

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA INTERMEDIACIÓN ENTRE
PRESTADORES DE SERVICIOS Y LAS NECESIDADES DEL HOGAR EN LA
CIUDAD DE MONTERIA.**

**FELIPE ANDRÉS DORIA DÍAZ
ELVIS DAVID PÉREZ RAMOS**

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
MONTERIA – CÓRDOBA**

2022

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA INTERMEDIACIÓN ENTRE
PRESTADORES DE SERVICIOS Y LAS NECESIDADES DEL HOGAR EN LA
CIUDAD DE MONTERIA.**

**FELIPE ANDRÉS DORIA DÍAZ
ELVIS DAVID PÉREZ RAMOS**

ASESOR:

JORGE GARCIA PATERNINA

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS

INTERNACIONALES

MONTERIA - CÓRDOBA

2022

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo de grado se la dedico principal a mente a Dios, quien me ha dado las fuerzas y la voluntad para seguir adelante en este ciclo de mi formación profesional.

A mi madre, Luz Gloria Díaz porque gracias a ella he cumplido todos mis propósitos y metas, es quien me ha enseñado valores, me ha dado su apoyo incondicional, a pesar de todos los obstáculos siempre me enseñó a seguir adelante y no rendirme por las cosas que quiero.

También quiero agradecerle a mi padre, Wilson Doria Angulo quien desde un principio me brindó su apoyo incondicional, ha puesto su grano de arena para que todo esto sea posible.

Por último, quiero agradecerle a mi hermano Daniel Doria Díaz, quien ha sido motivo para seguir adelante.

Felipe Andrés Doria Díaz

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios, por guiarme en el camino y fortalecerme espiritualmente para empezar un camino lleno de éxitos. Así, quiero mostrar mi gratitud a todas las personas que estuvieron presente en la realización de esta meta, de este sueño que es tan importante para mí, agradecer todas sus ayudas, sus palabras motivadoras, sus conocimientos, sus consejos y su dedicación.

Muestro mis más sinceros agradecimientos a nuestro tutor Jorge García Paternina, quien con su conocimiento nos guio hacia el camino correcto para la elaboración de este trabajo.

A mis compañeros, quienes a través del tiempo fuimos fortaleciendo una amistad, muchas gracias por toda su colaboración y por convivir todo este tiempo conmigo, compartiendo experiencias, alegrías y frustraciones. Especialmente quiero agradecerle a mi compañero de trabajo Felipe Andrés Doria Díaz por todas las vivencias compartidas, su tiempo, paciencia y dedicación.

Por último, quiero agradecer a la base de todo a mi familia, en especial a mis padres Diego Pérez y Ana Ramos, que con sus consejos fueron el motor de arranque y mi constante motivación, a mis hermanos Wendy Pérez y Bayron Pérez, que con su granito de arena han hecho todo esto posible, muchas gracias por su paciencia, comprensión y sobre todo por todo el amor brindado.

¡MUCHAS GRACIAS!

Elvis David Pérez Ramos.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
RESUMEN EJECUTIVO	17
1. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL	18
1.1 Marco teórico	18
1.1.1 Sector servicio	18
1.1.2 Empresa de servicios.	18
1.1.4 Hogares	18
1.1.5 Servicios ofrecidos:	19
1.2 Marco conceptual	19
1.2.1 Intermediario	19
1.2.2 La intermediación	20
1.2.3 TIC	20
1.2.4 plataformas intermediarias	21
2. MÓDULO DE MERCADO	22
2.1 Servicio	22
2.1.1 Características	22
2.1.2 Usos del servicio	23
2.1.3 Beneficios	23

2.1.4 Servicios y/o productos sustitutos	24
2.1.5 Servicios y/o productos complementarios	24
2.2 Consumidor final	24
2.2.1 Segmentación	25
2.2.2 Características socioculturales	25
2.3 Delimitación del área geográfica	26
2.4 Análisis de demanda	28
2.4.1 Cálculo del tamaño de muestra	28
2.4.2 Instrumento para la recolección de datos.....	29
2.5 Cálculo de la Demanda Actual	30
2.6 Proyección de la Demanda.....	31
2.7 Análisis de la oferta.....	32
2.8 Tipo de Demanda.....	32
2.9 Análisis de Precios	33
2.10 Canales de comercialización	33
2.11 Imagen corporativa	34
2.12 Estrategias de publicidad	35
3. MÓDULOS TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL.....	36
3.1 Tamaño del proyecto	36
3.2 Localización	37

3.3	Macrolocalización	37
3.4	Microlocalización	39
3.5	Distribución en planta	41
3.6	Proceso de prestación del servicio	43
3.7	Descripción del proceso de prestación del servicio	43
3.8	Estudio organizacional	46
3.9	Naturaleza jurídica	46
3.10	Misión	47
3.11	Visión	48
3.12	Organigrama	48
3.13	Manual de funciones	49
4.	MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL	55
4.1	Impacto Social	55
4.2	Impacto Económico	55
4.3	Impacto Ambiental	56
5.	MODULO FINANCIERO	58
5.1	Inversiones	58
5.1.1	inversiones fijas	58
5.1.2	inversiones diferidas	59
5.2	Costos y Gastos	60

5.3 Distribución de costos	64
5.4 Cálculo del punto de equilibrio	65
5.5 Proyecciones financieras para el periodo de evaluación	66
5.6 Inversión del capital de trabajo	67
5.7 Flujo neto de inversión	69
5.8 flujo neto de operación	71
5.9 flujo neto del proyecto	72
5.10 Evaluación financiera	72
5.11 Fuentes de financiación	74
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA	78
ANEXOS	82
1. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	82
2. Análisis de resultados	84
3. Reglamento interno del trabajo	92

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Calculo de la demanda.	30
Tabla 2	Frecuencia de consumo	31
Tabla 3	proyección de la demanda	32
Tabla 4	Tipo de demanda	32
Tabla 5	Evaluación por puntos para Macrolocalización.	38
Tabla 6	Evaluación por puntos para Microlocalización.	40
Tabla 7	Áreas por departamentos, en la organización.	41
Tabla 8	Manual funciones gerente	49
Tabla 9	Manual funciones de Asistente administrativo	50
Tabla 10	Manual funciones del coordinador operativo	51
Tabla 11	Manual funciones de asesores comerciales	52
Tabla 12	Manual funciones de servicios generales	53
Tabla 13	Inversión en obras físicas.	58
Tabla 14	Inversión de equipo de computación y comunicación	58
Tabla 15	Inversión en muebles y enseres	59
Tabla 16	Gastos preoperativos	59
Tabla 17	Costo de mano de obra	60
Tabla 18	Costo de materiales	61
Tabla 19	Costo de servicios - primer año de operación	62
Tabla 20	Gastos por depreciación	62
Tabla 21	Otros gastos administrativos	63

Tabla 22 Gasto de venta.....	63
Tabla 23 Amortización de gastos diferidos	63
Tabla 24 Distribución de costos.....	64
Tabla 25 Programa de inversión fija del proyecto	66
Tabla 26 Inversión en capital de trabajo.....	67
Tabla 27 Inversión en el capital de trabajo.....	68
Tabla 28 Programa de inversión	68
Tabla 29 Valor residual de activos.....	69
Tabla 30 Flujo neto de inversiones.....	69
Tabla 31 Presupuesto de ingresos	70
Tabla 32 Presupuesto de costo de producción	70
Tabla 33 Presupuesto de gastos de administración	70
Tabla 34 Presupuesto de gastos de venta	71
Tabla 35 Presupuesto de costos operacionales.....	71
Tabla 36 Flujo neto de operación.....	71
Tabla 37 Flujo neto del proyecto.....	72
Tabla 38 Valor Presente Neto (VPN).....	73
Tabla 39 Tasa interna del retorno (TIR).....	73
Tabla 40 Valor Presente Neto (VPN).....	73
Tabla 41 pregunta 1 ¿Ha solicitado alguna el servicio de prestadores de servicios? ...	84
Tabla 42 pregunta 2 ¿utilizaría dicho servicio?.....	85
Tabla 43 pregunta 3 ¿Cuál fue su servicio a suplir?	86
Tabla 44 pregunta 4 ¿Cuál fue la razón para adquirir dicho servicio?	86
Tabla 45 pregunta 5 Si ya hizo uso de estos servicios, ¿Por qué medio lo hizo?	87

Tabla 46 pregunta 6 ¿Con que frecuencia usaría usted este servicio?	88
Tabla 47 pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza domestica?	88
Tabla 48 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de reparación?.....	89
Tabla 49 pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio educativo o de cuidado.....	89
Tabla 50 pregunta 10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la intermediación	90
Tabla 51 pregunta 11 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?	90

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 mapa de Córdoba.....	27
Ilustración 2 canal de comercialización.....	34
Ilustración 3 Logo y eslogan	34
Ilustración 4 Distribución en planta	42
Ilustración 5 Distribución en planta 3D	42
Ilustración 6 Proceso de prestación del servicio	43
Ilustración 7 Organigrama	48

LISTA DE GRÁFICOS

Gráficos 1 ¿Ha solicitado alguna el servicio de prestadores de servicios?	85
Gráficos 2 ¿utilizaría dicho servicio?	85
Gráficos 3 ¿Cuál fue su servicio a suplir?	86
Gráficos 4 ¿Cuál fue la razón para adquirir dicho servicio?	87
Gráficos 5 Si ya hizo uso de estos servicios, ¿Por qué medio lo hizo?	87
Gráficos 6 ¿Con que frecuencia usaría usted este servicio?	88
Gráficos 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza domestica?	88
Gráficos 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de reparación?	89
Gráficos 9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio educativo o de cuidado?	89
Gráficos 10 ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la intermediación	90
Gráficos 11 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?.....	91

INTRODUCCIÓN

El sector servicios, también conocido como sector terciario, es uno de los tres grandes sectores en los que se dividen las actividades económicas. En general, podemos definirlo como el sector que no produce bienes materiales, sino que provee a la población de servicios necesarios para satisfacer sus necesidades. (ESO, 2022). El sector servicios incluye subsectores como comercio, comunicaciones, centro de llamadas, finanzas, turismo, hostelería, ocio, cultura, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos y son fundamentales para el desarrollo económico de un país; la globalización y los sistemas de integración económica han permitido su auge en el mercado mundial, de aquí que la prestación de servicios en el mundo se haya venido incrementando durante los últimos años como una de las tendencias que refleja el comportamiento de las grandes ciudades. Las actividades de servicios cada día se consolidan como uno de los principales motores de desarrollo, de crecimiento y generación de empleo.

El campo de la prestación de los servicios domiciliarios ha venido presentando un desarrollo importante en la sociedad, debido al ritmo de vida acelerado que viven las personas de la actualidad, a los cuales el tiempo ya no les alcanza para desarrollar soluciones a las necesidades recurrentes dentro del hogar. 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.

De aquí que los servicios representen más del 60% de la producción y el empleo mundial y crecen de manera sostenida desde 1980. En Colombia, el sector de servicios ha presentado una tendencia similar a la mundial. (OMC, 2019). Este porcentaje es importante pues se trata de un mercado que ha venido creciendo y que, dadas las condiciones actuales, existen pocas empresas dedicadas a suplir sus necesidades en forma completa, creando una faltante dentro de los hogares y de esta manera una oportunidad de negocio al constituir una empresa dedicada a este servicio y que satisfaga las necesidades que se puedan generar dentro de él.

En muchas ocasiones el sistema tradicional no puede atender ni llega a alcanzar a cubrir la necesidades de servicios de todos los hogares, esto porque no se maneja un lugar o una entidad confiable que ofrezca el apoyo para conseguir respuesta inmediatas a las necesidades de cada individuo y las dinámicas de algunas entidades como las antes mencionadas no son suficientes para atender dichas problemáticas, ya que no abarcan todas las líneas de servicios y en muchos casos al no conseguir una respuestas, las personas tienden a no solucionar su problema, a posponerlo o incluso a cubrirlo ellos mismos, quitándoles el tiempo de trabajo o tiempo de descanso. Lo que nos muestra la necesidad que hay en los hogares de tener una empresa que maneje la información calificada que un usuario necesita y lo ponga en contacto directo con el servidor mejor capacitado, garantizando un buen servicio y satisfacción para su cliente.

De acuerdo con lo anterior, se pretende ofrecer a la población de Montería un servicio de contacto entre un cliente con alguna necesidad y varias empresas o personas prestadoras de ese servicio. La empresa funcionaria como punto de encuentro, contando con una adecuada base de datos con la información de contacto de cada uno de los prestadores de este servicio. Estos entrarían a esta base de datos, recomendadas por

intermediarios cercanos a los que anteriormente les prestaron el servicio. Seguido de esto, cada vez que se le asigne un servicio a este prestador, la empresa realizara una evaluación del servicio, generando una calificación y posicionándolo frente a los demás de su categoría. De esta forma se garantiza, que quienes presten el servicio sean los mejores calificados y los clientes servidos queden satisfechos.

Es por este motivo que el presente proyecto pretende resolver la necesidad que existe en el departamento y el municipio con respecto a las necesidades dentro de los hogares en cuando a los estándares de calidad de los servicios, efectividad, rapidez y eficiencia, utilizando así herramientas tecnológicas que hoy en día son fundamentales para la búsqueda y a la vez brindar a los habitantes de Montería- Córdoba de adquirir un servicio confiable y accesible. Este proyecto busca crear no solo una solución a los Hogares, sino también a las personas que son eficientes en su trabajo pero que lo hacen de manera informal por falta de oportunidades laborales.

RESUMEN EJECUTIVO

Empresa: INTERMEDIARIOS F&E S.A.S

Ubicación: Cra 10ª #16- 38 Barrio el edén 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 darles soluciones a sus necesidades desde la comodidad de su casa o trabajo y al menor tiempo posible

Objetivo: El propósito principal de este proyecto es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar; para conseguirlo fue necesario evaluar la factibilidad de mercado, técnica, organizacional de impacto y financiera de la puesta en marcha del proyecto.

Servicio: intermediación entre prestadores de servicio y las necesidades presentadas dentro del hogar (plomería, jardinería, servicios domésticos, niñera, tutora, enfermera, etc.)

Presupuesto de inversión: La inversión requerida del proyecto es de 94.619.890 que se cubrirá con capital propio.

Rentabilidad: El proyecto está elaborado para cinco años, presenta un TIR del 38%; por lo que, a la vista del presente estudio se considera factible su ejecución.

1. REFERENTE TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 Marco teórico

1.1.1 Sector servicio

El Diccionario de la RAE define el sector terciario o sector servicios como “*sector que abarca las actividades relacionadas con los servicios materiales no productivos de bienes, que se prestan a los ciudadanos, como la Administración, la enseñanza, el turismo, etc.*”. Por lo tanto, es un sector de actividades económicas productivas pero que no producen, directamente, bienes materiales sino prestaciones a personas o empresas.

Los servicios son necesarios, dirigen y vertebran las demás actividades productivas en el sector primario (agricultura, ganadería, minería) y en el secundario (industria). (DELSOL, 2022). Se pretende ofrecer un servicio de intermediación, primeramente, entre los hogares de la ciudad de Montería y prestadores de todos los servicios que se requieran para satisfacer las necesidades manifestadas por quien requiera el servicio.

1.1.2 Empresa de servicios.

Las empresas de servicios tienen como principal función el ofrecimiento de una actividad en pro de la satisfacción de las necesidades de un público a cambio de una contraprestación: se trata de un servicio intangible público o privado. (ACTUALÍCESE, 2022). La finalidad de nuestra empresa es satisfacer una necesidad puntual dentro del hogar que requiere el servicio, caracterizada por un alto grado de especialización en la actividad que ofrecen.

1.1.4 Hogares

Se utiliza para el lugar donde viven las personas, pero que además está íntimamente relacionado con una sensación confortable de seguridad, pertenencia, calma y serenidad,

acompañada del sentimiento de propiedad y pertenencia (ECD, 2018). Nuestra casa debe ser un lugar seguro para nosotros y para los que nos rodean, sea cual sea nuestra edad. Es por esto que nuestra empresa pretende ofrecer un servicio de intermediación con prestadores de servicio de excelente calidad que abarquen todas y cada una de las necesidades de los hogares en la ciudad de Montería, para así asegurar el bienestar y la salud de sus habitantes.

1.1.5 Servicios ofrecidos:

Servicios de limpieza doméstica: Se refiere a las conserjerías (porterías) de los edificios, tanto como al sector formal o informal de la limpieza doméstica.

Servicios de reparación: Podríamos incluir aquí a los servicios técnicos de electricidad, plomería, mecánica y electrónica, que atienden casos particulares y permiten refaccionar o poner en marcha aparatos (cada vez más numerosos y necesarios) varios.

Servicios educativos: Tanto los formales, académicos, promovidos por el Estado o bien privados, como los informales en el caso de talleres, cursos y seminarios. Son los servicios de formación profesional y esparcimiento de la información y la cultura.

Servicios médicos: En su gigantesco abanico de especialidades, los médicos brindan un servicio de prevención y emergencia del deterioro del cuerpo que finaliza apenas la salud es restituida o el chequeo culmina.

1.2 Marco conceptual

1.2.1 Intermediario

El intermediario es aquella persona dedicada a la actividad de poner en contacto a oferentes y demandantes de mano de obra para que estos últimos vinculen a los primeros

como sus trabajadores, recibiendo una comisión como contraprestación (en el caso de las agencias lucrativas) (MINSALUD, 2022). La obligación de nosotros como intermediarios solo se limitará a ubicar al oferente de la mano de obra al servicio del demandante del servicio quien es el verdadero empleador.

1.2.2 La intermediación

La intermediación se centra en ubicar las dos necesidades del oferente y del demandante de mano de obra de manera que, si resulta una relación contractual, ésta se dará entre esas dos partes y no con el intermediario, éste último solo puede cobrar al demandante una comisión y para el trabajador debe ser un servicio gratuito. (MINSALUD, s.f.). Esta propuesta de empresa, se podría semejar de alguna forma al servicio que presta Google, con información desde internet, pero enfocada a los servicios en la ciudad de Montería, inicialmente. Contacto entre un cliente con alguna necesidad y varias empresas o personas prestadoras de ese servicio. La empresa funcionaria como punto de encuentro, contando con una adecuada base de datos con la información de contacto de cada uno de los prestadores de este servicio.

1.2.3 TIC

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes (Art. 6 Ley 1341 de 2009). (MINTIC) Gracias a estas tecnologías y su amplia aplicación en el entorno, se pueden crear nuevos escenarios para la prestación de servicios como el que se utilizará para nuestra plataforma de servicio de intermediación. No solo se manejará la plataforma, pues muchos hogares no cuentan o

no conocen el manejo de algunas tecnologías, pero cabe destacar que se aprovechará cualquier medio por el cual se pueda interactuar con los clientes.

1.2.4 plataformas intermediarias

Las plataformas intermediarias en línea se han convertido en protagonistas del desarrollo del mercado digital y generan retos normativos importantes. Las nuevas tecnologías han favorecido nuevas formas de intercambio en las que el operador de la plataforma adopta una posición especial y compleja. (CASAS, 2020). La digitalización de la economía fruto de los importantes avances tecnológicos de los últimos años, ha facilitado que emerja un nuevo modelo de mercado que está teniendo un crecimiento progresivo y constante, que queda englobado en lo que se ha denominado la economía colaborativa.

2. MÓDULO DE MERCADO

2.1 Servicio

En muchas ocasiones el sistema tradicional no puede atender ni llega a alcanzar a cubrir la necesidades de servicios de todos los hogares, esto porque no se maneja un lugar o una entidad confiable que ofrezca el apoyo para conseguir respuesta inmediatas a las necesidades de cada individuo y las dinámicas de algunas entidades como las antes mencionadas no son suficientes para atender dichas problemáticas, ya que no abarcan todas las líneas de servicios y en muchos casos al no conseguir una respuestas, las personas tienden a no solucionar su problema, a posponerlo o incluso a cubrirlo ellos mismos, quitándoles el tiempo de trabajo o tiempo de descanso. Lo que nos muestra la necesidad que hay en los hogares de tener una empresa que maneje la información calificada que un usuario necesita y lo ponga en contacto directo con el servidor mejor capacitado, garantizando un buen servicio y satisfacción para su cliente. Por lo cual se considera pertinente brindar un servicio de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar, ayudando a resolver las tareas que, por motivos laborales, de tiempo o de conocimiento no puede realizar el cliente; creando así en ellos una solución.

2.1.1 Características

Se pretende ofrecer un servicio de apoyo integral entre el cliente y las empresas o personas prestadoras de los servicios requeridos para los hogares, facilitando y cubriendo los servicios que se necesiten dentro de él, esto con el fin de generar ambientes de bienestar y armonía. Servicios tales como los de un plomero, decoradora de interiores, niñera, jardinero, enfermera, profesora o una empleada del servicio. Etc.

2.1.2 Usos del servicio

El servicio de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar podrá ser utilizado por los integrantes de los hogares de la ciudad de Montería, siempre y cuando dicho servicio sea cancelado, este se solicitará si se necesita alguna solución a un problema interno de la casa, siempre y cuando nuestra plataforma cuente con el personal idóneo para la tarea asignada y su pronta solución.

2.1.3 Beneficios

Las empresas de servicios intermediarios ofrecen una gran variedad de servicios en su cartera de productos. Recepción, conserjería, limpieza, jardinería, mantenimiento de piscinas, control y seguridad, etc. Todos estos aspectos estarán cubiertos por nuestra empresa, de lo que se pueden beneficiar los clientes, como las comunidades de vecinos. Los beneficios que tiene contar con este tipo de empresas son muchos y variados. Entre ellos tenemos:

- la facilidad y la comodidad de tener todas las necesidades cubiertas con una misma empresa, sin tener que recurrir a un proveedor distinto para cada servicio.
- estas empresas se adaptan completamente a las necesidades del cliente: la frecuencia del servicio, las zonas a cubrir y las tareas a realizar, todas las determina el cliente en base a lo que necesita y nada más.
- Le permite al cliente reaccionar a tiempo en caso de que se presenten problemas en su hogar.
- Ayuda en la atención a tiempo de atrasos laborales, depresiones, tensiones por no tener solucionado el problema, estrés por no poder resolver la necesidad e incluso a mejorar la calidad de vida de cada individuo.

2.1.4 Servicios y/o productos sustitutos

El servicio de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar podría ser sustituido por un servicio ofrecido por empleados informales, por empleados independientes o por los padres cabeza de hogar. Igualmente se consideran sustitutos del servicio a las empresas prestadoras de ciertos servicios en específico que conllevan hacia la resolución de problemas, sin embargo, estos servicios no abarcan todas las necesidades de los hogares, por lo que el servicio que ofrece nuestra empresa será de mayor utilidad y calidad.

2.1.5 Servicios y/o productos complementarios

Los complementarios del servicio en cuestión son: el servicio de internet el cual ayudara a la conectividad de los asistentes encargados de comunicar la necesidad del cliente con la solución de un prestador de servicio, empresas prestadoras de servicios varios, trabajadores independientes; productos como computadores, teléfonos celulares, y demás materiales didácticos necesarios para el desarrollo eficiente del servicio.

2.2 Consumidor final

Los servicios de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar podrá ser utilizado, por las personas que requieran cubrir alguna necesidad dentro de su hogar y que no cuente, con tiempo, conocimiento o guía para resolverla.

El servicio de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar, podrá ser utilizado por los integrantes de los hogares, personas de la cabecera de la Ciudad de Montería que se encuentra en los estratos 3, 4,5 y 6 y su edad oscila en los 15 y 49 años.

2.2.1 Segmentación

En función del comportamiento: Padres, madres, responsables de hogares, cabezas de familia con interés en solucionar y mejorar alguna necesidad dentro de sus hogares, necesario para alcanzar una mejora en sus viviendas o una respuesta a diversas situaciones.

Geográfica: Montería - Córdoba

Nivel socioeconómico: Estratos 3, 4, 5 y 6 pertenecientes a la cabecera de la ciudad de Montería.

Género: Hombres, mujeres, adolescente (considerando también los estratos anteriores y el rango de edad). Se tomó este segmento, por ser personas con un mayor nivel de concientización, mayor requerimiento de los servicios y conocimientos de herramientas digitales.

2.2.2 Características socioculturales

La Ciudad, es uno de los centros ganaderos, agroindustriales y culturales más importantes de la Región Caribe colombiana. Es considerada la capital ganadera de Colombia, anualmente celebra la Feria de la Ganadería en el mes de junio. Es, además, un importante centro comercial y universitario. Actualmente se está desarrollando el proyecto del Área Metropolitana de Montería la cual estaría conformada por esta ciudad y el vecino municipio de Cereté. (TERRACORDOBA, 2022)

La ciudad está surcada por numerosos caños y riachuelos, la principal fuente hídrica de Montería la constituye el río Sinú.

Montería cuenta con espacios culturales como "el teatrino" de la Ronda del Sinú, el Museo Zenú de arte contemporáneo, así como salas de Cine Colombia. Montería cuenta también con una escuela de bellas artes, así como posibilidades de formación artística a nivel universitario. Durante la Feria de la Ganadería que se lleva a cabo a mediados de año se puede disfrutar de una variada actividad cultural que incluye desfiles, bailes organizados por los clubes locales y programas nocturnos en los lugares de ocio de la ciudad. Otra opción cultural son exposiciones, conciertos y obras de teatro organizados ya sea por la casa de la cultura o por empresarios locales. Varias personalidades del mundo de la televisión colombiana son nativos de Montería como Ronald Ayazo o Adriana Ricardo.

2.3 Delimitación del área geográfica

La región objeto de estudio para la implementación de la empresa de plataforma digital para auditoria es la ciudad de Montería, Córdoba, a continuación, se presentarán todos los datos correspondientes de este municipio.

Superficie:	3141 km ² 12
Altitud:	18 m s. n. m.
Clima:	Tropical seco Aw
Población	505 334 hab.3 (2020):
Densidad:	160,88 hab/km ²
Urbana:	395 184 hab.
Gentilicio:	Monteriano, -a

Ilustración 1 mapa de Córdoba

Fuente: basado en (Google maps, 2020)

La ciudad de Montería, también conocida por los nombres de "Capital Ganadera de Colombia", "La Perla del Sinú" y "La Ciudad de las Golondrinas", fue fundada el 1 de mayo de 1777. Tiene una altitud de 18 metros sobre el nivel del mar, con una temperatura promedio de 28 grados centígrados. Es la capital del Departamento de Córdoba situado al noroeste de la república de Colombia, a orillas del Mar Caribe, con una extensión de 23.980 kilómetros². La topografía de esta ciudad es bastante plana, con aisladas elevaciones de menor importancia. La parte occidental de la ciudad está surcada por la serranía de Las Palomas. En la porción septentrional 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 y San Carlos. (MONTERÍA, 2018).

2.4 Análisis de demanda

2.4.1 Cálculo del tamaño de muestra

Determinar el tamaño de la muestra que se va a seleccionar es un paso importante en cualquier estudio de investigación de mercados, se debe justificar convenientemente de acuerdo con el planteamiento del problema, la población, los objetivos y el propósito de la investigación. (psyma, 2015).

El servicio de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar puede ser consumido jóvenes y adultos. La población a la cual ira dirigida nuestra encuesta será para los estratos 3, 4, 5 y 6. de la zona urbana de la ciudad de Montería, que estén en un rango de 15-49 años, ya que son las personas que tienen y manejan más el acceso a internet, es decir un total de 21.987 demandantes que pueden tener acceso a nuestro servicio.

Para el cálculo del tamaño de muestra se va a utilizar la siguiente fórmula ya establecida:

$$\text{Dónde: } n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza)

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad de fracaso

e = Error o margen de muestreo

N = Población

Reemplazamos Valores:

Desviación de la muestra (confianza) = 95% (1,96)

Probabilidad a favor = 0,5

Probabilidad de fracaso = 0,5

Error o margen de muestreo = 0,07

Población = 21.987

Reemplazamos Valores:

$$n = \frac{(21.987) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (21.987 - 1) + ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}$$

n = 378

El valor obtenido es de 378 lo que indica el número de encuestas que se deben realizar para la recolección de datos.

2.4.2 Instrumento para la recolección de datos

El instrumento utilizado para la recolección de la información que determinó la demanda del servicio intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería- Córdoba, fue un cuestionario previamente elaborado que se aplicó a 378 personas dueñas o encargadas de los hogares, por medio del siguiente formato:
Anexo 1.

2.5 Cálculo de la Demanda Actual

En la siguiente tabla mostraremos los indicadores que vamos a utilizar para el cálculo de la demanda existente en la ciudad de Montería - Córdoba, siendo el número de 21.987 habitantes que tiene Montería en los estrato 3, 4, 5 y 6 en la cabecera de la ciudad y en un rango de 19-49 años, y una vez realizada la fórmula para calcular la muestra esta arrojó como resultado 378, luego está, el indicador de la tasa de crecimiento poblacional que para esta parte del departamento es del 1,42% determinado por él (CYTY, 2017).

Para determinar la demanda actual, se tomó en primera instancia la respuesta de los encuestados que afirmaron estar dispuestos a recibir un servicio de intermediación de prestadores de servicios para la solución de las necesidades dentro del hogar, el valor porcentual obtenido (100%) fue multiplicado por el total de la población objeto de estudio (21.987); con lo anterior, se hacen extensivos los resultados de la muestra al resto de la población, como se muestra a continuación:

Tabla 1 Calculo de la demanda.

Población objetivo	21.987
N= Tamaño de la Población	
n = Tamaño de la muestra obtenida	378
Tasa de crecimiento poblacional (i)	1,42%

Fuente: elaboración propia.

Seguidamente, se tomaron las frecuencias de uso del servicio, para determinar el número de servicios que los clientes estarían dispuestos a solicitar para dar solución a sus necesidades; para determinar el valor de la demanda anual, se clasificó la población en los porcentajes respectivos de cada frecuencia de consumo, y estas frecuencias fueron convertidas a un valor anual.

Tabla 2 Frecuencia de consumo

Mensual	Quincenal	Semanal	Diario
5%	29%	32%	34%
21	110	120	127
252	2.640	5.760	46.355
Total			55.007

Fuente: elaboración propia.

Como se puede notar en la tabla anterior el total de servicios de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar, demandadas en un año por la población Monteriana, es equivalente a **55.007**.

2.6 Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda, permitirá reconocer el comportamiento de la misma durante el periodo futuro, para facilitar la toma de decisiones y el control de esta variable a largo plazo; para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

$$D_f = D_a (1+i)^n$$

Dónde:

D_f = Demanda Final

D_a = Demanda Actual

I = Índice de crecimiento de poblacional

Reemplazando valores, se obtiene:

$$\text{Año 1 } D_{f1} = 55.007 (1 + 1,42\%)^1 = 62.818$$

$$\text{Año 2 } D_{f2} = 55.007 (1 + 1,42\%)^2 = 71.738$$

$$\text{Año 3 } D_{f3} = 55.007 (1 + 1,42\%)^3 = 81.925$$

$$\text{Año 4 } D_{f4} = 55.007 (1 + 1,42\%)^4 = 93.558$$

$$\text{Año 5 Df5} = 55.007 (1+1,42\%5 = 106.844$$

Tabla 3 proyección de la demanda

Años					
Detalle	2022	2023	2024	2025	2026
Proyección	62.818	71.738	81.925	93.558	106.844

Fuente: elaboración propia

2.7 Análisis de la oferta

Actualmente en la ciudad de Montería no existe ninguna compañía que ofrezca servicios de intermediarios entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar, cabe resaltar que existen personas independientes que ofrecen sus servicios, pero al no tener una base de estas no podemos calcular cuál es su demanda; también hay otras empresas que ofrecen servicios varios pero dirigido a empresas, por lo que no caben como competencia, pues no incluyen como lugar objetivo los hogares, como lo anterior se hace evidente en los resultados de la encuesta aplicada a la población Monteriana, en donde el 100% de la muestra manifestó no conocer ninguna empresa que ofrezca el servicio.

2.8 Tipo de Demanda

La determinación del tipo de demanda, corresponde a la diferencia entre la demanda actual y la oferta actual, como se muestra a continuación:

Tabla 4 Tipo de demanda

Demanda actual	55.007
Oferta actual	0
Demanda insatisfecha	55.007

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de mercado, existe actualmente en la ciudad de Montería, una demanda insatisfecha de **55.007** solicitudes de prestadores de servicio en las diferentes áreas.

2.9 Análisis de Precios

El análisis de precios que se muestra a continuación, corresponde a la respuesta de los consumidores potenciales de la empresa a los precios hipotéticos que fueron investigados con el desarrollo de la investigación de campo en la ciudad de Montería; los resultados de la investigación arrojaron que el 53% y 58% de los entrevistados afirma que estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza doméstica y educativo o de cuidado entre \$50.000 y \$60.000. El 45% entre \$35.000 y \$40.000 para servicios de reparación. Cabe destacar, que para la fijación final del precio de venta se deben analizar los costos fijos y variables de la empresa, porque si se determina el precio esperado por el consumidor, sin medir las variables financieras y el precio termina mal fijado, la empresa corre el riesgo de perder dinero.

2.10 Canales de comercialización

La empresa empleará un canal de comercialización Un **canal de distribución indirecto**, que es aquel en el que intervienen intermediarios de diferentes clases entre el proveedor y el consumidor de un bien. Los canales, dependiendo de la cantidad de intermediarios que participen en la distribución, los podemos dividir en cortos, largos y dobles. (software, 2022); Se seleccionó este canal, teniendo en cuenta que seremos intermediarios entre los prestadores de servicios y los usuarios del servicio, quienes a través de una plataforma digital tendrán interacción directa y personalizada. **Productor-mayorista- agente- consumidor**: Las empresas mayoristas compran servicios intangibles, para venderlos de forma extensiva, realizan contratos con detallistas o agentes para la venta de estos servicios a clientes finales.

Ilustración 2 canal de comercialización



Fuente: Elaboración propia

2.11 Imagen corporativa

La imagen que representará el servicio que queremos ofrecer en la ciudad de Montería-Córdoba, llevará como logo el nombre de la empresa que representa la unión y visión de dos personas que establecieron una oportunidad de negocio en la elaboración de un servicio intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar, además de las imágenes que representan los servicios que se llevaran a cabo, como lo son los servicios de cuidado, de reparación, de limpieza, etc., Este logo representa todo lo que queremos ofrecer.

Nuestro eslogan representa ese plus que nos diferenciaría, un servicio integral para nuestros clientes.

Ilustración 3 Logo y eslogan



Fuente: Elaboración propia

2.12 Estrategias de publicidad

La estrategia publicitaria que utilizaremos en la empresa INTERMEDIARIOS F&E S.A.S, será por medio de las redes sociales por ello se hará énfasis en los medios de difusión del producto tales como (Instagram, Facebook, Twitter). Los volantes también serán una estrategia que utilizaremos, ya que por medio de ellos podemos llevar información a cada uno de los hogares, mostrando nuestro producto y sus beneficios, además que son una forma práctica de dar a conocer este novedoso servicio y que permite llegar a las personas que no poseen de los medios de comunicación como lo son las redes sociales.

3. MÓDULOS TÉCNICO Y ORGANIZACIONAL

3.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto (ROJAS, 2017).

La creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería, Córdoba, pretende ofrecer una alternativa de solución, promoviendo en la población la intermediación como una forma oportuna de adquirir servicios que mejoran las falencias en el hogar o que dan solución a ciertas situaciones que suelen presentarse en la vida cotidiana, por tanto se mejorara la calidad de vida de la población Monteriana; para ello contará con el personal capacitado y con la maquinaria especializada para el adecuado aprovechamiento de todas las nuevas tecnologías, como se muestra a continuación:

El recurso tecnológico está conformado por los equipos audiovisuales necesarios para la intermediación de los agentes con los demandantes del servicio; dentro de los que destacan teléfonos, computadores, micrófonos, entre otros. Por su parte las instalaciones permitirán a los agentes y el personal de la empresa contar con el espacio apropiado, sin contaminación visual o auditiva, que permitan el desarrollo de un acompañamiento interactivo, entretenido y personalizado.

La empresa contará con 3 asesores o agentes de venta. Estos prestarán el servicio de lunes a sábado, de 7:00 a 12.00 pm y de 2:00 pm a 5:00 pm y los días domingo de 8:00 am a 2:00 pm; cada uno de ellos trabajará ocho horas diarias los días de semana y 6 horas los domingos. Se

consideran en el año 295 días hábiles laborables, ya que el año consta de 365 días de los cuales se descuentan 18 festivo, 52 dominicales, 10 días de vacaciones, 47 semanas, tomando 6 días hábiles por cada una de estos, 2 turnos de 4 horas y 52 domingos con turnos corrido de 6 horas. Ahora bien, cada asesor podrá trabajar con varios usuarios durante el día, razón por la cual la empresa estará en disponibilidad 24 horas diarias de lunes a sábado, en los que se pretenden atender y vender 100 servicios y 18 horas los domingos en los que se pretende vender 60 servicios. Ahora bien, se pretende atender por lo menos 29.500 usuarios de lunes a sábado y 3.120 los domingos, es decir 32.620, servicios por año, lo que permite satisfacer el 59% de la demanda insatisfecha.

3.2 Localización

Para la localización del proyecto es indispensable el análisis de una macro localización y micro localización; esta consiste en la selección de zonas y áreas donde operará el proyecto coordinando con las variables como mano de obra, mercado, servicios básicos, transporte, materiales y entre otros al igual que otros factores geográficos, sociales, económicos, institucionales. De esta manera llegando a una concisa respuesta que nos ayude a tomar la mejor decisión para llegar a una producción efectiva (Trujillo, 2014).

3.3 Macrolocalización

“Este análisis nos indica cuál es la mejor alternativa de instalación del proyecto dentro de la macro localización. En la cual se determinarán todos los aspectos como la cercanía de los tutores, disponibilidad de los servicios básicos, entre otros” (Mendoza, 2008).

Para definir la Macrolocalización de la empresa se evaluará la ciudad de Montería y los municipios de Cereté y San Pelayo; se evalúa con calificaciones de 0 a 100 en factores geográficos y de infraestructura, económicos, públicos, gubernamentales y comunitarios, por

último, los factores específicos. Se tendrá dos alternativas que evaluarán ciertos factores que las componen, para esto, utilizaremos el método de puntos que consiste en asignar cierto número de unidades de valor, llamadas punto a cada uno de los factores o subfactores que permiten en alguna medida establecer el ordenamiento de estos, en este caso determinar el lugar óptimo de la ubicación de la empresa. Así pues, se tiene que:

Tabla 5 Evaluación por puntos para Macrolocalización.

Factores relevantes	Peso asignado Escala: 0-1	Cereté		Montería		San Pelayo	
		Calificación Escala	Calificación ponderada	Calificación Escala	Calificación ponderada	Calificación Escala	Calificación ponderada
		0-100		0-100		0-100	
Ubicación de usuarios	0,08	65	5,2	87	6,96	60	4,8
Ubicación de prestadores de servicio	0,07	34	2,38	92	6,44	50	3,5
Vías de comunicación	0,03	49	1,47	64	1,92	45	1,35
navegación	0,03	74	2,22	65	1,95	55	1,65
Perspectivas de desarrollo	0,05	64	3,2	40	2	30	1,5
Actividades empresariales conexas	0,04	70	2,8	60	2,4	40	1,6
Servicios auxiliares	0,03	43	1,29	76	2,28	32	0,96
Costos de terreno	0,03	30	0,9	90	2,7	92	2,76
Costo de mano de obra	0,07	65	4,55	85	5,95	90	6,3
Energía eléctrica	0,05	45	2,25	80	4	80	4
Acueducto	0,02	70	1,40	60	1,2	55	1,1
Teléfono	0,01	60	0,60	50	0,50	45	0,45
Facilidades educacionales	0,02	55	1,1	65	1,3	50	1
Regulaciones específicas	0,04	60	2,4	60	2,4	60	2,4
Interés del municipio	0,08	70	5,6	80	6,4	75	6
Actitud de la comunidad	0,08	50	4	90	7,2	70	5,6

Calidad de sueldos	0,06	65	3,9	75	4,5	67	4.02
Disponibilidad de agua	0,08	45	3,6	86	3,6	35	2.8
Condiciones climáticas	0,07	67	4,69	70	4,9	65	4,69
Consideraciones ecológicas	0,06	43	2,58	50	3	45	2,7
Totales	1		56,13		71,6		43,3

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en el estudio anterior, la ponderación de la ciudad de Montería es de 71,6 de lo cual puede concluirse que es el sitio escogido para la ubicación de la empresa. Muchos de los puntos anteriormente analizados, se escogieron como importantes, puesto que, están contemplados en el plan de desarrollo de la ciudad, por lo cual se hizo mucho más fácil el proceso de asignación de peso o puntos, de acuerdo con lo que allí se describe.

3.4 Microlocalización

“Este análisis nos indica cuál es la mejor alternativa de instalación del proyecto dentro de la macro localización. En la cual se determinarán todos los aspectos como la cercanía de los tutores, disponibilidad de los servicios básicos, entre otros” (Mendoza, 2008).

Posteriormente se deben evaluar dentro de la ciudad elegida tres localizaciones que tienen características similares; según la ponderación se encontrará un lugar estratégico, pues permitirá realizar un análisis de la ubicación para tomar una decisión, los lugares a analizar son zona sur, zona norte y centro de la ciudad; bajo los siguientes criterios: Costo de arriendo, costo de internet, disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de herramientas tecnológicas, costo de vida, tarifa de servicios públicos, facilidades de comunicación, disponibilidad de agua, espacio disponible para expansión, costo de arrendamiento, posibilidades de deshacerse de desechos, actitud de los vecinos frente al proyecto.

Tabla 6 Evaluación por puntos para Microlocalización.

Factores relevantes	Peso asignado	ZONA SUR		ZONA NORTE		CENTRO	
	Escala: 0-1	Calificación Escala 0-100	Calificación n. Ponderada	Calificación Escala 0 -100	Calificación Ponderada	Calificación n Escala 0-100	Calificación Ponderada
Costo de arriendo	0,3	50	15	40	12	67	20,1
Costo de internet	0,2	65	13	35	7	87	17,4
Disponibilidad de mano de obra	0,04	70	2,8	70	2,8	96	3,84
Disponibilidad de herramientas tecnológicas	0,2	30	6	80	16	95	19
Costo de vida	0,04	50	2	95	3,8	64	2,56
Tarifa de servicios públicos	0,02	57	1,14	47	0,94	98	1,96
Facilidades de comunicación	0,01	68	0,68	86	0,86	67	0,67
Disponibilidad de agua	0,03	39	1,17	49	1,47	74	2,22
Espacio disponible para expansión	0,11	20	2,2	20	2,2	73	8,03
Costo de arrendamiento	0,03	30	0,9	45	1,35	59	1,77
Posibilidades de deshacerse de desechos	0,01	50	0,5	67	0,67	84	0,84
Actitud de los vecinos frente al proyecto	0,01	39	0,39	20	0,2	36	0,36
Total	1		45,78		49,29		78,75

Fuente: Elaboración propia.

Del resultado del estudio anterior se puede concluir que la opción óptima para la Microlocalización de la empresa es el Centro de la Ciudad de Montería con 78,75 debido a que el sector primario es el más representativo en la actividad económica de la Ciudad. Este Sector cuenta con mayores disponibilidades locativas, para las instalaciones físicas necesarias en donde los miembros de la empresa desempeñarán sus funciones; y la zona céntrica cuenta con mayor concentración poblacional, para las campañas de marketing y captación de la demanda. Vale la

pena mencionar que el servicio podrá ser ofrecido a cualquier hogar de la ciudad e incluso, sin importar la distancia que exista entre este y las instalaciones.

3.5 Distribución en planta

La distribución de la planta fue diseñada de tal forma que minimice la distancia recorrida entre áreas haciendo posible el adecuado manejo de las herramientas, la planta de INTERMEDIARIOS F&E S.A.S fue distribuida utilizando el método SLP ya que propone distribuciones con base en la conveniencia de cercanía entre los departamentos, el cual tiene la siguiente simbología:

Tabla 7 Áreas por departamentos, en la organización.

AREAS POR DEPARTAMENTOS	
DEPARTAMENTO O DEPENDENCIA	AREA
ESTACIONAMIENTO	5 mts de ancho X 4 de largo
SALA DE JUNTAS	5 mts de ancho X 5 de largo
GERENCIA	5 mts de ancho X 3 de largo
RECEPCIÓN	5 mts de ancho X 5 de largo
BAÑO	3 mts de ancho X 5 de largo
SALAS DE ASESORES	5 mts de ancho X 5 de largo

Fuente: Elaboración propia.

Las instalaciones de la empresa están conformadas principalmente por las salas de los asesores, las cuales estarán equipadas con los equipos de computación y comunicación necesaria, para que los asesores de la empresa puedan prestar el servicio de intermediación a los demandantes con los prestadores de servicio; así mismo, se encuentran las oficinas de gerencia, la sala de juntas, destinadas para que el personal administrativo pueda desempeñar sus funciones,

la recepción, destinada exclusivamente para la atención al cliente y finalmente el estacionamiento donde se encontrará los medios de transporte del equipo empresarial.

Ilustración 4 Distribución en planta



Fuente: Elaboración propia.

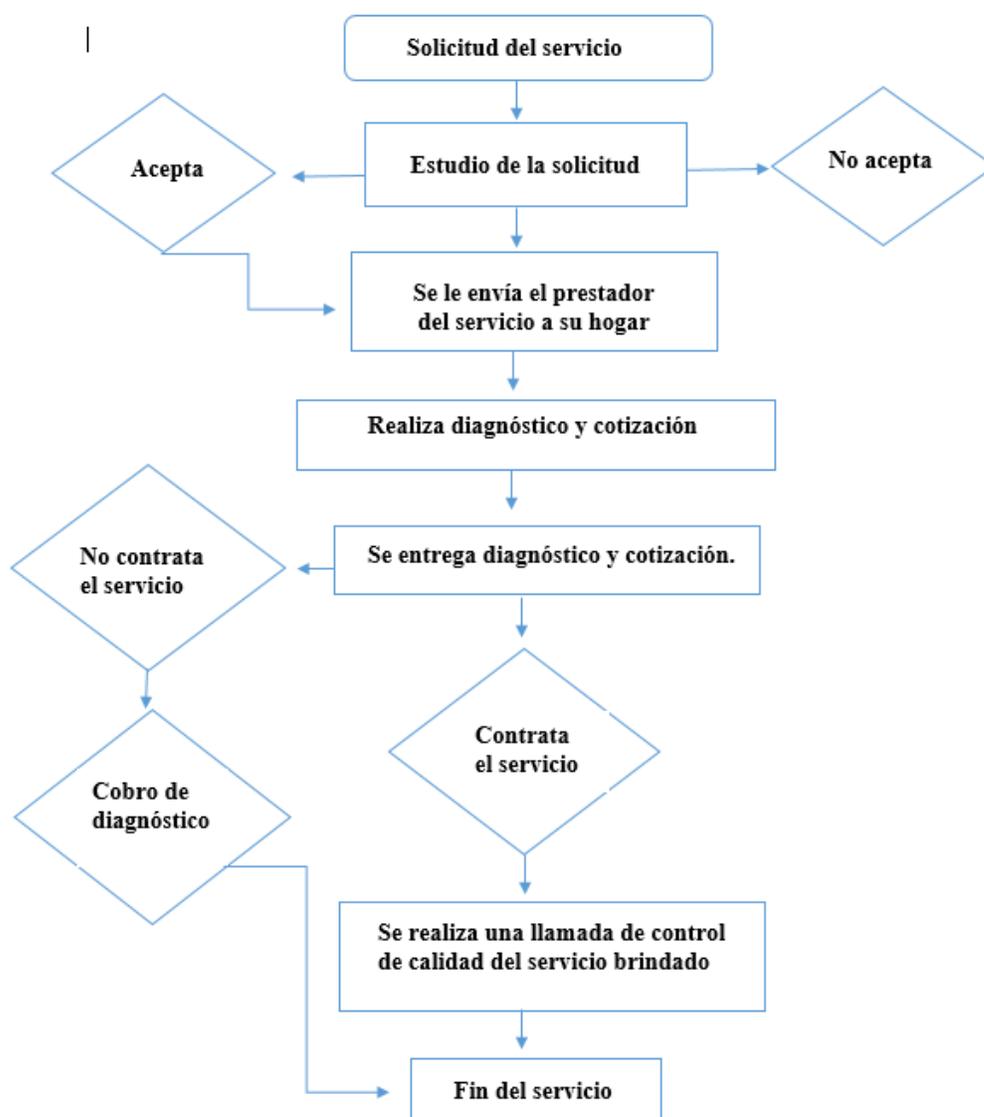
Ilustración 5 Distribución en planta 3D



Fuente: Elaboración propia.

3.6 Proceso de prestación del servicio

Ilustración 6 Proceso de prestación del servicio



Fuente: Elaboración propia.

3.7 Descripción del proceso de prestación del servicio

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.

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, limpieza doméstica, reparación o educativo y de cuidado, y en este punto se realiza un diagnóstico breve con la información suministrada, se le envía al usuario y este determina si desea o no que se le envíe el prestador del servicio al domicilio del cliente para realizar el levante de información necesaria.

Si acepta (diagnostico breve): En este punto se realiza un diagnóstico 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.

Se le envía técnico a su residencia: Luego de recibir información y de determinar el tipo de servicio, nos comunicamos a través de llamadas con el prestador de servicios, a parte se le envía solicitud vía correo o mensaje de texto al prestador de servicio 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.

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

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

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.

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 prestador de él, luego se le notifica a éste a través de correo o mensaje de texto, el prestador del servicio cumple con la solicitud, finalizado el servicio el prestador del servicio da por terminado el servicio a través de la plataforma, al tiempo le llega notificación al cliente y al supervisor. (En este punto se procede a cobrar el servicio prestado)

Pago en línea: se realiza el pago de acuerdo al servicio seleccionado; este pago sólo podrá ser en línea, a través de transferencia, depósito, tarjeta crédito/débito, o a través de medios de pago digital.

Se realiza una llamada de supervisión: Se realiza una llamada para valorar el servicio prestado por parte del prestador de servicio en donde se valora lo siguiente.

- Nivel de responsabilidad del prestador de servicio
- Respeto por parte del prestador de servicio y por parte del cliente
- Calidad del servicio por parte del prestador de servicio
- 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 se envía una encuesta de satisfacción del servicio al cliente.

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.

3.8 Estudio organizacional

En el estudio organizacional se define el marco formal: el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de organización, necesaria para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. Incluye organigramas, descripción de cargos, funciones y los gastos administrativos necesarios para el posterior estudio económico y financiero. (Arroba, 21 noviembre 2016).

3.9 Naturaleza jurídica

Sociedad por Acciones Simplificada (SAS) es un tipo societario creado por la Ley 1258 de 2008, caracterizado por ser una estructura societaria de capital, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas (CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ, 2022).

La empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería-Córdoba; se constituirá bajo la naturaleza de una Sociedad por Acciones Simplificadas, se seleccionó este modelo societario por su flexibilidad y los beneficios que ofrece al emprendimiento; La sociedad por acciones simplificada (SAS) es la innovación más importante del Derecho Societario colombiano en décadas. Su configuración típica, caracterizada por una regulación leve y de espectro generalmente dispositivo, la convierte en un instrumento utilísimo para la realización de negocios en todas las escalas. (VILLAMIZAR, 2019) .

Dentro de las ventajas más características de este tipo de sociedades Cardona (2018), señala las siguientes:

- Los empresarios pueden fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad. Es posible, por ejemplo, contar con estatutos flexibles que se adapten a las condiciones y a los requerimientos de cada empresario.
- La creación de la empresa es más fácil. Una S.A.S. se puede crear mediante documento privado, lo cual le ahorra a la empresa tiempo y dinero. ·La responsabilidad de sus socios se limita a sus aportes. La empresa puede beneficiarse de la limitación de la responsabilidad de sus socios, sin tener que tener la pesada estructura de una sociedad anónima.
- No se requiere establecer una duración determinada. La empresa reduce costos, ya que no tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria esté próximo a caducar. El objeto social puede ser indeterminado. Las personas que vayan a contratar con la S.A.S., no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que la conforman para ver si las entidades tienen la capacidad para desarrollar determinada transacción.
- El trámite de liquidación es más ágil. No se requiere adelantar el trámite de aprobación de inventario ante la Superintendencia de Sociedades. empresario.

3.10 Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio personalizado, con altos estándares de calidad, satisfaciendo así las necesidades que existan o surjan dentro de los hogares de la ciudad de Montería, contando con un personal altamente capacitado y orientado al diseño de estrategias de soluciones que permite a los usuarios del servicio afianzar su confianza en la solución a sus

necesidades en los diferentes servicios que pueda solicitar con el objetivo de satisfacer las necesidades

3.11 Visión

INTERMEDIARIOS F&E S.A.S, se proyecta para el año 2027 como la empresa líder en la intermediación entre prestadores de servicio y lo hogares en la ciudad de Montería con altos niveles de calidad, para lograr lo anterior se considera estrategias innovadoras y motivadoras la cuales garantizaran óptimos resultados en el rendimiento de la satisfacción de las necesidades propuestas con altos estándares de calidad para los usuarios.

3.12 Organigrama

Según Stoner (1994, p. 750), los organigramas son un diagrama de la estructura de una organización, que muestra las funciones, departamentos o puestos de la organización y la forma en que se relacionan. A continuación, se muestra el organigrama de la empresa.

Ilustración 7 Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

3.13 Manual de funciones

El manual de funciones y responsabilidades es una herramienta que establece las funciones de cada uno de los empleados que formen parte del recurso humano de la empresa; según Japón, (2016) un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados, este debe describir con claridad todas las actividades y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización. A continuación, se evidencia el manual de funciones de INTERMEDIARIOS F&E S.A.S:

Manual de funciones del gerente

Tabla 8 Manual funciones gerente

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente
Dependencia:	Gerencia
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Socios
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en administración de empresas y áreas a fines.
Experiencia:	Un año en cargos administrativos
Objetivo Principal	
Proyectar, planificar y gestionar los procesos de INTERMEDIARIOS F&E S.A.S, para alcanzar las metas y objetivos propuestos en materia de finanzas, calidad, seguridad y medio ambiente en la organización, aplicando estrategias que cumplan con las necesidades actuales de la empresa y de sus grupos de interés, velando por alcanzar y mantener altos índices de productividad y sostenibilidad en la empresa	
Funciones del Cargo	

- Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo comercial, financiero y operacional de la empresa, de acuerdo con los planes y programas establecidos, teniendo en cuenta los perfiles que hay dentro de la organización, las características del entorno y las condiciones internas de la empresa.
- Velar por la utilización eficiente de los recursos técnicos, financieros y humanos, de la empresa y por el cumplimiento de metas y programas aprobados por la Junta de Socios.
- Liderar y velar por el total cumplimiento de los objetivos empresariales, en cada uno de los niveles establecidos de la empresa.
- Ejercer supervisión y control sobre los procesos administrativos y operativos sobre los programas y proyectos de la empresa.
- Dirigir la organización, manteniendo la unidad de procedimientos e intereses en torno a la misión y objetivos.
- Cumplir y hacer cumplir las normas legales, estatutarias y reglamentarias vigentes y ejecutar las decisiones tomadas por la junta de socios.

Fuente: Elaboración propia

Manual de funciones de Asistente administrativo

Tabla 9 Manual funciones de Asistente administrativo

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Asistente administrativo
Dependencia:	Gestión financiera
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Título técnico o tecnólogo en contabilidad o finanzas.
Experiencia:	Seis meses de experiencia en cargos similares.
Objetivo Principal	
Planear, y controlar los procesos administrativos, a fin de lograr la efectiva distribución y utilización de los recursos materiales y financieros disponibles, administrándolos	

correctamente para el correcto funcionamiento de los servicios y la satisfacción de las necesidades del cliente interno y externo de la organización.

Funciones del Cargo

- Realizar actividades de envío y recepción de correspondencia
- Atender las solicitudes de los clientes de la empresa.
- Cooperar en la supervisión del eficiente desarrollo de las actividades.
- Ofrecer apoyo a todas las áreas de la empresa, que requieran de su ayuda.
- Registrar las transacciones económicas que se lleven a cabo diariamente en la empresa.
- Ofrecer asistencia al gerente general durante la elaboración de informes contables y financieros.
- Realizar el pago de las obligaciones económicas de la empresa.
- Administrar los documentos físicos y digitales pertenecientes a la empresa.
- Mantener al gerente informado de cualquier novedad que se presente en su ausencia.
- Desempeñar funciones de oficina y de asistencia administrativa encaminadas a facilitar el desarrollo y ejecución de las actividades.
- Brindar apoyo al gerente en los eventos que realice la empresa.
- Agendar citas, reuniones, eventos y demás; elaborando las actas que den constancia de su elaboración.
- Realizar demás labores propias del cargo que demande la empresa.

Fuente: Elaboración propia

Manual de funciones del coordinador operativo

Tabla 10 Manual funciones del coordinador operativo

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Coordinador operativo
Dependencia:	Operativo
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	

Educación:	Profesional en ventas de servicios
Experiencia:	Mínimo dos (2) años de experiencia en cargos similares.
Objetivo Principal	
Gestionar eficientemente el servicio de intermediación ofrecidos por la empresa. Y el de los prestadores de servicio	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirigir al personal hacía la prestación de un servicio de formación efectivo y relevante. ▪ Mantener a los asesores y clientes motivados. ▪ Identificar las destrezas y habilidades de los asesores, y alinearlas con las necesidades de los usuarios. ▪ Supervisar las funciones del personal a su cargo. ▪ Diseñar los cronogramas de prestación del servicio del personal a cargo. ▪ Fomentar la comunicación clara, directa y concreta. ▪ Tomar las decisiones y acciones operativas orientadas a la satisfacción de las necesidades e intereses de los usuarios. ▪ Apoyar a los asesores en el reconocimiento de las necesidades y requerimientos propios de cada usuario. ▪ Diseñar estrategias acordes a las necesidades de cada usuario. ▪ Satisfacer las necesidades del personal a su cargo. ▪ Determinar los requerimientos en materia de insumos y materiales necesarios para la operación. ▪ Informar cualquier novedad que se presente en su dependencia. ▪ Elaborar informes de la calidad del servicio, la evolución de los usuarios, la cantidad de servicios ofrecidos semanalmente y demás aspectos relacionados con su dependencia. ▪ Realizar las demás labores propias del cargo que demande la empresa 	

Fuente: Elaboración propia.

Manual de funciones asesores comerciales

Tabla 11 Manual funciones de asesores comerciales

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	

Nombre del Cargo:	Asesores comerciales
Dependencia:	Operativo
Número de Cargos:	3
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Profesional en ventas de servicios
Experiencia:	Mínimo 6 meses de experiencia en cargos similares.
Objetivo Principal	
Gestionar eficientemente el servicio de intermediación ofrecidos por la empresa. Y el de los prestadores de servicio	
Funciones del Cargo <ul style="list-style-type: none"> ▪ fuertes habilidades de comunicación ▪ conocimiento de técnicas para escuchar al cliente; ▪ un perfil volcado a la planificación estratégica; ▪ conocer el mercado objetivo; ▪ fomentar la inclusión de las mejores prácticas de la industria para aumentar los resultados. ▪ implementar estrategias de retención de clientes; ▪ entrar en contacto con proveedores, clientes y comercializadores. ▪ informar a los clientes condiciones contractuales, métodos de pago, plazos de entrega y servicio postventa. ▪ analizar las estrategias de los competidores a través del benchmarking; ▪ ayudar a la empresa a obtener financiación de fuentes externas para garantizar la estabilidad financiera, credibilidad y reputación. 	

Fuente: Elaboración propia.

Manual de servicios generales

Tabla 12 Manual funciones de servicios generales

	FORMATO
	PERFIL Y DESCRIPCION DE CARGOS
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Servicios generales

Dependencia:	Gestión del recurso humano
Número de Cargos:	1
Reporta a:	Gerente
Requisitos Mínimos	
Educación:	Bachiller académico
Experiencia	Capacidad de organización, comunicación efectiva.
Objetivo Principal	
Contribuir con los programas de orden y aseo de la empresa, así como su ejecución, implementación y control.	
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener limpias las áreas de producción y administración de la empresa. ▪ Contribuir al programa de orden y aseo establecido por la empresa. ▪ Realizar inventario de implementos de aseo y solicitar oportunamente al área encargada los mismos. ▪ Cumplir con las todas las normas de seguridad y medio ambiente establecidas por la empresa. ▪ Identificar los peligros e impactos ambientales de su sitio de trabajo. ▪ Realizar las demás funciones asignadas por su jefe inmediato y que sean de la competencia y naturaleza del cargo. 	

Fuente: Elaboración propia.

4. MÓDULOS DE IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL

4.1 Impacto Social

El impacto social son los cambios que experimentan las personas, grupos o comunidades como consecuencia del desarrollo de una actividad, proyecto, programa o política concreta y que afectan a las condiciones humanas en el largo plazo (IMPACT, 2022). Desde un primer punto de vista social este proyecto se convierte en una oportunidad para el desarrollo de nuevas tendencias servicio en nuestra región, ofreciendo así un servicio con altísimos estándares de calidad que saca a relucir lo la capacidad de innovación frente a las tecnologías y de creación de empresas que se puede dar en el departamento incentivando así a muchos más emprendedores que buscan oportunidades de negocios.

4.2 Impacto Económico

La creación de una empresa permite la generación de empleo y dinamiza la economía del sector donde esta se encuentre ubicada, es así entonces que la empresa permite la integración de

mano de obra local que se beneficiara tanto de manera directa como indirecta de los diversos procesos que esta adelante contribuyendo así al mejoramiento continuo de la economía de la ciudad de Montería y sus alrededores.

La creación de una de una empresa dedicada a intermediación entre prestadores de servicio y las necesidades de los hogares en la ciudad de Montería, Córdoba, espera poder generar un impacto positivo en la población, en primer lugar, 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 la ciudad 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.

4.3 Impacto Ambiental

La empresa adquirirá una cultura de responsabilidad ambiental, en la cual sus empleados, promoverán comportamientos ambientales, que puedan mitigar el impacto generado, entre los cuales tenemos; Almacenamiento en la nube, que permitirá albergar enormes cantidades de información y disminuir los archivos impresos en la empresa. Ahorro de energía en la medida de lo posible, desconectando los dispositivos eléctricos y electrónicos que no estén en uso. Disminución del uso de papelería, mediante la utilización de herramientas de comunicación más eficientes como el correo electrónico, redes sociales, página web. Pago y facturación en línea, para disminuir la impresión de liquidaciones, documentos o facturas, etc.

La educación ambiental aumenta la concienciación y el conocimiento de los ciudadanos sobre temáticas o problemas ambientales. Al hacerlo, le brinda al público las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas y medidas responsables (EPA, 2021). Es por ello,

que la empresa dictara charlas a los usuarios y trabajadores sobre la educación ambiental, para así contribuir al buen desarrollo de la comunidad.

5. MODULO FINANCIERO

5.1 Inversiones

Para la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicio y las necesidades del hogar, es necesario contar con la siguiente inversión; en la que se encuentran los activos fijos y activos diferidos.

5.1.1 inversiones fijas

Los activos fijos están conformados por la maquinaria necesaria, los equipos de cómputo y los muebles y enseres necesarios para el funcionamiento de la empresa, como se muestra a continuación:

Tabla 13 Inversión en obras físicas.

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Construcciones y edificaciones	1	50.000.000	50.000.000	20
Total			50.000.000	

Fuente: Elaboración propia.

Para el buen funcionamiento y la ejecución de la empresa, se requerirá de construcciones y edificaciones, para un total de obras físicas de \$ 50.000.000.

Tabla 14 Inversión de equipo de computación y comunicación

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Computador Portátil	2	1.800.000	3.600.000	5
Computador de mesa	4	1.500.000	6.000.000	5
Televisor	1	870.000	870.000	5
Impresora multifuncional	1	800.000	800.000	5
Teléfono	1	130.000	130.000	5

Total			11.400.000	
--------------	--	--	-------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

El equipo de cómputo y comunicación permitirá a la empresa realizar las actividades relacionadas con el área administrativa, la intermediación y de ventas del servicio, ascendiendo a una inversión de **\$11.400.000**

Tabla 15 Inversión en muebles y enseres

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Escritorio	6	370.000	2.220.000	5
Sillas ergonómicas	6	230.000	1.380.000	5
Aire acondicionado industrial	1	6.380.000	6.380.000	10
Mesa de sala de juntas de 6 puestos con sillas	1	1.150.000	1.150.000	5
Dispensador de agua	1	235.000	235.000	3
Archivador	3	500.000	1.500.000	5
Mueble de sala de espera	1	600.000	600.000	5
Total			\$ 13.465.000	

Fuente: Elaboración propia.

El mobiliario que se utilizará para las oficinas de la empresa se detalla en la tabla anterior.

5.1.2 inversiones diferidas

Los activos diferidos son aquellos pagados por anticipados para su constitución y puesta en marcha, Estas inversiones se realizan en bienes y servicio intangibles que son indispensables del proyecto o empresa, pero no intervienen directamente en la producción.

Tabla 16 Gastos preoperativos

Detalle de Inversión	Costo total
Estudio de prefactibilidad	300.000
Estudio de factibilidad	600.000
Licencias y tramites	1.000.000

Montaje y puesta en marcha	1.200.000
Gastos de organización	550.000
Imprevistos	500.000
Total: Inversión en Activos Intangibles	4.150.000

Fuente: Elaboración propia.

Los activos diferidos se generan al constituir la empresa; están conformados por los estudios que permitirán conocer la factibilidad de su puesta en marcha y los trámites requeridos para este proceso, con un total de \$4.150.000.

5.2 Costos y Gastos

En las siguientes tablas se determinan los costos necesarios para la puesta en marcha de nuestro servicio, en los que se considera: mano de obra, materiales, servicios, depreciación, remuneración al personal administrativo, gastos de venta y demás gastos administrativos.

Tabla 17 Costo de mano de obra

COSTO DE MANO DE OBRA				
Cargo	Remuneración mensual	Remuneración anual	Sobrecostos (52,33%)	Costos totales
Mano de Obra Directa				
Coordinador operativo	1.500.000	18.000.000	9.419.400	27.419.400
Asesor (3)	3.600.000	43.200.000	22.606.560	65.806.560
Total, mano obra directa				93.225.960
Mano de Obra Indirecta				
Servicios generales	1.000.000	12.000.000	6.279.600	18.279.600
Gerente general	2.000.000	24.000.000	12.559.200	36.559.200
Asistente administrativo	1.300.000	15.600.000	8.147.880	23.747.880
Total: Mano obra indirecta				78.586.680

Fuente: Elaboración propia

La mano de obra considera las personas que participa en el proceso de prestación del servicio, intermediación y en el buen funcionamiento de la empresa; dicho proceso será realizado por 3 asesores comerciales de planta y supervisado por un Coordinador operativo y de ventas, donde podemos observar que la mano de obra anual es de **\$93.225.960**, en los gastos del personal administrativo están incluidos los salarios y prestaciones sociales del gerente y el asistente administrativo que desempeñarán sus funciones en el área administrativa de la empresa y la persona encargada de los servicios generales, siendo la mano de obra indirecta, con un total de **\$78.586.680**.

Tabla 18 Costo de materiales

COSTO DE MATERIALES PRIMER AÑO DE OPERACIÓN			
PRODUCTOS	Cantidad	Costo	Costo
Caja	Unitario	total	
MATERIALES DIRECTOS			
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 estandar 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
			\$ 770.800

Fuente: Elaboración propia

Mesa de sala de juntas de 6 puestos con sillas	5	1.150.000	230.000	230.000	230.000	230.000	230.000	-
Dispensador de agua	3	235.000	78.333	78.333	78.333	-	-	-
Archivador	5	1.500.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	-
Mueble de sala de espera	5	600.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000	-
TOTAL			6.866.333	6.866.333	6.866.333	6.788.000	6.788.000	40.690.000

La depreciación de los activos fijos de la empresa se calculó de acuerdo con la naturaleza de los bienes y la duración de su vida útil. El cálculo se realizó bajo el método de depreciación lineal, en otras palabras, el valor que pierde el activo es exacto en cada uno de los años evaluados

Tabla 21 Otros gastos administrativos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Elementos de aseo y cafetería	250.000	3.000.000
Útiles y Papelería	130.000	1.440.000
TOTAL		4.440.000

Fuente: Elaboración propia

El total de otros gastos administrativos será de \$ 4.440.000, incluyendo los gastos relacionados con los elementos de aseo, cafetería, útiles y papelería.

Tabla 22 Gasto de venta

Detalle	Costo anual
Publicidad	2.000.000
TOTAL	2.000.000

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de venta se originan por las estrategias de marketing que se utilizarán para dar a conocer el producto, tales como: anuncios en la radio, tarjetas de presentación, volantes, redes sociales, entre otros.

Tabla 23 Amortización de gastos diferidos

Activos	Plazo de Amortización	Costo	Valor Anual Para Amortizar				
			2022	2023	2024	2025	2026

Gastos Preoperativos	5	4.150.000	830.000	830.000	830.000	830.000	830.000
VALOR PARA AMORTIZAR							

Fuente: *Elaboración propia*

Como se mencionó con anterioridad los gastos diferidos son los que se realizan al constituir la empresa; es por ellos que la legislación permite amortizarlos en un período de 5 años, como se muestra en la tabla anterior.

5.3 Distribución de costos

son todos los gastos que se generan en cada etapa, desde la instalación de la planta de producción hasta el envío requerido hacia el consumidor. Por lo general, los costos de distribución son elevados, aunque se suelen amortizar elevando el precio de los productos finales.

Tabla 24 Distribución de costos

Detalle	Costos Totales		
	Costos	Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	93.225.960		93.225.960
Materia Prima Directa	770.800		770.800
Servicios	10.836.000		10.836.000
Depreciación	6.866.333	6.866.333	
SUBTOTAL	111.699.093	6.866.333	104.832.760
Gastos de Administración			
M de O. Indirecta	78.586.680	78.586.680	
Otros Gast. Adm.	4.440.000	4.440.000	
Amortización.	830.000	830.000	

SUBTOTAL	83.856.680	83.856.680	
Gastos de ventas			
Publicidad	2.000.000	2.000.000	
SUBTOTAL	2.000.000	2.000.000	
TOTAL	197.555.773	92.723.013	104.832.760

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior observamos la respectiva distribución de los diferentes costos en los que se infringen para el desarrollo del proyecto, ya sea en costos de producción, gastos de administración o de venta. Se obtuvo un costo total de **\$197.555.773**.

5.4 Cálculo del punto de equilibrio

A continuación, se calculará el punto de equilibrio en cantidades, es decir, el número de unidades que se deben vender para que los ingresos sean iguales a los egresos. Para calcular el punto de equilibrio se utilizaron las siguientes formulas:

$$Pe = \frac{CT}{Pvu - Cvu}$$

$$Cvu = \frac{Cv}{Q}$$

$$Pvu = Cu + \frac{Cu}{100 - m}$$

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

Dónde:

Pe = Punto de equilibrio

CT = Costos Totales

PVU = Precio de Venta Unitario

Cvu = Costo Variable Unitario

Cf = Costos fijos

Cv = Costos Variables

Q = Cantidad

Reemplazando valores:

Reemplazando valores:

$$Cu = \frac{197.555.773}{32.620}$$

$$Cu = 6.056$$

$$Pvu = 6.056 + \frac{5.291 \times 30}{100 - 30}$$

$$Pvu = 7.843$$

$$Cvu = \frac{104.832.760}{32.620}$$

$$Cvu = 3.214$$

$$Pe = \frac{197.555.773}{7.843 - 3.214}$$

$$Pe = 21.975 \text{ intermediaciones de servicio}$$

Este valor representa el mínimo total de servicios anuales que debería vender la empresa para no presentar ni pérdidas ni ganancias.

5.5 Proyecciones financieras para el periodo de evaluación

Las proyecciones están realizadas a 5 años, con base en el índice de inflación para diciembre de 2021, equivalente a 5,62%.

Tabla 25 Programa de inversión fija del proyecto

Concepto	Años					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Activos fijos tangibles						
Construcciones y edificaciones	50.000.000					
Equipo de comunicación y computación	11.400.000					

Muebles y enseres	13.465.000					
Subtotal	74.865.000					
Activos Diferidos						
Gastos Preoperativos	4.150.000					
Subtotal	4.150.000					
Total, Inversión Fija	79.015.000					

Fuente: Elaboración propia

La inversión fija que se requiere para la puesta en marcha del proyecto tanto en activos tangibles como intangibles es igual a **\$79.015.000**. Aquí se contempla el movimiento o flujo de capital enfocado a la inversión del proyecto, pero no se tienen en cuenta las inversiones adicionales, que puedan llevarse a cabo luego de puesta en marcha de la empresa.

5.6 Inversión del capital de trabajo

Para que la empresa pueda operar de manera correcta necesita un capital de trabajo, es decir, requiere de recursos económicos que cubran materia prima, mano de obra, insumos, entre otros. Dicho capital debe estar disponible o ser recuperable a corto plazo para cumplir con las compras, pagos y demás obligaciones a tiempo.

Por lo tanto:

Tabla 26 Inversión en capital de trabajo

Costo de producción	–	104.832.760
depreciación		
Gastos de administración	–	83.026.680
amortización		
Gastos de venta		2.000.000
Total: Costo de operación anual		189.859.440

Fuente: Elaboración propia

$COPD = \text{Costo de operación anual} / 365$

$COPD = 302.936.371 / 365$

$COPD = 520.163$

$ICT = CO \times COPD$

Dónde:

$ICT = \text{Inversión de capital de trabajo.}$

$CO = \text{Ciclo operativo.}$

$COPD = \text{Costo de operación diaria.}$

$ICT = 30 \times 520.163$

$ICT = 15.604.890$

Tabla 27 Inversión en el capital de trabajo

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Capital de trabajo	15.604.890	876.995	926.282	978.395	1.033.381
Valor residual Capital de trabajo		16.482.885	17.409.166	18.387.560	19.420.941

Fuente: Elaboración propia

El capital de trabajo requerido será de \$19.420.941, para los 30 días laborales durante los cuales se llevará a cabo el proyecto.

Obtenida la proyección del Capital de Trabajo es posible hacer la inversión por año de este:

Tabla 28 Programa de inversión

Concepto	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026

Inversión fija	79.015.000				
Capital de trabajo	15.604.890	876.995	926.282	978.395	1.033.381

Fuente: Elaboración propia

El programa de inversión estima los valores que se deben añadir año tras año al proyecto para su eficiente funcionamiento.

En la siguiente tabla se verá reflejado el valor residual de los activos.

Tabla 29 Valor residual de activos

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Activos de producción					40.690.000
Subtotales activos de producción					40.690.000
Vr. Residual Capital de Trabajo					19.420.941
Total, vr. residual					60.110.941

Fuente: Elaboración propia

El valor residual de los activos después de los 5 años estudiados es de \$**60.110.941**.

5.7 Flujo neto de inversión

Se puede determinar el flujo neto de la inversión, dando como resultado:

Tabla 30 Flujo neto de inversiones

Concepto	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Inversión fija	79.015.000					
Capital de trabajo	15.604.890	876.995	926.282	978.395	1.033.381	
Valor residual						60.110.941
Inversiones	94.619.890	876.995	926.282	978.395	1.033.381	60.110.941

Fuente: Elaboración propia

El flujo neto de inversión considera las inversiones fijas, el capital de trabajo y les adiciona el valor residual de los activos al final del quinto año.

Tabla 31 Presupuesto de ingresos

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por ventas	255.838.660	270.216.793	285.402.977	301.442.624	318.383.699
TOTAL, INGRESO	255.838.660	270.216.793	285.402.977	301.442.624	318.383.699

Fuente: Elaboración propia.

Para calcular los ingresos que se obtendrán durante los 5 años estimados, se multiplica el precio de venta calculado con anterioridad por el tamaño del proyecto; su proyección se hace con referencia al crecimiento de la inflación.

Tabla 32 Presupuesto de costo de producción

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos directos					
Mano de obra directa	93.225.960	98.465.259	103.999.007	109.843.751	116.016.970
Materia Prima Directa	770.800	814.119	859.871	908.196	959.236
Depreciación	6.866.333	6.866.333	6.866.333	6.788.000	6.788.000
Subtotal costo directo	100.863.093	106.145.711	111.725.211	117.539.947	123.764.206
Gastos generales de fab.					
Servicios	10.836.000	11.444.983	12.088.191	12.767.547	13.485.083
SUBTOTAL	10.836.000	11.444.983	12.088.191	12.767.547	13.485.083
TOTAL	111.699.093	117.590.694	123.813.402	130.307.494	137.249.289

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto de costos de producción se determina tomando como referencia el índice de crecimiento de la inflación.

Tabla 33 Presupuesto de gastos de administración

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Sueldos y prestaciones	78.586.680	83.003.251	87.668.034	92.594.978	97.798.816
Otros gastos de administ.	4.440.000	4.689.528	4.953.079	5.231.442	5.525.449

Amortización	830.000	830.000	830.000	830.000	830.000
TOTAL	83.856.680	88.522.779	93.451.113	98.656.420	104.154.265

Fuente: *Elaboración propia*

Los gastos administrativos destinados para pagar sueldos y otros gastos relacionados con el área administrativa fueron proyectados con el índice de crecimiento de la inflación.

Tabla 34 Presupuesto de gastos de venta

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Publicidad	2.000.000	2.112.400	2.231.117	2.356.506	2.488.941
TOTAL	2.000.000	2.112.400	2.231.117	2.356.506	2.488.941

Fuente: *Elaboración propia*

Los gastos de ventas, específicamente dirigidos al marketing de la empresa, se limitan al gasto de publicidad por medio de volantes, radio y redes sociales, estos fueron proyectados con el índice de crecimiento de la inflación.

Tabla 35 Presupuesto de costos operacionales

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costos de producción	111.699.093	117.590.694	123.813.402	130.307.494	137.249.289
Gastos de administración	83.856.680	88.522.779	93.451.113	98.656.420	104.154.265
Gastos de ventas	2.000.000	2.112.400	2.231.117	2.356.506	2.488.941
TOTAL, COST. OPER.	197.555.773	208.225.873	219.495.632	231.320.420	243.892.495

Fuente: *Elaboración propia*

En la tabla anterior se totalizan los costos en que se incurren para el sostenimiento de la operación de la empresa durante los cinco años evaluados.

5.8 flujo neto de operación

Tabla 36 Flujo neto de operación

Detalle	Años				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos operacionales	255.838.660	270.216.793	285.402.977	301.442.624	318.383.699
Egresos operacionales	197.555.773	208.225.873	219.495.632	231.320.420	243.892.495

Utilidad operacional	58.282.887	61.990.920	65.907.345	70.122.204	74.491.204
Impuestos	18.650.524	19.837.094	21.090.350	22.439.105	23.837.185
UTILIDAD NETA	39.632.363	42.153.826	44.816.995	47.683.099	50.654.019
Más depreciación	6.866.333	6.866.333	6.866.333	6.788.000	6.788.000
Más amortización	830.000	830.000	830.000	830.000	830.000
BENEFICIO NETO	47.328.696	49.850.159	52.513.328	55.301.099	58.272.019

Fuente: Elaboración propia

El flujo neto de operación se determina mediante la diferencia entre el presupuesto de ingresos y egresos operacionales en los que se incurre durante los 5 años evaluados; a lo que posteriormente se restan los impuestos y la pérdida de valor por concepto de amortización y depreciación de los activos de la empresa.

5.9 flujo neto del proyecto

Tabla 37 Flujo neto del proyecto

Detalle	Años					
	2022	2023	2024	2025	2026	
Flujo neto de inversión.	-94.619.890	-876.995	-926.282	-978.395	-1.033.381	60.110.941
Flujo Neto de Operación.		47.328.696	49.850.159	52.513.328	55.301.099	58.272.019
Total, Neto del Proyecto	-94.619.890	46.451.701	48.923.877	51.534.933	54.267.718	1.838.922

Fuente: Elaboración propia

El flujo neto del proyecto se determina mediante la diferencia del flujo neto de operación y de inversión.

5.10 Evaluación financiera

Los siguientes indicadores financieros permitirán determinar si la creación de empresa dedicada a la comercialización y fabricación de quesillos rellenos es factible en términos financieros.

Tabla 38 Valor Presente Neto (VPN)

Total, neto del proyecto	-94.619.890
2022	46.451.701
2023	48.923.877
2024	51.534.933
2025	54.267.718
2026	1.838.922
VPN	\$ 42.255.166

Fuente: Elaboración propia.

Para su cálculo se utilizó una tasa mínima de rentabilidad esperada por los inversionistas del 15%; cómo se puede notar la anterior tabla arroja un valor superior a cero, indicando la factibilidad del proyecto y que el valor de los flujos futuros, en el presente equivalen a \$ **42.255.166.**

Tabla 39 Tasa interna del retorno (TIR)

Total, neto del proyecto	-94.619.890
2022	46.451.701
2023	48.923.877
2024	51.534.933
2025	54.267.718
2026	1.838.922
TIR	38%

Fuente: Elaboración propia.

Esta tasa representa la rentabilidad o interés que se puede obtener al realizar la inversión, el criterio de aceptación es que sea superior a la tasa de oportunidad; como lo muestra la tabla anterior la TIR es igual a **38%** superando la tasa de oportunidad del 15%; por lo que se infiere que la inversión es viable en términos financieros.

Tabla 40 Valor Presente Neto (VPN)

46.451.701	
48.923.877	
51.534.933	

54.267.718	
1.838.922	
203.017.151	94.619.890
RB/ C	2,14%

Fuente: Elaboración propia.

La relación beneficio costo se halló mediante la división de los ingresos y los egresos netos; arrojando un valor de 2,14; lo que quiere decir que por cada peso que se invierta en la creación de la empresa, se recuperarán 2,21 pesos.

5.11 Fuentes de financiación

Los recursos necesarios para la creación y puesta en marcha de la empresa dedicada intermediación entre prestadores de servicio y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería serán propios, los dos socios aportarán dichos recursos en igualdad de condiciones.

CONCLUSIONES

- El módulo de mercado reveló que el número de clientes potenciales que puede tener en sus inicios la empresa sería de 21.107 que corresponde al 96% de la población objetivo, estos individuos afirman que solicitarían los servicios de intermediación para contactar prestadores de servicio y dar solución a sus necesidades; lo que nos permite tener una visión positiva al innovar con el servicio que se pretende ofrecer. El precio que estarían dispuestos a pagar por este servicio está en el rango de \$60.000 y \$70.000 para servicios de limpieza doméstica y servicios educativos o de cuidados y \$35.000 a \$40.000 por servicios de reparación; los clientes estarían dispuestos a pagar altos precios. El tipo de demanda detectada para este servicio es: insatisfecha, esto se debe tal vez a que son pocas las empresas localizadas en el sector o a la falta de innovación y variedad en este tipo de servicios.
- A través del módulo técnico se determinaron las necesidades técnicas de la empresa, la localización estratégica y el tamaño óptimo que le permitirá generar los ingresos operacionales necesarios para cubrir los costos y gastos asociados al procesamiento y generar utilidades a los accionistas; luego del análisis de los factores técnicos que intervienen en el procesamiento, se infiere que la empresa estaría en capacidad de proporcionar 21.987 servicios de intermediación anualmente.
- Mediante el módulo organizacional, se estableció el personal requerido para conformar la empresa, los cargos, perfiles, relaciones y funciones que deben desempeñar, acorde a las necesidades operativas y administrativas de esta; de manera que se pueda garantizar el

correcto funcionamiento de sus operaciones. Partiendo de la base que el mundo empresarial está constantemente en movimiento, se hizo énfasis, en que INTERMEDIACIÓN F&E S.A.S requiere un personal capacitado, con adaptación al cambio, que apunte a la mejora continua y al posicionamiento en el mercado; pero, principalmente que desempeñe procesos y procedimientos de calidad que permitan ofrecer un servicio inocuo a la población Monteriana.

- En el estudio financiero se determinó la factibilidad del proyecto en base a las inversiones, los costos operacionales, las proyecciones de venta, el capital de trabajo, remuneraciones, gastos administrativos, entre otros. También se puede resaltar que la creación de nuestra empresa es rentable, ya que nos genera utilidad y se hace una proyección a 5 años mostrándonos un VPN, una TIR y un C/B factibles y beneficioso con los recursos genera la misma empresa.
- Este proyecto no genera ningún impacto ambiental y social, siempre y cuando se cumpla con todas las medidas legales en el tema ambiental y social, y este también tendrá un impacto positivo en la ciudad, ya que, con este proyecto pretendemos generar empleo, cubrir una necesidad y una demanda que es alta, pero con pocas ofertas. En otras palabras, consideramos que es viable la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicio y las necesidades del hogar.

RECOMENDACIONES

- Primeramente, tenemos que mirar la entrada en el mercado, por estar en una etapa inicial, es indispensable que la empresa priorice promocionar su imagen aplicando las estrategias de publicidad mencionadas anteriormente, con muestras gratis a la población objetivo y periódicamente realizar actividades diferentes con el objetivo de generar una imagen de recordación de la empresa.
- Se sugiere que la empresa sostenga buenas relaciones con sus clientes y con los prestadores de servicio.
- Se recomienda a la empresa que los procesos de reclutamiento y selección de personal sean muy estrictos, principalmente en lo que concierne a asesores de servicio, ya que para alcanzar los objetivos que se han planteado durante el desarrollo del proyecto, es indispensable facilitar el servicio al cliente con mejoras continuas, por lo que lo más importante es que los asesores desarrollen y utilicen estrategias para despertar que los clientes contraten el servicio, diseñando y creando escenarios y rutas que faciliten la solución a sus necesidades. Siendo así, no se trata de la cantidad de problemas que la persona posea, sino de sus habilidades para transmitirlos.

BIBLIOGRAFÍA

ACTUALÍCESE. (20 de 05 de 2022). Obtenido de ctualicese.com/definicion-de-una-empresa-de-servicios/#:~:text=Las%20empresas%20de%20servicios%20tienen,servicio%20intangiblere%20público%20o%20privado.

Andrés Sánchez, a. o. (2022). *BANCO DE LA REPÚBLICA*. Obtenido de BANCO DE LA REPÚBLICA: <https://www.banrep.gov.co/es/libro-educacion-desarrollo-economico-colombia#:~:text=Invertir%20en%20educaci%C3%B3n%20permite%20aumentar,el%20crecimiento%20y%20desarrollo%20econ%C3%B3mico>.

Arroba, J. I. (21 noviembre 2016). *Estudio organizacional*.

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ. (2022). Obtenido de [file:///C:/Users/LUIS%20BOLA%C3%91O%20TORRES/Downloads/GUIA%201%20RM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/LUIS%20BOLA%C3%91O%20TORRES/Downloads/GUIA%201%20RM%20(1).pdf)

CASAS, M. C. (03 de 07 de 2020). Obtenido de <file:///C:/Users/pine800161/Downloads/5612-Texto%20del%20art%C3%ADculo-9699-1-10-20201006.pdf>

CYTY, P. (2017). Obtenido de <http://poblacion.population.city/colombia/monteria/>

DELSOL, S. (2022). *SOFTWARE DELSOL*. Obtenido de SOFTWARE DELSOL: <https://www.sdelSol.com/glosario/sector-terciario/>

ECD. (01 de 06 de 2018). Obtenido de

<https://www.elconfidencialdigital.com/articulo/tendencias/hogar/20180530154621089670.html>

EPA. (23 de 11 de 2021). *EPA*. Obtenido de EPA: <https://espanol.epa.gov/espanol/la-importancia-de-la-educacion-ambiental>

ESO. (01 de 2022). *CIDEAC*. Obtenido de

http://recursostic.educacion.es/secundaria/edad/3esohistoria/para_pdf/quincena4.pdf

Google maps. (19 de Abril de 2020). Obtenido de Google maps:

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Colombia_-_C%C3%B3rdoba_-_Monter%C3%ADa.svg

IMPACT. (13 de 2 de 2022). Obtenido de <https://www.esimpact.org/impacto-social/>

Mendoza, A. (2008). *Financiamiento y Fundamentos de Finanzas Corporativas*; México: Editorial Mc Graw Hill.

MINSALUD. (s.f.). Obtenido de

<https://www.minsalud.gov.co/trabajoEmpleo/Documents/Servicios%20de%20Intermediaci%C3%B3n%20Laboral.pdf>

MINSALUD. (2022). Obtenido de

<https://www.minsalud.gov.co/trabajoEmpleo/Documents/Servicios%20de%20Intermediaci%C3%B3n%20Laboral.pdf>

MINTIC. (s.f.). Obtenido de <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/T/5755:Tecnologias-de-la-Informacion-y-las-Comunicaciones->

,la%20constituye%20el%20r%C3%ADo%20Sin%C3%BA.&text=Monter%C3%ADa%20cuenta%20con%20espacios%20culturales.com

Trujillo, C. (2014). *Estudio de factibilidad para creación de una microempresa en procesamiento y comercialización de agua de coco embotellada en la ciudad de Santo Domingo*. Santo Domingo de los Tsáchilas – Ecuador: Universidad Tecnológica de Equinoccial.

VILLAMIZAR, F. (2019). Obtenido de <http://scm.oas.org/pdfs/2016/CP36957T.pdf>

ANEXOS

1. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

ENCUESTA A LOS HABITANTES DEL DE MONTERÍA – CÓRDOBA

Edad: ___ **Género:** _____ **Estrato:** 3 4 5 6

Buenos días (tardes o noches) somos estudiantes del programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales de la Universidad de Córdoba, estamos realizando una encuesta para conocer cuál es la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería, gracias por su tiempo.

Objetivo: Reconocer si existe una demanda insatisfecha del servicio de intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería, así como las características, gustos y preferencias de los consumidores potenciales de dicho servicio.

1. ¿Ha solicitado alguna el servicio de prestadores de servicios para resolver una necesidad dentro de su hogar?

Sí No

2. ¿utilizaría dicho servicio?

Sí No

3. ¿Cuál fue su servicio a suplir?

- Servicio de limpieza domestica (porterías, empleadas domésticas y Jardineria)
- Servicios de reparación (plomería, electricista, mecánico)
- Servicios educativos o de cuidado (tutores, niñeras, enfermeras, médicos especialistas)
- Otro ¿Cuál?

4. ¿Cuál fue la razón para adquirir dicho servicio?

- Por falta de tiempo para resolver el problema
- Por falta de conocimiento
- Por necesidad

5. Si ya hizo uso de estos servicios, ¿Por qué medio lo hizo?

- Telefónico
- Virtual
- Referencia de amigos
- Otro ¿Cuál?

6. ¿Con que frecuencia usaría usted este servicio?

- Mensual
- Quincenal
- Semanal
- Diario

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza domestica?

- 50.000 o menos
- Entre \$50.000 y \$60.000
- Entre \$60.000 y \$70.000
- Entre \$70.000 o más

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de reparación?

- 35.000 o menos
- Entre \$40.000 y \$45.000
- Entre \$45.000 y \$50.000
- Entre \$50.000 o más

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio educativo o de cuidado?

- 50.000 o menos
- Entre \$50.000 y \$60.000
- Entre \$60.000 y \$70.000
- Entre \$70.000 o más

10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería?

Sí No

11. ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?

- Redes sociales
- Periódico local
- Radio local
- Volantes

2. Análisis de resultados

Una vez aplicado el instrumento, se procede a realizar el análisis de la información, pieza fundamental en el desarrollo del plan de negocio.

En cuanto a la primera pregunta se observa el siguiente análisis:

1. ¿Ha solicitado alguna el servicio de prestadores de servicios para resolver una necesidad dentro de su hogar?

Tabla 41 pregunta 1 ¿Ha solicitado alguna el servicio de prestadores de servicios?

SI	NO	TOTAL
328	50	378

Fuente: Elaboración propia

Gráficos 1 ¿Ha solicitado alguna el servicio de prestadores de servicios?



Fuente: elaboración propia

En la pregunta número 1 podemos saber qué cantidad de la población que ha solicitado alguna el servicio de prestadores de servicios, por los resultados obtenidos podemos ver que el 100% de la población ha solicitado estos servicios. Con esto llegamos a la conclusión que son más los habitantes que pueden llegar a necesitar nuestro servicio.

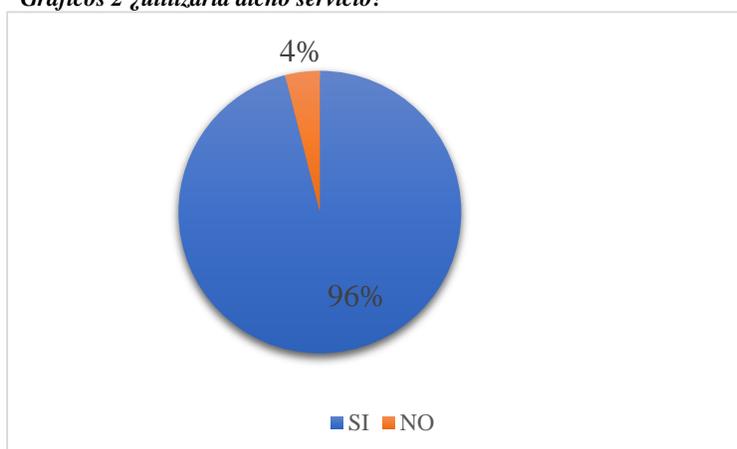
2. ¿utilizaría dicho servicio?

Tabla 42 pregunta 2 ¿utilizaría dicho servicio?

SI	NO	TOTAL
363	15	378

Fuente: Elaboración propia

Gráficos 2 ¿utilizaría dicho servicio?



Fuente: elaboración propia.

El gráfico anterior determina la aceptación del servicio que se pretende ofrecer en el mercado Monteriano; como se evidencia, el 96% de los individuos encuestados afirman que adquirirían el servicio de intermediación; lo que nos permite tener una visión positiva al innovar con el servicio y ampliar el portafolio de servicios que se pretende ofrecer.

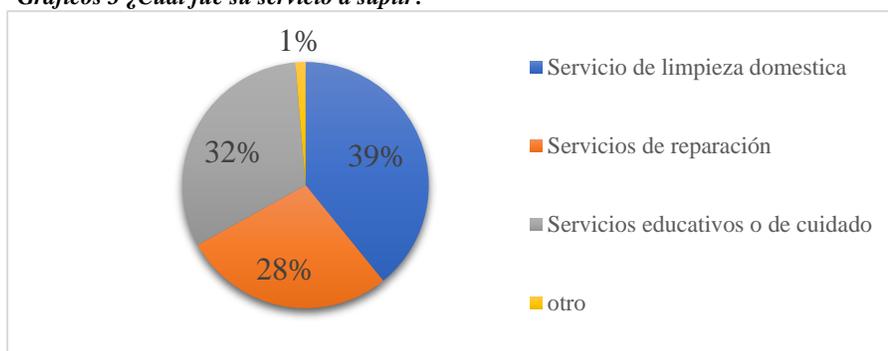
3. ¿Cuál fue su servicio a suplir?

Tabla 43 pregunta 3 ¿Cuál fue su servicio a suplir?

Servicio de limpieza domestica	Servicios de reparación	Servicios educativos o de cuidado	Otro	Total
148	105	120	5	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 3 ¿Cuál fue su servicio a suplir?



Fuente: elaboración propia.

Podemos observar que esta encuesta favoreció nuestros tres servicios seleccionados para ofrecer a los hogares de la ciudad de Montería, es decir, con un total de 99%, el otro 1% escogió otro tipo de servicios, de los cuales también se piensa hacer cargo nuestra empresa en un futuro.

4. ¿Cuál fue la razón para adquirir dicho servicio?

Tabla 44 pregunta 4 ¿Cuál fue la razón para adquirir dicho servicio?

Por falta de tiempo para resolver el problema	Por falta de conocimiento	Por necesidad	TOTAL
134	196	48	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 4 ¿Cuál fue la razón para adquirir dicho servicio?



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior podemos observar que el 52% de la población adquirió el servicio por falta de conocimiento, es decir muchas de las personas que contratan estos servicios es porque no pueden resolver necesidades como las de un plomero, jardinero, medico, enfermero, por lo que es necesario acudir a personas especialistas en estas áreas, otro 35% por falta de tiempo, ya que, son personas que trabajan todo el día y no tienen el tiempo necesario, y el 13% por necesidad, en este caso de alguna niñera, tutora etc.

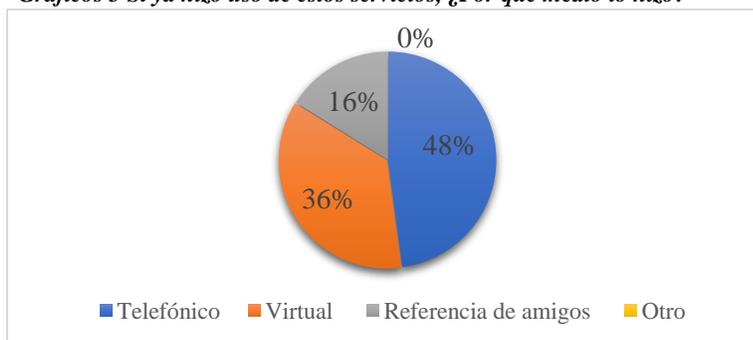
5. Si ya hizo uso de estos servicios, ¿Por qué medio lo hizo?

Tabla 45 pregunta 5 Si ya hizo uso de estos servicios, ¿Por qué medio lo hizo?

Telefónico	Virtual	Referencia de amigos	Otro	TOTAL
182	136	61	0	378

Fuente: Elaboración propia

Gráficos 5 Si ya hizo uso de estos servicios, ¿Por qué medio lo hizo?



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior podemos observar que el 48% de la muestra adquiere el servicio por llamadas telefónicas, el 36% lo adquiere de manea virtual y el 16% por referencia de amigos.

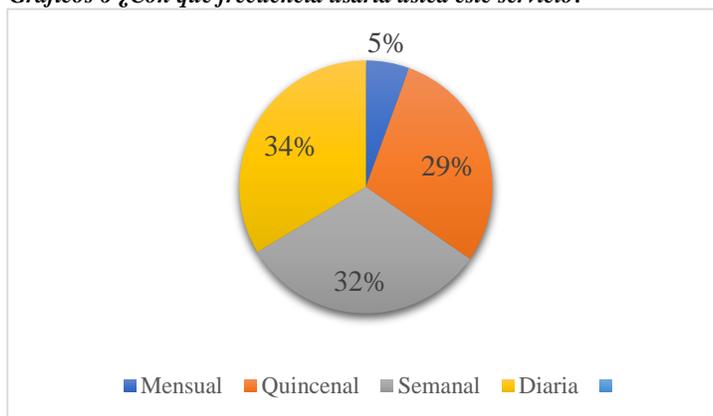
6. ¿Con que frecuencia usaría usted este servicio?

Tabla 46 pregunta 6 ¿Con que frecuencia usaría usted este servicio?

Mensual	Quincenal	Semanal	Diario	TOTAL
21	110	120	127	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 6 ¿Con que frecuencia usaría usted este servicio?



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la pregunta 6 el 5% de la muestra usaría el servicio mensualmente, el 29% lo hace quincenalmente, el 32% semanalmente, y el 54% diariamente.

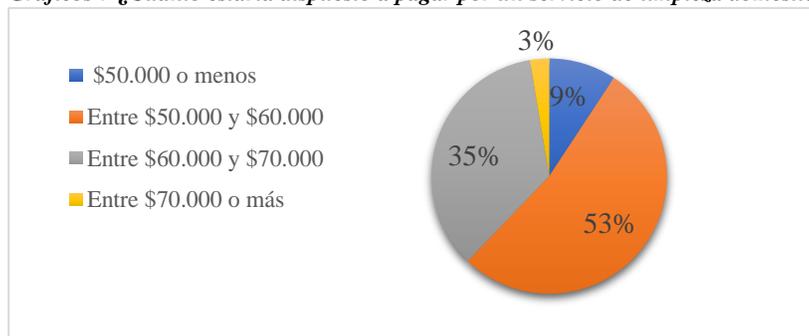
7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza domestica?

Tabla 47 pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza domestica?

\$50.000 o menos	Entre \$50.000 y \$60.000	Entre \$60.000 y \$70.000	Entre \$70.000 o más	TOTAL
35	200	133	10	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza domestica?



Fuente: Elaboración propia

Las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por nuestro servicio, \$50.000 o menos en un 9%, 53% entre \$50.000 y \$60.000, otro 35% pagaría entre \$60.000 y \$70.000 y por último el 3% pagaría \$70.000 o más.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de reparación?

Tabla 48 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de reparación?

\$35.000 o menos	Entre \$35.000 y \$40.000	Entre \$40.000 y \$45.000	Entre \$50.000 o más	TOTAL
121	172	70	15	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 8 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de reparación?



Fuente: Elaboración propia

Las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por nuestro servicio, \$35.000 o menos en un 32%, 45% entre \$35.000 y \$40.000, otro 19% pagaría entre \$40.000 y \$45.000 y por último el 4% pagaría \$50.000 o más.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio educativo o de cuidado?

Tabla 49 pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio educativo o de cuidado?

\$50.000 o menos	Entre \$50.000 y \$60.000	Entre \$60.000 y \$70.000	Entre \$70.000 o más	TOTAL
35	200	133	10	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 9 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio educativo o de cuidado?



Fuente: Elaboración propia

Las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por nuestro servicio, \$50.000 o menos en un 7%, 58% entre \$50.000 y \$60.000, otro 32% pagaría entre \$60.000 y \$70.000 y por último el 3% pagaría \$70.000 o más.

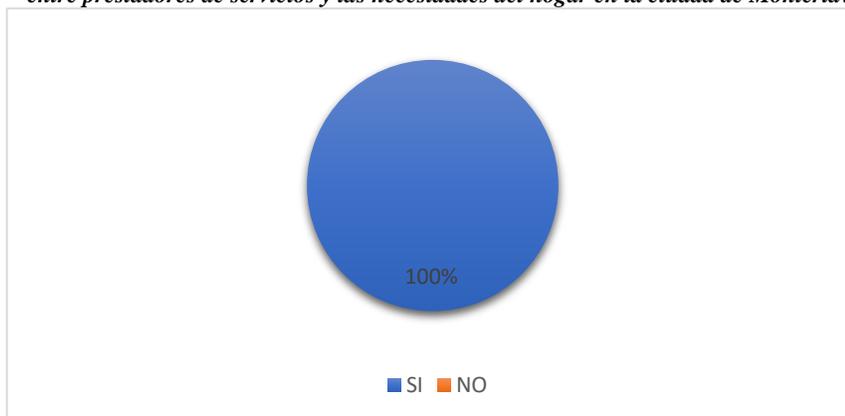
10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería?

Tabla 50 pregunta 10. ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería?

SI	NO	TOTAL
381	0	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 10 ¿Apoyaría usted la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería?



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con lo anterior, al 100% de las personas encuestadas están de acuerdo en la creación de una empresa dedicada a la intermediación entre prestadores de servicios y las necesidades del hogar en la ciudad de Montería – Córdoba.

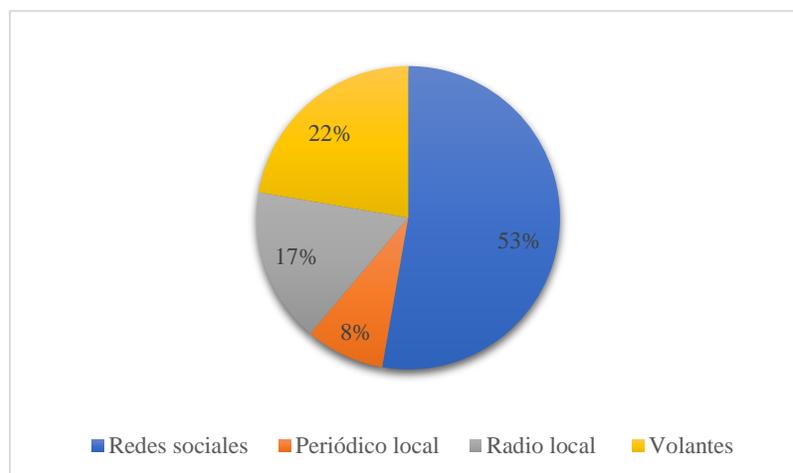
11. ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?

Tabla 51 pregunta 11 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?

Redes sociales	Periódico local	Radio local	Volantes	TOTAL
201	32	63	85	378

Fuente: Elaboración propia.

Gráficos 11 ¿Por qué medio le gustaría conocer publicidad de la empresa?



Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que la mayoría de la población encuestada el gustaría conocer la publicidad de nuestra empresa, a través de las redes sociales, puesto que esta tuvo un mayor porcentaje de la votación con un 53% más de la mitad de los encuestados, el 22% por medio de volantes, el 17% por la radio local y con un 8% el periódico local.

3. Reglamento interno del trabajo

CAPITULO I

Artículo 1. OBJETO GENERAL. INTERMEDIARIOS F&E S.A.S tiene como objetivo principal la intermediación entre prestadores de servicio y las necesidades del hogar, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Artículo 2. El presente es el reglamento interno de trabajo suscrito por la empresa INTERMEDIARIOS F&E S.A.S, Ubicada en la Cra 10ª #16- 38 Barrio el edén de la ciudad de Montería, y a sus disposiciones quedan sometidas tanto la empresa, como todos sus trabajadores. Este Reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario que sin embargo solo pueden ser favorables al trabajador.

CAPITULO II

CONDICIONES DE ADMISION

ARTICULO 3. Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante y acompañar los siguientes documentos:

- Hoja de Vida.
- Cédula de Ciudadanía o tarjeta de identidad según sea el caso.
- Autorización escrita del Ministerio de Trabajo o en su defecto la primera autoridad local, a solicitud de los padres y a falta de éstos, el Defensor de Familia, cuando el aspirante sea menor de dieciocho (18) años.

- Certificado del último empleador con quien haya trabajado en que conste el tiempo de servicio, la índole de la labor ejecutada y el salario devengado.
- Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad y en su caso del plantel de educación donde hubiere estudiado.

PARAGRAFO: El empleador no podrá exigir como requisito de ingreso, ni durante la vigencia del contrato, la libreta militar ni la prueba de embarazo, solo que se trate de actividades catalogadas como de alto riesgo, así como tampoco el examen del sida o documentos o certificaciones que contengan datos acerca del estado civil de las personas, números de hijos que tenga, la religión que profesan o el partido político al cual pertenezca.

CAPÍTULO III

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Artículo 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN. La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la internet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Artículo 5. ORDENES LEGÍTIMAS. Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a

las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Artículo 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN. El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la empresa.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Artículo 7. Se considera empleados o trabajadores de INTERMEDIARIOS F&E S.A.S a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Artículo 8. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado. Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna. El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Artículo 9. CONTRATO ESCRITO. Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta días contados a partir de la fecha de suscripción.

Artículo 10. PERIODO DE PRUEBA. Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 11. TIPOS DE CONTRATO. De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Artículo 12. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 48 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados. Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código Sustantivo del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa. **Artículo 19.** Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de

registro de asistencia al trabajo se considerará como falta leve. Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su jefe Inmediato y dar a conocer a la Gerencia o quien hiciera sus veces.

Artículo 13. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Artículo 14. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces. El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento.

Artículo 15. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo con las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Artículo 16. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo 105 permiso del jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos o quien hiciera sus veces.

Artículo 17. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Artículo 18. Las alteraciones del registro de asistencia constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Artículo 19. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Artículo 20. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para: A. Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa. B. Recuperar por las interrupciones del trabajo.

Artículo 21. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema escrito, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores.

En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo. Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Artículo 22. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS Y JUSTIFICACIONES DE LAS VACACIONES

Artículo 23. Los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Artículo 24. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores serán aprobadas por los jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos.

Artículo 25. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.

- El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Artículo 26. Sin perjuicio de las establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo, serán válidas las licencias determinadas en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos.

Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- Por motivos de maternidad y paternidad.
- Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- Cualquier otra licencia prevista en el Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 27. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS

Artículo 28. Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado, previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada

CAPÍTULO VIII

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Artículo 29. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Artículo 28. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Artículo 29. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas.
- Ordenados por autoridades judiciales.
- Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador, así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.

- Multas establecidas en este Reglamento.
- Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Artículo 30. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior para el efecto.

Artículo 31. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO IX

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Artículo 32. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa determinará las medidas a efectuar según lo determinado en el Código Sustantivo del Trabajo.

Artículo 33. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO X

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Artículo 34. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Artículo 35. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arquezos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán juntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPITULO XI

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Artículo 36. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código Sustantivo de Trabajo, Ministerio de Salud, INVIMA o cualquier otra norma aplicable, las siguientes:

- Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.

- Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código Sustantivo del Trabajo y del presente Reglamento.
- Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

CAPITULO XII

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 38. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Artículo 39. La Empresa aprobará en el ministerio de trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Artículo 40. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y

malversaciones que afecten económica o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Artículo 41. En todo lo no previsto en este reglamento, se estará obligado a lo dispuesto en el Código Sustantivo del Trabajo y más normas aplicables, que quedan asociadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

CAPITULO XIII

SOBRE LA ATENCION AL CLIENTE

Artículo 42. Las llamadas deben ser atendidas sin excepción de forma expedita, clara y oportuna, es prioritario para la empresa INTERMEDIARIOS F&E S.A.S que la comunicación con clientes, proveedores, empleados y cualquier persona que nos llame, se realice sin pérdidas de información y al momento. Las llamadas personales serán direccionadas a un número único para todos los empleados.

CAPITULO XIV

OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Artículo 43. Son obligación de la empresa:

- Pagar a los trabajadores los salarios pactados e indemnizaciones a que tengan derecho en tiempo y forma.
- Proporcionar útiles instrumentos y materiales necesarios para ejecutar su trabajo.
- Guardar a los trabajadores la debida consideración, absteniéndose de maltrato de palabra y obra.

- Conceder a los trabajadores o empleados el tiempo necesario para el ejercicio de voto de elecciones populares.
- Organizar permanentemente o periódicamente cursos de capacitación y adiestramiento
- Adoptar las medidas de higiene y seguridad previstas por las leyes.
- Tomar las medidas preventivas de accidentes que sean necesarias.
- Proporcionar a los trabajadores los primeros auxilios que necesiten.

Artículo 44. 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.

Artículo 45. El presente reglamento interno de trabajo será entregado a cada uno de los trabajadores al servicio de la empresa INTERMEDIARIOS F&E S.A.S al momento de su contratación, a efecto de que conozca sus derechos y obligaciones.

- Fecha: junio de 2022.
- Dirección: Montería.
- Ciudad: Montería.
- Departamento: Córdoba.
- Representante legal: **FELIPE ANDRÉS DORIA DÍAZ**