para el ejercicio de voto de elecciones populares.

57. 5. Organizar permanentemente o periódicamente cursos de capacitación y adiestramiento.

58. 6. Adoptar las medidas de higiene y seguridad previstas por las leyes.
59. 7. Tomar las medidas preventivas de accidentes que sean necesarias.
60. 8. Proporcionar a los trabajadores los primeros auxilios que necesiten.
61. Artículo 29.- Las situaciones no previstas en el presente reglamento se resolverán de acuerdo con lo que sobre el particular disponga en contrato de trabajo, el uso, la costumbre y los principios generales de derecho.
62. Artículo 30.- El presente reglamento interno de trabajo será entregado a cada uno de los trabajadores al servicio de la empresa MULTISERVICIOS al momento de su contratación, a efecto de que conozca sus derechos y obligaciones.

Fecha: Julio 15 de 2019.

Dirección: Montería.

Ciudad: Montería.

Departamento: Córdoba.

Representante legal: Jorge Andrés Sánchez Hoyos