ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA VIRTUAL DEDICADA A OFRECER SERVICIOS DE REPARACIONES LOCATIVAS EN LAS VIVIENDAS DE LA COMUNA 17 DE LA CIUDAD DE CALI.

WILDER ANTONIO DAVID LORA

JUAN MANUEL CARLOSAMA ORTEGA

KELLY ANDREA RUEDA LASSO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLATAFORMA VIRTUAL DEDICADA A OFRECER SERVICIOS DE REPARACIONES LOCATIVAS EN LAS VIVIENDAS DE LA COMUNA 17 DE LA CIUDAD DE CALI.

WILDER ANTONIO DAVID LORA

JUAN MANUEL CARLOSAMA ORTEGA

KELLY ANDREA RUEDA LASSO

Anteproyecto presentado para optar al título de Administrador de Empresas.

Asesor de trabajo de grado:

MARIA EUGENIA TORRES

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN

_____

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Firma del jurado

_____

Firma del jurado

Cali, 22 de mayo de 2018

DEDICATORIA

Ante todo, a Dios quien nos ha provisto sabiduría, habilidades y guía en nuestra vida académica.

A nuestros familiares quienes siempre estuvieron para respaldarnos, reforzarnos y apoyándonos en cada una de las etapas vividas durante nuestra formación.

A la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium por brindarnos unos recursos de excelente calidad para la formación nuestra y realización del presente proyecto. De igual forma a nuestros docentes que aportaron todo su conocimiento y nos guiaron durante el proceso.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios porque nos dio salud y sabiduría, permitiendo adquirir los conocimientos necesarios para la elaboración del presente proyecto y que aportó a nuestra formación profesional. A todo el personal docente de la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium que impartieron sus conocimientos, y que fueron nuestra guía en nuestra formación.

CONTENIDO

Pág.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DEL PROYECTO 19

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO 19

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN 19

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 19

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 21

1.5 JUSTIFICACIÓN 22

1.6 MARCO DE REFERENCIA 23

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS 29

2 ANÁLISIS DEL MERCADO 35

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR 35

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO 37

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO 38

2.4 PLAN DE MERCADEO 49

3 ESTUDIO TÉCNICO 55

3.1 INTRODUCCIÓN 55

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO 55

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO 68

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO 69

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL 70

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO 70

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 72

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL 75

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL 77

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN 78

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL 80

4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATEGICAS 83

5 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO 87

5.1 INVERSIÓN INICIAL 87

5.2 DEPRECIACIÓN 90

5.3 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN 90

5.4 PARÁMETROS GENERALES 94

5.5 PROYECCIÓN DE GASTOS 97

5.6 PROYECCIÓN DE NÓMINAS 98

5.7 COSTOS 99

5.8 DEMANDA 100

5.9 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS 101

5.10 IVA 101

5.11 ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACIÓN 102

5.12 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN 103

5.13 BALANCE GENERAL SIN FINANCIACIÓN 104

5.14 PUNTO DE EQUILIBRIO 105

6 CONCLUSIONES 111

7 REFERENCIAS 112

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Características comuna 17 40

Tabla 2. Cotización para la instalación de dos lámparas en un domicilio en el sur de la ciudad. 41

Tabla 3. Otros servicios de la competencia.....**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 4. Estrategia promocional .....**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 5. Costos de adecuación.....61

Tabla 6. Equipos y muebles necesarios.....66

Tabla 7. Calculo materia prima por servicio .....**¡Error! Marcador no definido.**

Tabla 8. Insumos de oficina 67

Tabla 9. Insumos de aseo y cafetería 67

Tabla 10. Inversión Inicial 88

Tabla 11. Depreciación.....90

Tabla 12. Balance Inicial.....90

Tabla 13. Parámetros económicos 94

Tabla 14. Parámetros laborales.....95

Tabla 15. Parámetros cargos y salarios.....95

Tabla 16. Recaudos.....95

Tabla 17. Pagos 96

Tabla 18. Registro mercantil 96
Tabla 19. Márgenes brutos 96
Tabla 20. Parámetros de gastos 96
Tabla 21. Proyección de gastos 97
Tabla 22. Proyección de nóminas 98
Tabla 23. Costos 99
Tabla 24. Demanda 100
Tabla 25. Proyección de ventas y costos 101
Tabla 26. IVA 101
Tabla 27. Estado de resultado sin financiación 102
Tabla 28. Flujo de caja sin financiación 103
Tabla 29. Balance general sin financiación 104
Tabla 30. Punto de equilibrio 105

LISTA DE GRÁFICAS

Pág.

Grafica 1. ¿Tiene o ha tenido pendiente algún tipo de reparación en su hogar? 42

Grafica 2. ¿Dicha reparación tiene que ver con? 43

Grafica 3. ¿Usted pospone este tipo de reparaciones con frecuencia? 43

Grafica 4. ¿Cuándo pospone estas reparaciones lo hace por? 44

Grafica 5. ¿Con quién ha contratado este tipo de servicios? 44

Grafica 6. ¿Cuándo contrata este tipo de servicio de reparaciones usted paga? 45

Grafica 7. ¿Ha quedado a gusto con los resultados cuando contrata estos servicios? 45

Grafica 8. ¿Si existiera una compañía certificada y confiable que se especialice en las reparaciones anteriormente mencionadas accedería a sus servicios? 46

LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Encuesta.....32

Figura 2. Cotización de las campañas publicitarias para Google Addwords y redes sociales 52

Figura 3. Diagrama de flujo de prestación de servicio.....63

Figura 4. Organigrama.....75

Figura 5. Modelo de reclutamiento.....76

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1. Descripción de los servicios 56

Cuadro 2. Descripción de equipos y herramientas.....59

Cuadro 3. Caracterización del proceso esencial 72

LISTA DE IMÁGENES

Pág.

Imagen 1. Plano del local.....61

Imagen 2. Localización del proyecto.....68

RESUMEN

La conformación actual de los hogares, a consecuencia de los cambios ocurridos en la formación y disolución de las familias y en la inserción laboral de las mujeres, han provocado que para la mayoría de los hogares actuales algunas tareas sencillas como instalar un tendedero de ropa, arreglar una llave que gotea o simplemente poner un tornillo para colgar un diploma, se vayan postergando por falta de herramientas, tiempo o por desconocimiento de cómo hacerlo. Por otro lado, las personas que se dedican a este tipo de trabajo normalmente prestan sus servicios de manera informal y no generan suficientes niveles de confianza al no garantizar los servicios prestados con pólizas de cumplimiento o garantías del trabajo realizado.

Con miras a brindar una solución a lo anteriormente expuesto, el propósito de este proyecto fue el de realizar un estudio de viabilidad para establecer una empresa dedicada a ofrecer servicios de reparaciones locativas en las, viviendas a través de una plataforma virtual el cual se orientó en la comuna 17 de la ciudad de Cali, por las características de la población como niveles de ingresos y ubicación geográfica estratégica en la ciudad.

Para identificar la viabilidad se hizo un estudio de mercado que permitió conocer el tamaño del mercado y los requerimientos puntuales de este, se realizó un estudio técnico mediante el cual se logró establecer los equipos requeridos para la implementación del proyecto, se realizó un análisis organizacional para definir la estructura y modelos de contratación del personal requerido para iniciar operaciones y por últimos se hizo un análisis financiero para determinar la inversión inicial y la rentabilidad del proyecto. Como conclusión se puede indicar que es financieramente viable establecer una empresa dedicada a prestar los servicios mencionados.

ABSTRACT

The current conformation of the homes, as a result of the changes that have taken place in the formation and dissolution of the families and in the labor insertion of the women, have caused that for the majority of the present homes some simple tasks as installing a drying rack of clothes, fix a leaky key or simply put a screw to hang a diploma, they are postponed due to lack of tools, time or because of ignorance of how to do it. On the other hand, people who are engaged in this type of work usually provide their services informally and do not generate sufficient levels of confidence by not guaranteeing services provided with compliance policies or guarantees of work done.

In order to provide a solution to the above, the purpose of this project was to conduct a feasibility study to establish a company dedicated to providing locative repair services in the homes through a virtual platform which was oriented in Municipality 17 of the city of Cali, due to the characteristics of the population as income levels and strategic geographic location in the city.

To identify the feasibility, a market study was carried out to find out the size of the market and its specific requirements. A technical study was carried out through which the required equipment for the implementation of the project was established, an organizational analysis was carried out to define the structure and hiring models of the personnel required to start operations and, lastly, a financial analysis was made to determine the initial investment and the profitability of the project. In conclusion, it can be indicated that it is financially viable to establish a company dedicated to providing the aforementioned services.

Keywords: Housing, household chores, technical knowledge, service, repairs, electronic commerce

INTRODUCCIÓN

Los hogares son un agente muy importante de la economía, son ellos los que generan el consumo de los diferentes productos y servicios que se llevan al mercado. Para este fin, muchas personas tienen claramente definido cómo y dónde adquirirlos, pero al momento de preguntarle a un número importante de personas cómo solucionan sus necesidades de reparaciones menores en el hogar, las respuestas varían desde pedirle prestado la herramienta a un vecino hasta postergar la reparación en tanto encuentren a una persona que pueda hacerlo.

Por lo anterior, y sumada la experiencia de uno de los integrantes del equipo, el propósito de este proyecto fue realizar un estudio de viabilidad para la creación de una plataforma virtual dedicada a ofrecer servicios de reparaciones y/o ajustes locativos en las viviendas. de esta forma ofrecer soluciones hechas a la medida de las necesidades de los clientes.

Para lograr este fin, se realizaron las siguientes fases, inicialmente se realizó un análisis al mercado por medio de una encuesta e investigación de diferentes fuentes como el DANE y alcaldía de Santiago de Cali, para encontrar una estimación de la oferta y la demanda, el tipo de cliente al que se quiere llegar y la competencia. posteriormente se desarrolló un estudio técnico y operacional el cual determinó los procesos utilizados para poder efectuar la promoción del servicio; los productos que los clientes requieren, la localización y el tamaño del proyecto. igualmente, se hizo un estudio organizacional con el fin de definir la estructura del negocio, los cargos, perfiles y funciones que tendrán los colaboradores que harán parte de la empresa. finalmente, a través de un análisis financiero se determinó la viabilidad, pues se encontró la rentabilidad de la inversión, a través de una evaluación que demostró los costos e ingresos de la operación.

Un porcentaje muy alto de las personas tienen alguna reparación pendiente por realizar en sus casas, los servicios que se requieren con más frecuencia son servicios de plomería, en la mayoría de los casos las personas posponen

reparaciones menores en sus casas porque no cuentan con alguien que realice los trabajos, de las personas encuestadas un porcentaje muy alto estaría dispuesto a contratar los servicios ofertados por medio de una plataforma virtual. Con estos datos se pueden diseñar estrategias de servicios que satisfagan las necesidades más recurrentes del mercado objetivo garantizando la aceptación de una empresa dedicada a ofertarlos.

Como aspecto distintivo del desarrollo del proyecto está la plataforma virtual, con la cual los usuarios pueden consultar, cotizar y agendar los servicios que requieran.; siendo una ventaja su utilización porque los usuarios podrán optimizar su tiempo al momento de tener requerimientos de reparaciones locativas en sus viviendas.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DEL PROYECTO

1.1 TÍTULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a ofrecer servicios de reparaciones locativas en las viviendas de la comuna 17 de la ciudad de Cali a través de una plataforma virtual.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

1.3 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Planteamiento del problema. Los hogares tienen necesidades de reparaciones locativas menores, las cuales con el ritmo actual de vida de las personas no están siendo cubiertas adicionalmente, se identificaron importantes índices de crecimiento en la construcción de viviendas de Cali y en toda su área metropolitana. Según El País (2017) "*las ventas de vivienda en Cali crecerían un 9% al finalizar el año 2017 con la venta de aproximadamente 7615 viviendas."* (párr. 3), lo que se traduce a que cada vez son más hogares con necesidades no satisfechas.

Por otro lado, en la actualidad las leyes laborales colombianas exigen que las personas contratadas para realizar labores para el hogar estén afiliadas a un sistema de salud y seguridad social que les garantice protección en el momento de sufrir algún accidente o enfermedad de tipo laboral, esto ha hecho que las familias estén menos dispuestas a contratar personas que realicen diferentes labores en sus hogares porque genera sobrecostos, del mismo modo estarían asumiendo riesgos muy altos al contratar sin las exigencias legales.

Cualquier persona que preste sus servicios laborales a alguna empresa o familia, debe estar afiliado a un servicio de seguridad social integral, que contemple salud y pensión, así lo señalan los Artículos 22 y 161 de la Ley 100, el oficio doméstico no es la excepción a la regla y si usted es de los que se está ahorrando unos pesos por omitir lo ordenado legalmente, sepa que hacerle 'conejo' a los artículos citados, le podría salir hasta por $61 millones. (República, 2014, párr. 2)

Otro aspecto para tener en cuenta al momento de contratar personal para realizar labores dentro de los hogares es la inseguridad. Según informe de la policía nacional en el año 2016 hubo 164 casos de hurto residencial reportados por los ciudadanos, una cifra alarmante teniendo en cuenta que todos los casos no son denunciados (Policía Nacional de Colombia, 2017).

La información anterior se ratifica con el resultado de una encuesta realizada a integrantes de hogares de la comuna 17 de la ciudad de Cali en donde el 67% de las familias encuestadas no pueden solucionar dichas reparaciones, cuando ocurre alguna avería deben posponer la reparación por falta de tiempo, porque en ocasiones los servicios son costosos o porque no conocen a una persona confiable y calificada que garantice el trabajo.

1.3.2 Formulación del problema ¿De qué manera el estudio para la creación de una plataforma virtual dedicada a ofrecer servicios de reparaciones locativas será viable en las viviendas de la comuna 17 de la ciudad de Cali?

1.3.3 Sistematización del problema. **-** ¿Cómo hacer un análisis de la región geográfica en donde se desea realizar el proyecto para evaluar las oportunidades y amenazas que éste presenta para la empresa, así como una validación de datos estadísticos ya existentes para establecer la cantidad de posibles clientes para los servicios ofrecidos?

- ¿Cómo establecer la mejor opción de compra de equipos, muebles y enseres para el desarrollo de las actividades de la empresa y la adquisición del diseño de

una plataforma virtual a través de la cual se pueden ofertar los servicios de reparaciones locativas, teniendo en cuenta el soporte técnico, la capacidad de respuesta, asesoría y acompañamiento por parte del proveedor?

- ¿Cómo desarrollar un estudio que defina la estructura organizacional, los cargos, el proceso de selección y contratación con el que contará la empresa?
- ¿Cuáles son las variables de un estudio económico y financiero que determinan la rentabilidad de la inversión en el proyecto?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Realizar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a prestar servicios de reparaciones locativas en los hogares de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali que opere a través de una plataforma virtual.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Realizar un análisis de sector para evaluar las oportunidades y amenazas que éste presenta para la empresa, así como una investigación de mercado en el cual se establezca la existencia de demanda para los servicios a ofrecer.

- Elaborar un estudio técnico-operativo para establecer la mejor opción de compra de equipos, muebles y enseres, y la adquisición del diseño de la plataforma virtual por medio de la cual se ofertarán los servicios.
- Definir la estructura organizacional de la empresa, las áreas que la van a comprender y las personas que estarán a cargo de las funciones.
- Hacer un estudio económico y financiero proyectado a 5 años que determine la rentabilidad de la inversión en el proyecto, a través de una evaluación financiera que muestre los costos e ingresos de la operación del presente estudio.

1.5 JUSTIFICACIÓN

A través del diseño de la plataforma virtual para la comercialización de reparaciones locativas en las viviendas de la comuna 17 de la ciudad de Cali, se busca generar confianza en los clientes ofreciéndoles servicios diseñados para satisfacer sus necesidades, con un personal calificado y trabajo garantizado. Por medio de este proyecto se busca implementar una forma diferente de comercializar este tipo de servicios, acorde con las tendencias actuales de compra que en un mundo cada vez más digitalizado busca hacerlo a través de plataformas virtuales y aportando también al crecimiento económico del sector servicios en la ciudad de Cali y a mejorar las condiciones de vida de las personas que tienen averías en sus viviendas permitiendo que tengan más comodidad en sus hogares y que puedan utilizar los servicios básicos (agua, electricidad, servicio sanitario) de forma óptima.

Además, la realización de este proyecto permitió a los investigadores aplicar los conocimientos adquiridos durante el programa de Administración de empresas abarcando los aspectos metodológicos en cuanto a investigación de mercados, viabilidad financiera y legal, diseño organizacional y manejo de los recursos tanto físicos, tecnológicos como de talento humano generando también unos beneficios monetarios para los emprendedores.

1.5.1 Teórica. Las teorías tradicionales de mercadeo y ventas se deben replantear ante la rápida evolución de los mercados debido al uso de las tecnologías de la comunicación, este proyecto plantea el reto de proponer nuevas formas de comercializar, ofertar y publicitar un servicio que hasta ahora se ha venido prestando sin muchos apoyos tecnológicos.

1.5.2 Metodológica A través de la investigación se está generando un conocimiento sobre el comercio electrónico, logrando validar las tendencias de compra en un mercado cada vez más cambiante y más cercano a las tecnologías de la información y comunicación, aportando información relevante de dicho comportamiento del nicho de mercado al cual está dirigido el proyecto.

1.6 MARCO DE REFERENCIA

A continuación, se mostrarán las bases teóricas que se tuvieron para la construcción del presente proyecto.

1.6.1 Referente histórico. A lo largo de la historia de las civilizaciones el comercio ha desempeñado un papel muy importante y se ha ido adaptando a los medios de comunicación y a las necesidades de cada época de la historia, la internet ha sido un actor muy importante en este proceso ya que ha permitido agilizar las comunicaciones al punto que hoy es posible tener información en tiempo real, por lo cual aparece el comercio electrónico, o e-commerce, podría definirse como el uso de las telecomunicaciones para la realización de cualquier tipo de negocio. Aunque este concepto en sí no es novedoso, sí lo es el uso de Internet y del ordenador para la realización de transacciones comerciales y el uso popular de tales medios para la compra y venta (López & Giráldez, 2007).

Por otro lado, las personas se han adaptado al ritmo de la revolución tecnológica e industrial, en la mayoría de los hogares los integrantes son económicamente activos que se resume en falta de tiempo, adicionando la falta de habilidades hace complejo

suplir las necesidades permanentes de mantenimiento de una casa. Se concluye que ha evolucionado la comunicación debido a las necesidades cada vez más exigentes de las personas, permitiendo que nazcan nuevos proyectos como el que se presentara a continuación, por medio del cual se busca comercializar un servicio por un medio que se encuentra a la vanguardia llamado e commerce.

1.6.2 Referente teórico. El presente proyecto plantea el reto de proponer nuevas formas de comercializar, ofertar y publicitar un servicio que hasta ahora se ha venido prestando sin muchos apoyos tecnológicos.

Teniendo en cuenta lo anterior, al hacer este plan de negocio vale la pena referirse y sobre todo, apoyarse en algunas teorías administrativas tales como:

Teoría situacional de la Administración la cual tiene sus orígenes a partir de una serie de investigaciones llevadas a cabo para verificar cuales son los modelos de estructuras organizacionales más eficaces en determinados tipos de empresas*. Los resultados, sorprendentemente, condujeron a una nueva concepción de la organización: la estructura de una organización y su funcionamiento dependen de la interfaz con el ambiente externo. En otros términos, no existe una manera única* y mejor de organizar. (Chiavenato, 2006)

La teoría situacional de la administración tuvo grandes investigadores, entre ellos William R. Dill, William Starbuck, James Thompson y Paul Laurent entre otros. Algunas de estas investigaciones concluyeron que existen dos tipos de empresas: “empresas mecanicistas” y “empresas orgánicas”.

Las empresas mecanicistas tienen una estructura burocrática, existen unos niveles de jerarquía claramente identificados y los cargos son ocupados por especialistas; por su parte, las empresas orgánicas tienen una estructura organizacional más flexible y adaptable a cambios e innovaciones, los cargos se modifican y se redefinen de acuerdo con las necesidades del entorno, hay permeabilidad en los diferentes niveles jerárquicos y las decisiones son totalmente descentralizadas, las

decisiones son tomadas por las personas que conocen del tema, y no por quienes ocupan la posición jerárquica. Par el presente proyecto se adoptará las características de la empresa orgánica.

Teoría administrativa de La Calidad Total. Hasta ahora hemos aprendido a producir, a hacerlo eficientemente y a bajo costo tratando de hacer llegar un producto o servicio al cliente con la máxima eficiencia y mínimo tiempo. Pero esto no es suficiente, la producción ha de dar lugar a productos o servicios bien hechos, que se ajusten a los requerimientos del consumidor. (Arbós, 2012)

En una empresa como la que se propone en este proyecto es vital implementar procesos que garanticen las principales ponencias de la calidad total, la calidad total es un concepto, una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocios y está localizado hacia el cliente. El concepto de calidad, tradicionalmente relacionado con la calidad del producto, se identifica ahora como aplicable a toda la actividad empresarial y a todo tipo de organización.

La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional; donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el empleado del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales. A continuación, los 8 principios de la teoría:

- Orientación hacia los resultados.
- Orientación al cliente.
- Liderazgo y coherencia en los objetivos.
- Gestión por procesos y hechos.
- Desarrollo e implicación de las personas.
- Aprendizaje, innovación y mejora continuos.
- Desarrollo de alianzas.
- Responsabilidad social.

Al tomar los fundamentos de estas dos teorías administrativas y fusionarlos para implementarlos en la estructura organizacional de la empresa que se planea crear, se puede tener la confianza de que se cuenta con excelentes herramientas para sortear todas las adversidades o aprovechar las oportunidades que se presenten durante la implementación de este proyecto.

1.6.3 Referente conceptual. A continuación, se hace una descripción de los principales conceptos que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de esta investigación, dichos conceptos están directamente relacionados con el ejercicio de crear una empresa rentable.

1.6.3.1 Administración

El diccionario de la real academia de la lengua define la palabra empresa como: Acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo. Según Chiavenato (1999), "*la tarea de la administración consiste en interpretar los objetivos de la empresa y transformarlos en acción empresarial mediante planeación, organización, dirección y control de las actividades realizadas en los diferentes niveles de la empresa para conseguir tales objetivos*." (p. 144)

Existen unos niveles altos de dificultad al establecer un proyecto empresarial, existen algunos costos elevados a nivel impositivo, algunos trámites complejos. Pero sobre todo lo más complejo al tratar de emprender, es contar con capital financiero y con un plan bien estructurado para el correcto desarrollo del proyecto empresarial. Es por esto, que establecer y aplicar un buen referente teórico a un proyecto empresarial ayuda a prevenir muchas de las dificultades que se puedan presentar.

Esto nos lleva a hablar **de planeación**: según Bubis (2002):

La planeación es un proceso sistematizado que comprende investigar y analizar las condiciones futuras para escoger un curso de acción que la organización va a

seguir. Resulta casi imposible para una organización, avanzar y ser exitosa si no se ha planeado su futuro. (p. 33)

Por lo tanto, la planeación ocupa un lugar muy importante al momento de iniciar este proyecto, ya que la planeación es la única herramienta con la que se cuenta para adaptarse a los cambios.

Por otro lado, no se podría hacer ningún tipo de emprendimiento si no se tiene en cuenta el factor más importante para una empresa: los clientes, y por supuesto una buena estrategia para atraerlos; Kotler y Armstrong (2003) afirman que:

1.6.3.2 El marketing está en todos lados, desde las empresas productoras hasta los abogados y otros profesionales deben establecer estrategias de marketing para atraer al tipo de clientes en los que están interesados. Por lo tanto, es indispensable que para este proyecto se implemente un muy buen plan de mercado. (p. 36)

1.6.3.3 Plan de negocio

Según Ollé (1997):

El plan de empresas es un documento que le permite al empresario planificar su proyecto de nueva empresa y ponerlo en blanco y negro sobre el papel", esto le permite hacer una proyección de su idea y calcular todos los posibles riesgos a los que deberá enfrentarse. Es importante que el plan de negocios sea más realista que optimista, de este modo el emprendedor podrán realmente reconocer los riesgos reales a los que se va a enfrentar. En este documento deben quedar plasmadas, dentro de otras, las respuestas a las siguientes preguntas:

- *¿Cuál es el producto que ofrezco?*
- *¿A quién se lo quiero vender?*
- *¿Ellos quieren comprarlo?*
- *¿Cómo lo voy a ofrecer?*

- *¿Cómo lo voy a comercializar?* (p. 31-35)

1.6.4 Referente legal. A continuación, se presentan los requerimientos legales para la constitución y funcionamiento de la empresa, las leyes y decretos con todos sus artículos y parágrafos mencionados a continuación tienen una incidencia directa:

Ley 100 de 1993, mediante la cual se establece el régimen de seguridad social. Los artículos que afectan directamente el desarrollo del proyecto son del 1 al 45, capítulos I, II y III.

La Ley 1014 de 2006, Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo, cuenta con el Viceministerio de Desarrollo Empresarial, el cual tiene la misión de consolidar una cultura del emprendimiento en el país y crear redes de institucionales en torno a esta prioridad del Gobierno Nacional. Los artículos que afectan directamente el desarrollo del proyecto son desde el 1 hasta el 24, capítulos I, II, III.

El Decreto 4466 de 2006, por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas. Los artículos que afectan directamente el desarrollo del proyecto son del 1 al 4.

Ley 1258 de 2008, Por medio de la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificadas, caracterizada por ser una estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, contiene normas de carácter dispositivo que permite no sólo una amplia autonomía contractual en la redacción del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas. (El Congreso de la república, 2008, p. 1). Los artículos que afectan directamente el desarrollo del proyecto son del 1 al 46, capítulos del I al VI.

Ley 232 de 1995 y decreto 2150 del mismo año, todos los establecimientos comerciales abiertos o no al público deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Concepto de uso del suelo.
- Concepto sanitario.
- Concepto de seguridad).
- Sayco-acinpro.
- Registro mercantil y certificado de existencia y representación legal.
- Pago de impuestos de industria y comercio.

Los artículos que afectan directamente el desarrollo del proyecto son del 1 al 6.

Ley 527 de 1999, Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. Los artículos que afectan directamente el desarrollo del proyecto son del 1 al 47, capítulos desde el I hasta el VII.

Ley 1581 de 2012 reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada. Los artículos que afectan directamente el desarrollo del proyecto son del I al 30, capítulos del I al VII.

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.7.1 Tipo de estudio. El tipo de estudio que se llevó a cabo para la realización del proyecto es:

El método de investigación escogido fue el cuantitativo utilizando principalmente la encuesta como herramienta, dado que es un enfoque secuencial y probatorio, parte

de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se desarrolla un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas (con frecuencia utilizando métodos estadísticos), y se establece una serie de conclusiones respecto de la(s) hipótesis. (Álvarez, 2011)

1.7.2 Método de investigación.

1.7.2.1 Método de observación Durante el desarrollo del proyecto se utilizó el método de observación para lograr describir y explicar comportamientos, conductas y situaciones, es decir recolectar datos relevantes para la análisis y ejecución de este. Este método se utilizó principalmente al recolectar datos sobre la conformación de las familias actuales, las preferencias sobre uso de las nuevas tecnologías, la percepción de inseguridad en la ciudad de Cali.

1.7.2.2 Método Inductivo. La definición del método inductivo es un proceso lógico en el cual múltiples premisas que son ciertas o son ciertas la mayoría de las veces, se combinan para obtener una conclusión específica. El método inductivo se utiliza a menudo en aplicaciones que implican predicciones, previsiones o comportamientos. (Sánchez, 2012)

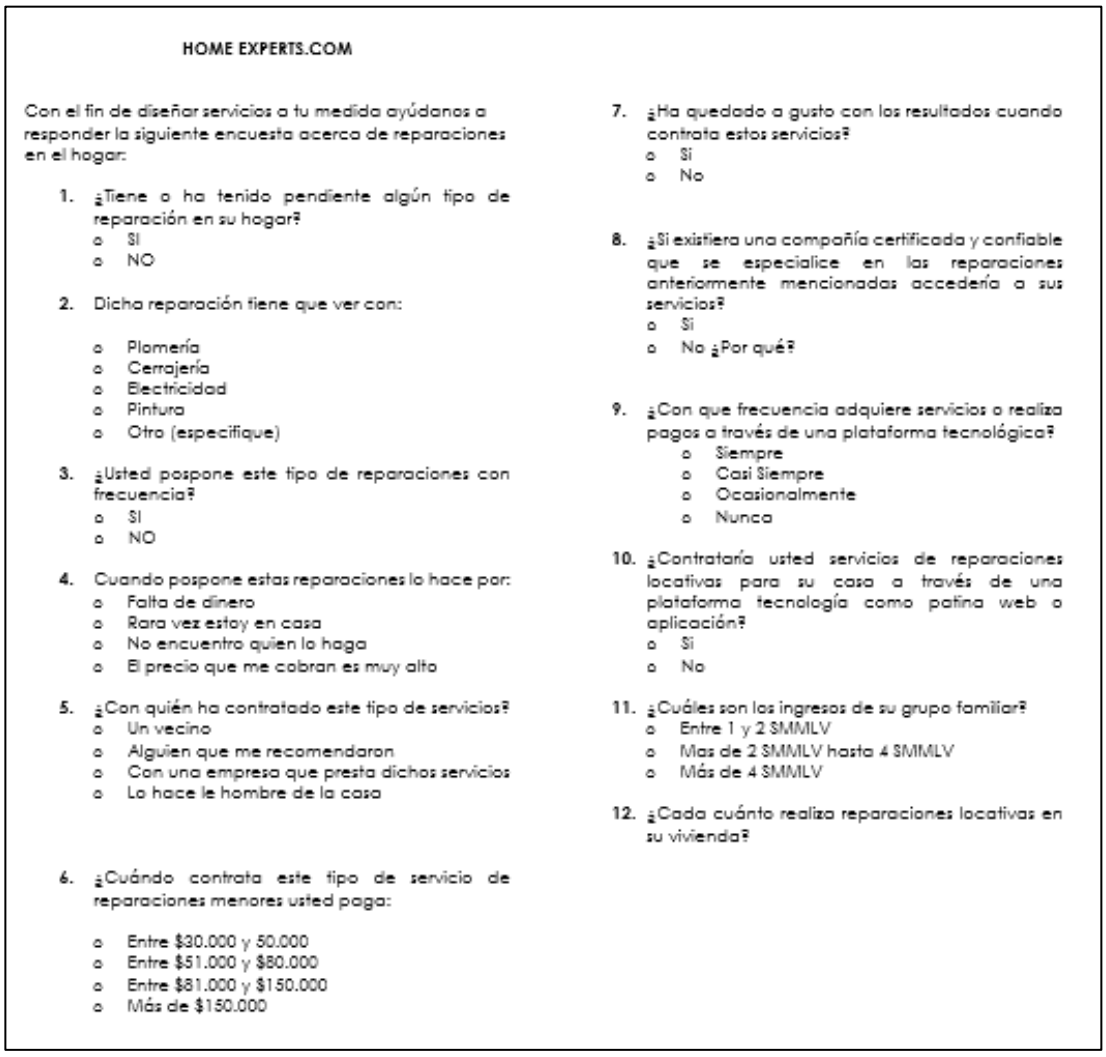
De acuerdo con esta definición, para este proyecto se toman todas las cifras que hablan del crecimiento de las compras y transacciones a través de internet y como los colombianos son cada vez menos temerosos de utilizar las tecnologías para buscar y adquirir los productos y servicios que necesitan para su vida diaria, para inferir que existe una gran oportunidad al ofertar servicios de reparaciones locativas para las viviendas a través de una plataforma tecnológica que sirva como puente para contactar a los clientes que tienen necesidades, con los técnicos o personas calificadas que pueden suplir esas necesidades y de este modo establecer un modelo de negocios en el que todos sean beneficiados.

1.7.3 Fuentes y técnicas para recolección de información. En el desarrollo del proyecto se utilizaron como fuente primaria los habitantes de la comuna 17, quienes participaron al responder una encuesta, además, algunos datos necesarios para la búsqueda de viabilidad del presente proyecto no se encontraron en fuentes secundarias y bases estadísticas ya tomadas por organizaciones como el DANE, razón por la cual el grupo de estudio acudió al método de la encuesta para lograr obtener dicha información. Para la aplicación de dicha encuesta fue necesario apoyarse en formulas estadísticas y lograr de esta forma determinar la muestra necesaria para tener unos resultados con un nivel de confianza del 95%.

1.7.3.1 LA ENCUESTA El método utilizado para la recolección de información fue la encuesta, la cual fue diseñada para identificar inicialmente la aceptación de los servicios que se van a ofrecer, también con el fin de identificar cuáles son las necesidades más recurrentes en las viviendas, validar cuanto está dispuesto el mercado a pagar por los servicios a ofrecer. Por otro lado, fue diseñada para dirigirse a habitantes de la comuna 17 de la ciudad de Cali seleccionando una muestra y nivel de confiabilidad de acuerdo con los instrumentos estadísticos, las preguntas que se efectuaron fueron cerradas para facilitar su desarrollo.

A través de los diferentes métodos de investigación que se utilizaron se llegaron a conclusiones como: un porcentaje muy alto de las personas tienen alguna reparación pendiente por realizar en sus casas, los servicios que se requieren con más frecuencia son servicios de plomería, en la mayoría de los casos las personas posponen reparaciones menores en sus casas porque no cuentan con alguien que realice los trabajos, de las personas encuestadas un porcentaje muy alto estaría dispuesto a contratar los servicios ofertados por medio de una plataforma virtual. Con estos datos se pueden diseñar estrategias de servicios que satisfagan las necesidades más recurrentes del mercado objetivo garantizando la aceptación de una empresa dedicada a ofertarlos.

Figura 1. Encuesta



HOME EXPERTS.COM

Con el fin de diseñar servicios a tu medida ayúdanos a responder la siguiente encuesta acerca de reparaciones en el hogar:

1. ¿Tiene o ha tenido pendiente algún tipo de reparación en su hogar?
   - SI
   - NO
2. Dicha reparación tiene que ver con:
   - Plomería
   - Cerrajería
   - Electricidad
   - Pintura
   - Otro (especifique)
3. ¿Usted pospone este tipo de reparaciones con frecuencia?
   - SI
   - NO
4. Cuando pospone estas reparaciones lo hace por:
   - Falta de dinero
   - Rara vez estoy en casa
   - No encuentro quien lo haga
   - El precio que me cobran es muy alto
5. ¿Con quién ha contratado este tipo de servicios?
   - Un vecino
   - Alguien que me recomendaron
   - Con una empresa que presta dichos servicios
   - Lo hace le hombre de la casa
6. ¿Cuándo contrata este tipo de servicio de reparaciones menores usted paga:
   - Entre $30.000 y 50.000
   - Entre $51.000 y $80.000
   - Entre $81.000 y $150.000
   - Más de $150.000
7. ¿Ha quedado a gusto con los resultados cuando contrata estos servicios?
   - Si
   - No
8. ¿Si existiera una compañía certificada y confiable que se especialice en las reparaciones anteriormente mencionadas accedería a sus servicios?
   - Si
   - No ¿Por qué?
9. ¿Con que frecuencia adquiere servicios o realiza pagos a través de una plataforma tecnológica?
   - Siempre
   - Casi Siempre
   - Ocasionalmente
   - Nunca
10. ¿Contrataría usted servicios de reparaciones locativas para su casa a través de una plataforma tecnología como patina web o aplicación?
    - Si
    - No
11. ¿Cuáles son los ingresos de su grupo familiar?
    - Entre 1 y 2 SMMLV
    - Mas de 2 SMMLV hasta 4 SMMLV
    - Más de 4 SMMLV
12. ¿Cada cuánto realiza reparaciones locativas en su vivienda?

Fuente: Elaboración propia

1.7.3.2 Fuentes secundarias. Las fuentes secundarias utilizadas fueron información recolectada principalmente de las páginas web de la Alcaldía del Municipio de Santiago de Cali, DANE y Cámara de Comercio de Cali, información de libros como Diccionario de Comportamientos de MARTHA ALLES, Gestión del Talento Humano de IDALBERTO CHIAVENATO, y Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampier y Carlos Fernández

1.7.4 Tratamiento de la información para el desarrollo del proyecto se realizó un diseño metodológico el cual cumplió con cada uno de los objetivos específicos, a saber:

- Realizar un análisis de sector para evaluar las oportunidades y amenazas que éste presenta para la empresa, así como una investigación de mercado en el cual se establezca la existencia de demanda para los servicios a ofrecer. Donde se encontró que existe un mercado dispuesto a adquirir los servicios que se prestaran a través de la plataforma.
- Elaborar un estudio técnico-operativo para establecer la mejor opción de compra de equipos, muebles y enseres, y la adquisición del diseño de la plataforma virtual por medio de la cual se ofertarán los servicios, el cual permitió determinar que en materia de equipos y tecnología existe una amplia disponibilidad en el mercado para implementar la plataforma con todas las características requeridas.
- Definir la estructura organizacional de la empresa, las áreas que la van a comprender y las personas que estarán a cargo de las funciones. Dicha estructura identifica la forma más optima de establecer la organización de tal manera que se puedan cumplir los objetivos en materia de servicio y costes administrativos.
- Hacer un estudio económico y financiero proyectado a 5 años que determine la rentabilidad de la inversión en el proyecto, a través de una evaluación financiera que muestre los costos e ingresos de la operación del presente

estudio. El estudio permitió verificar la viabilidad de la empresa durante sus primeros 5 años de operaciones.

A través de los diferentes métodos de investigación que se utilizaron se llegaron a conclusiones como: un porcentaje muy alto de las personas tienen alguna reparación pendiente por realizar en sus casas, los servicios que se requieren con más frecuencia son servicios de plomería, en la mayoría de los casos las personas posponen reparaciones menores en sus casas porque no cuentan con alguien que realice los trabajos, de las personas encuestadas un porcentaje muy alto estaría dispuesto a contratar los servicios ofertados por medio de una plataforma virtual. Con estos datos se pueden diseñar estrategias de servicios que satisfagan las necesidades más recurrentes del mercado objetivo garantizando la aceptación de una empresa dedicada a ofertarlos.

2 ANÁLISIS DEL MERCADO

En el presente capítulo se muestra el análisis realizado al mercado en el que se ubica esta propuesta empresarial, para esto, se realiza un estudio sobre las variables económicas, políticas, ambientales, sociales y tecnológicas. Esto con el fin de conocer la demanda y oferta del mercado, estudiando a los clientes, el sector de la construcción que se encuentra en desarrollo en la ciudad de Cali y la competencia directa e indirecta para el modelo de negocio teniendo conocimiento así de sus características, lo anterior servirá de apoyo al desarrollo del proyecto para determinar su viabilidad.

Por lo expuesto anteriormente el análisis de mercado se concentra en:

a) Análisis del sector

b) Caracterización del producto

c) Plan de Mercadeo

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

Para esta empresa ubicada en el sector servicios se tomarán datos del sector construcción para sustentar la existencia y crecimiento de la demanda a la cual está orientada el proyecto.

Camacol para 2018 apuesta por incrementar las ventas de vivienda en un 9,5 por ciento, en las que la vivienda social y el segmento medio se sigan destacando; y generar un 4.6 por ciento más de valor agregado frente a 2017. En resumen, las expectativas para 2018 son positivas (Semana, 2017, párr. 1).

*P*or otro lado, según la revista semana existe un factor favorable que es la baja de tasas de interés en el mercado hipotecario, permitiendo que haya más personas interesadas en acceder a su vivienda. (Finca Raíz, 2018)

Según los datos del sector construcción existe un importante crecimiento de este, lo cual representa la existencia de clientes potenciales.

Aspectos del sector para tener en cuenta:

- Por otro lado, se identificaron importantes índices de crecimiento en la construcción de viviendas de Cali y en toda su área metropolitana. Según el periódico El País las ventas de vivienda en Cali crecerían un 9% al finalizar el año 2017 con la venta de aproximadamente 7615 viviendas, lo que representa una gran oportunidad de clientes potenciales para los servicios que se ofertarán en este proyecto. (El País, 2017)
- El sector es competitivo ya que está siendo atendido por empresas grandes, como son AXA ASISTENCIA, asistencias de franquicias como Mastercard, y otras empresas solo dedicadas a reparaciones locativas. Estas superficies brindan el servicio como un plus adicional a su actividad principal eso hace que este sea limitado y carente de cubrimiento.
- "Pese a la desaceleración económica que enfrenta el país, el comercio electrónico sigue creciendo exponencialmente." Afirmó Victoria Eugenia Virviescas, presidenta ejecutiva de la CCCE.
- El consumidor del servicio tiene un alto poder de negociación debido a las posibilidades que tiene de adquirir los servicios por otros medios, adicionalmente es importante tener en cuenta que se debe adaptar la oferta de servicio a los horarios de los clientes lo cual marca la fidelización de ellos.
- El poder de negociación con los proveedores es bajo ya que existe una amplia oferta de empresas dedicadas a comercializar los insumos que va a utilizar este proyecto.
- En el sector pueden ingresar nuevas empresas o negocios, pues las barreras de entrada en este sector son normas urbanísticas contempladas en el código civil donde concretamente el acuerdo 6 de 1990, donde dice que las reparaciones o reformas locativas es el proceso de sanear o reparar una edificación, esta debe ser

sin alterar su diseño estructural y usos vigentes sin que la obra pueda calificarse de ampliación o modificación.

- La inversión para la empresa no es de gran magnitud, en donde se debe enfocar el proyecto es en la diferenciación del producto o servicio, pues es donde los clientes van a tener recordación y fidelización al momento de tener una necesidad de reparaciones menores en sus viviendas.

2.2 ESTRUCTURA DEL MERCADO

El proyecto se encuentra en un mercado en donde existe la libre competencia, hay una cantidad significativa de oferentes actuando en el mercado sin que exista un control dominante por parte de alguno de ellos, sin embargo, se puede notar que el mercado objetivo, los hogares, está desatendido por parte de los oferentes ya que prefieren enfocarse en la industria, esto representa una excelente oportunidad para incursionar en el mercado. En este mercado se busca figurar, utilizando los atributos que la empresa puede resaltar y mejorar, para ellos se realizó un análisis del sector teniendo en cuenta la cantidad de clientes potenciales, su capacidad y hábitos de compra.

2.2.1 Análisis de la demanda. En esta sección se hace un análisis de la demanda potencial actual del mercado que se pretende cubrir al plantear este proyecto, es decir, la comuna 17 de la ciudad de Cali.

La segmentación que se hizo para este proyecto comprende todas las viviendas de la comuna 17 de la ciudad de Cali la cual, como se muestra en la tabla 1, está conformada por 50540 predios según la proyección de planeación municipal para el 2018, todas en los estratos socio económicos del 4 al 6, lo que significa que la población tiene capacidad de compra para adquirir los servicios ofertados en este proyecto. Dado que un 72% de la población está dispuesta a acceder a los servicios (ver en punto 2.3.3) y que en promedio cada familia realiza reparaciones locativas

al menos una vez al año, la demanda anual para este mercado es en promedio de 36.389 solicitudes de servicio.

Por lo tanto y teniendo en cuenta la capacidad instalada inicialmente, esta empresa tendrá capacidad para cubrir el 25% de la demanda mensual, es decir que inicialmente se podrán cubrir 758 servicios mensuales es decir 26 servicios diarios.

2.2.2 Análisis de la oferta. Los principales oferentes en la ciudad de Cali de los servicios que se desean implementar por medio del presente proyecto son:

- ACUDE
- SERVIPOLIS
- SERVIEXTERIORES
- AGENCIA M Y M PLOMEROS
- ASISTENCIAS DE TARJETAS DE CRÉDITO

Los anteriormente nombrados son los oferentes que tienen más presencia o visibilidad por medio de publicidad en internet ofreciendo servicios como plomería, pintura, eléctrico, gas, jardinería, herrería, obra negra y obra blanca. Estas empresas sumadas a la oferta informal con la que cuenta la ciudad son quienes actualmente cubren las necesidades que tiene la población objetivo.

En conclusión, son aproximadamente 5 oferentes que están distribuidos en la ciudad de Santiago de Cali, estos se identificaron fácilmente en las páginas amarillas de internet. http://www.gurucasayhogar.com.co/servicios/reparaciones

2.3 CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO

El objetivo principal de este proyecto es crear una empresa que ofrezca servicios de reparaciones menores para las viviendas de sus clientes, enfocándose en brindar seguridad y garantía por medio de la utilización de herramientas adecuadas y un personal idóneo capacitado y certificado en cada una de las áreas a atender

(plomería, reparaciones hidráulicas, pintura, electricidad y mantenimiento de aires acondicionados). El principal segmento para prestar el servicio son las familias de los estratos 3, 4, 5 y 6 de la comuna 17 quienes, por falta de tiempo, conocimiento técnico, herramientas pospongan dichas reparaciones.

El presente proyecto plantea crear una organización que a través de una plataforma tecnológica conecte a los usuarios que requieren los servicios anteriormente mencionados con los técnicos dedicados a estas labores, permitiendo que los clientes puedan realizar solicitudes, programación, cotización y contratación de servicios de una forma mucho más ágil comparado con las empresas que actualmente ofrecen los servicios. La organización estará dispuesta a atender requerimientos en jornada continua, incluyendo domingos y festivos, lo anterior, pensado en las emergencias que puedan ocurrir.

Algunas de las medidas que se tomaran para garantizar la satisfacción del cliente son:

- Un programa de certificación para los técnicos afiliados que incluya técnicas de servicios al cliente, asesorías técnicas sobre los servicios requeridos y regularización de los precios de servicios básicos.
- Garantía en los servicios prestados.
- Recomendaciones para el cuidado de las reparaciones realizadas.
- Diagnostico preventivo.
- Los técnicos que se encuentren afiliados a la base de datos de la empresa deberán estar afiliados a un sistema de salud y riesgos laborales esto significa que los clientes que contratan los servicios no tendrán que preocuparse por la atención médica si el colaborador sufre algún tipo de accidente, pues tendrá cubrimiento por la EPS y ARL.

El objetivo principal de este proyecto es tener unos servicios diseñados exclusivamente para las viviendas, sin embargo, a medida del desarrollo del proyecto se pueden implementar servicios dirigidos al sector empresarial.

2.3.1 Clientes. El segmento de clientes al cual se desea prestar los diferentes servicios, son personas económicamente activas, familiarizados con la adquisición de productos y servicios a través de medios electrónicos como páginas web o aplicaciones, quienes no pueden por tiempo y desconocimiento realizar las reparaciones pertinentes en su hogar y se encuentren ubicados geográficamente en la comuna 17 de Cali.

Tabla 1. Características comuna 17

CARACTERÍSTICAS COMUNA 17	
No DE BARRIOS	13
No de Urbanizaciones	19
No de Predios	50540
Población Aproximada	149475
Estrato de Moda	5

Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016, p. 3)

Dicho segmento está conformado por una serie de variables que permiten descifrar algunos otros aspectos para lograr la satisfacción del cliente, algunas de esas características del segmento son los estratos socio económicos del 3 al 6, en su mayoría son personas con niveles de educación superior, secundaria y generalmente tienen ingresos de 2 o más SMMLV; aspectos claves para llegar a este tipo de clientes son la agilidad en el servicio y calidad en la reparación realizada.

El segmento al que se pretende llegar con los servicios ofertados es un grupo para el cual la conectividad es indispensable al momento de tomar una decisión de compra, para ello en el proyecto se plantea crear una plataforma tecnológica en la cual el cliente pueda agendar, contactar, cotizar y preguntar todo lo referente acerca de los servicios requeridos.

2.3.2 Competencia. Existe un número importante de empresas y personas naturales ofertando servicios de reparaciones para las viviendas de Cali, su mayor presencia publicitaria está dada de la siguiente forma:

Tabla 2. Tabla medios publicitarios

MEDIOS PUBLICITARIOS				
EMPRESA	PÁGINA WEB	CORREO ELECTRÓNICO	LINEA TELEFONICA	WhatsApp
ACUDE	X	X	X	
SERVIPOLIS	X	X	X	X
SERVIEXTERIORES	X	X	X	X
AGENCIA M Y M PLOMEROS	X		X	

Fuente: Elaboración propia

Con la investigación realizada se obtuvo la conclusión de que la capacidad de respuesta en los medios de contacto de las diferentes empresas no es eficiente, las páginas web en su mayoría son solo paginas informativas en donde se podrá encontrar nombre de la empresa, sin embargo, no hay facilidad para contactar dado que los números están desactualizados, y la respuesta a las inquietudes realizadas por medio de las páginas tardan mucho en ser contestadas.

A continuación, se muestra un cuadro comparativo que muestra el precio y tiempo de respuesta de las organizaciones anteriormente mencionadas, del cual se puede concluir que en gran parte las empresas trabajan sobre cotización del daño y que en algunas ocasiones el tiempo de respuesta no es tan oportuno.

Tabla 3. Cotización para la instalación de dos lámparas en un domicilio en el sur de la ciudad.

COTIZACIÓN DE SERVICIOS								
TIPO DE SERVICIO	ACUDE		SERVIPOLIS		SERVIEXTERIORES		M&M PLOMEROS	
	PRECIO	TIEMPO DE RESPUESTA	PRECIO	TIEMPO DE RESPUESTA	PRECIO	TIEMPO DE RESPUESTA	PRECIO	TIEMPO DE RESPUESTA
Instalación de Soporte para TV	$60.000	24 HORAS	$70.000	4 horas	$50.000	3 HORAS	NA	NA
Cambio de Válvula de Entrada para Sanitario	$70.000	12 HORAS	$80.000	4 horas	$65.000	4 HORAS	$60.000	4 HORAS
Cambio de Llave que gotea	$60.000	12 HORAS	$70.000	4 horas	$50.000	4 HORAS	$45.000	4 HORAS
Instalación de Lampara	$90.000	4 HORAS	$120.000	4 horas	$80.000	2 HORAS	NA	NA

Fuente: Elaboración propia

2.3.3 Diseño de la investigación. El método de investigación utilizado para recolectar información cualitativa y cuantitativa de la población objetivo fue la encuesta la cual fue aplicada a personas residentes de la comuna 17 de la ciudad de Cali con edades entre los 20 y 50 años, a continuación, se muestran las preguntas realizadas y los datos utilizados para la elaboración de esta.

N Tamaño de la población N=

Z Nivel de confianza Z= 95%

p Variabilidad positiva p=0,50

q Variabilidad negativa q=0,50

N Tamaño de la población N=10

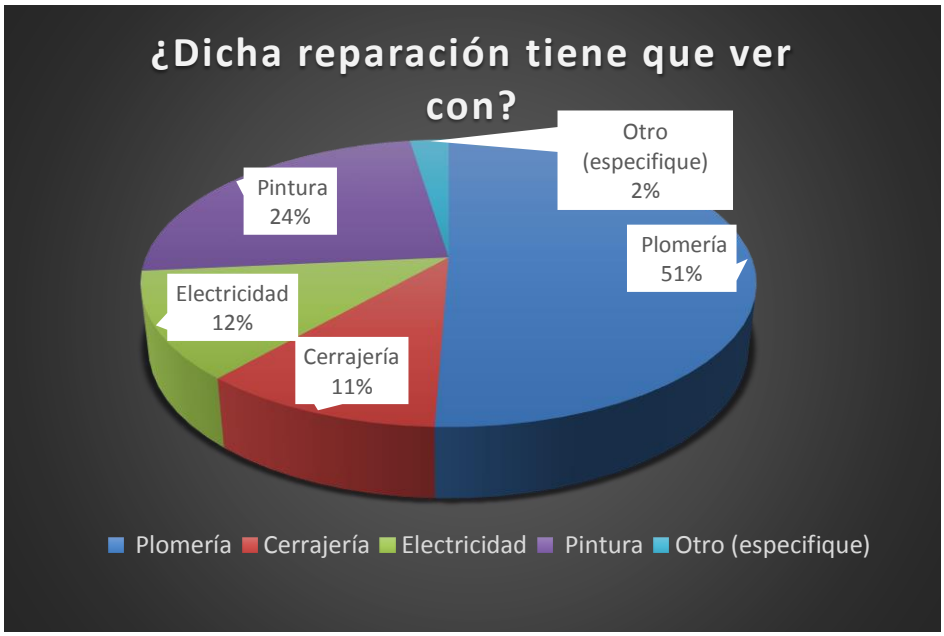
E Precisión o error E=5

De acuerdo a la fórmula aplicada $n = \frac{z^2 \mathrm{p\ q\ N}}{\mathrm{NE^2 + z^2 pq}}$ la cantidad de personas encuestadas fueron 382.

Grafica 1. ¿Tiene o ha tenido pendiente algún tipo de reparación en su hogar?

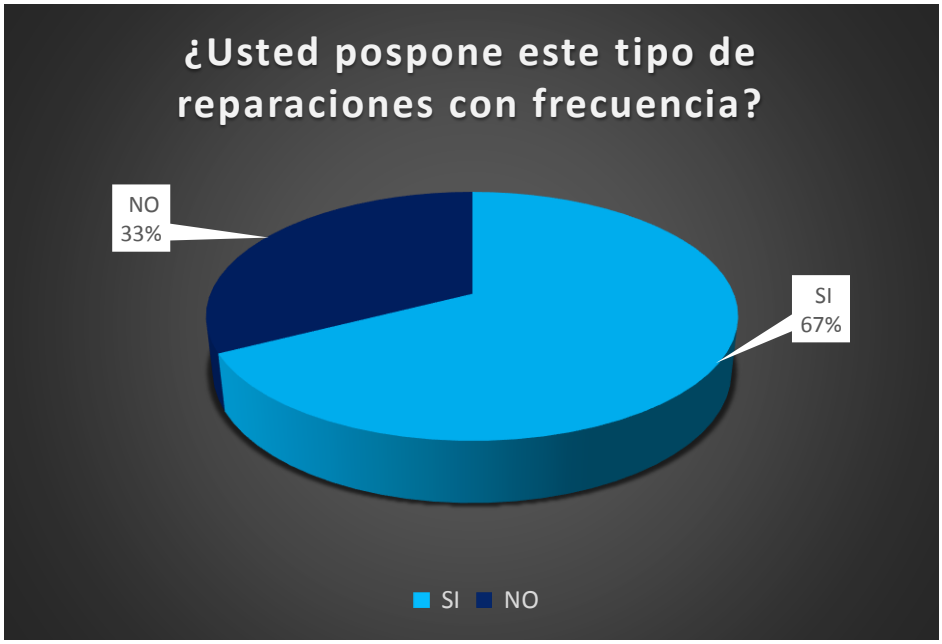
Fuente: Elaboración propia

Grafica 2. ¿Dicha reparación tiene que ver con?



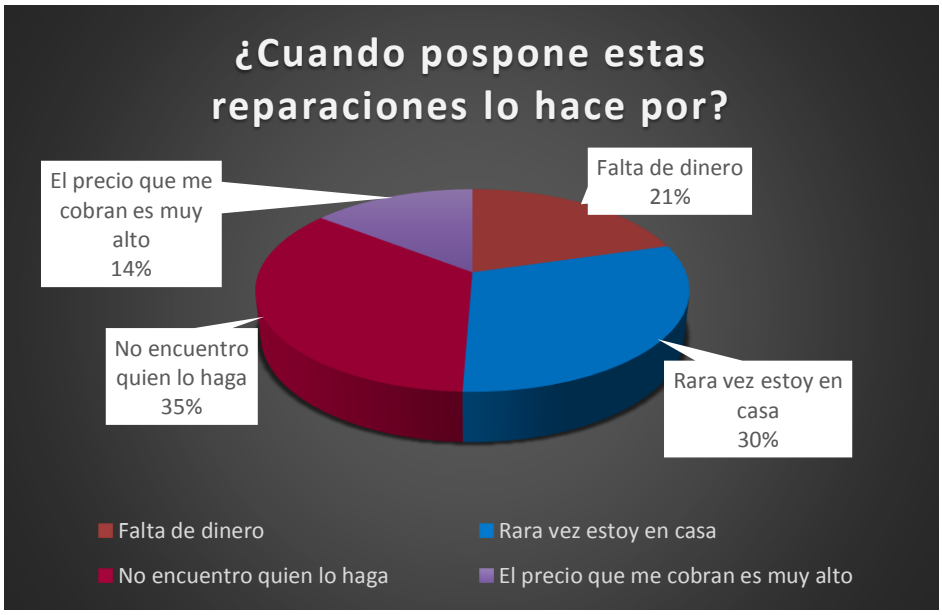
Fuente: Elaboración propia

Grafica 3. ¿Usted pospone este tipo de reparaciones con frecuencia?



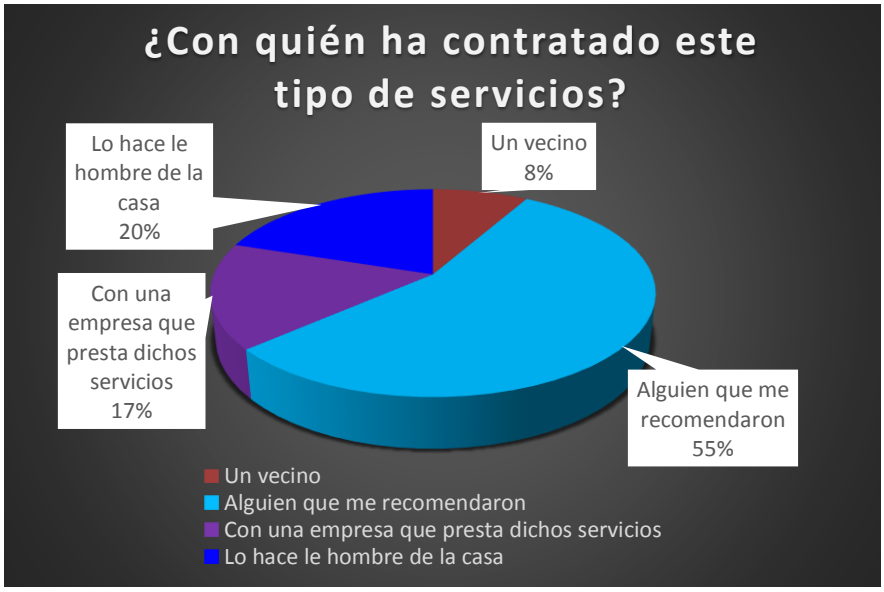
Fuente: Elaboración propia

Grafica 4. ¿Cuándo pospone estas reparaciones lo hace por?



Fuente: Elaboración propia

Grafica 5. ¿Con quién ha contratado este tipo de servicios?

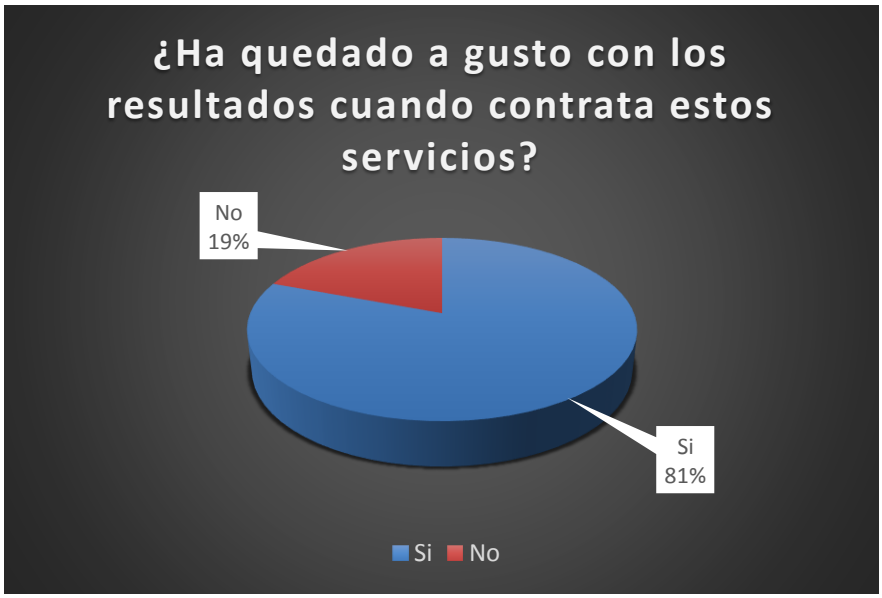


Fuente: Elaboración propia

Grafica 6. ¿Cuándo contrata este tipo de servicio de reparaciones usted paga?

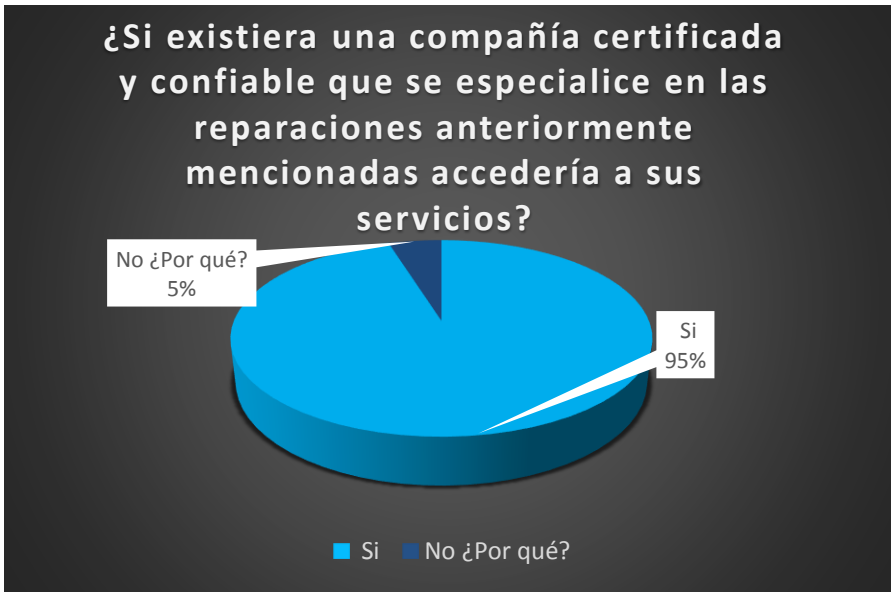
Fuente: Elaboración propia

Grafica 7. ¿Ha quedado a gusto con los resultados cuando contrata estos servicios?



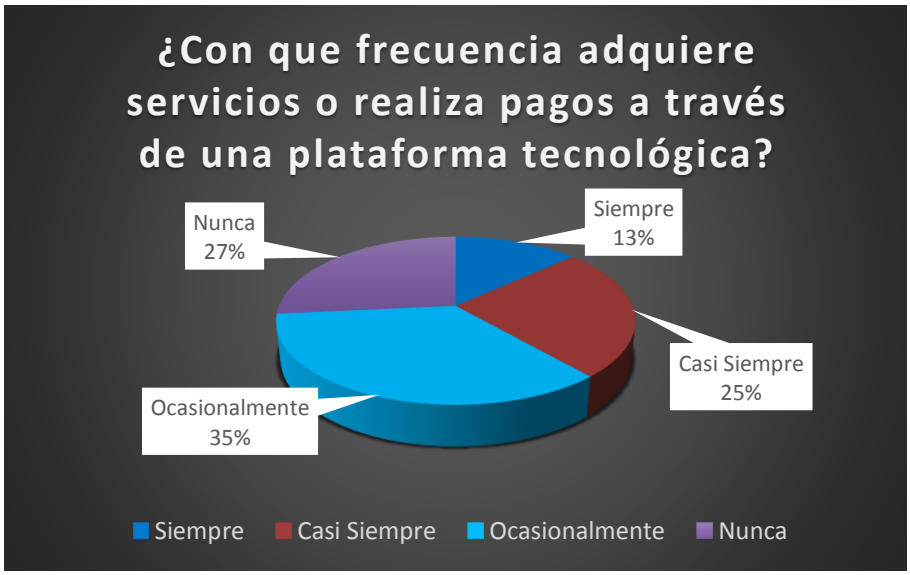
Fuente: Elaboración propia

Grafica 8. ¿Si existiera una compañía certificada y confiable que se especialice en las reparaciones anteriormente mencionadas accedería a sus servicios?



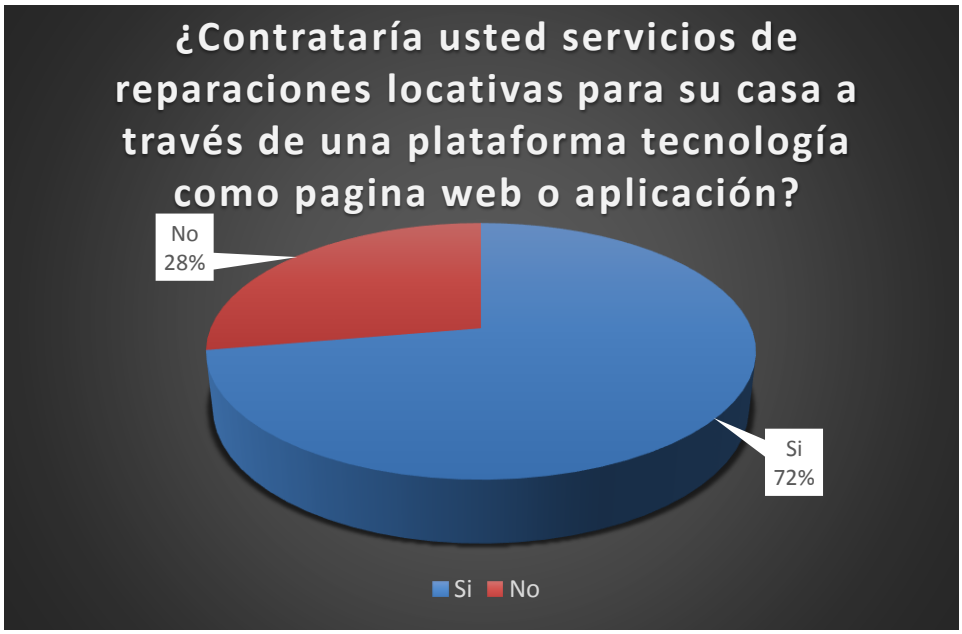
Fuente: Elaboración propia

Grafica 9. ¿Con qué frecuencia adquiere servicios o realiza pagos a través de una plataforma tecnológica?



Fuente: Elaboración propia

Grafica 10. ¿Contrataría usted servicios de reparaciones locativos para su casa a través de una plataforma tecnológica como página web o aplicación?



Fuente: Elaboración propia

Grafica 11. ¿Cuáles son los ingresos de su grupo familiar?

Fuente: Elaboración propia

Grafica 12. ¿Cada cuánto realiza reparaciones locativas en su vivienda?

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta se logra llegar a las siguientes conclusiones:

- Un 91,5% de los encuestados tienen reparaciones pendientes por realizar en su casa.
- Las reparaciones tienen que ver en un 51%% con plomería, en un 12% con electricidad, en un 24% con pintura, en un 11% cerrajería y un 2% otras reparaciones.
- Un 55% de los encuestados contrata estos servicios con una persona que le recomendaron, un 8% con un vecino, en un 20% lo hace el hombre de la casa y el 17% lo hace con una empresa dedicada a ofertar dichos servicios.
- Los rangos de los precios pagados por estos servicios por parte de las personas encuestadas esta entre $30.000 y $50.000 en su mayoría.
- Un 19% de las personas encuestadas no ha quedado satisfecha con los resultados del servicio.

- Un 95% de la población encuestada manifestó que contrataría estos servicios si hubiese una empresa que los prestara.
- Un 25% de la población contrata servicios o realiza pagos a través de medios electrónicos casi siempre y el 35% lo hace ocasionalmente, lo que muestra que es una oportunidad para penetrar en el comercio digital.
- Un 72% de la población está dispuesta a acceder a los servicios de reparaciones locativas por medio de plataformas tecnológicas.
- El mercado objetivo tiene un promedio de ingresos entre 3 y 4 SMMLV en su mayoría lo que representa capacidad de pago para adquirir los servicios que se quieren ofrecer a esta población.

De acuerdo con los datos anteriores se puede concluir que hay un número importante de personas interesadas en adquirir los servicios que se van a proponer en este proyecto y en la adquisición de estos por medios electrónicos.

2.4 PLAN DE MERCADEO

A continuación, se establece el plan mediante el cual se pretende captar y fidelizar los clientes, el plan incluye un diseño de estrategia, precios, ventas, promoción, distribución y políticas de servicio.

Del mismo modo, como parte del plan de mercadeo se implementarán actividades de publicidad basadas en el segmento de clientes al que se quiere atraer, es por esto por lo que se tendrá presencia en redes sociales y posicionamiento en los principales motores de búsqueda de tal manera que cuando algún usuario de la red este buscando información acerca de los servicios que se ofrecen, esta empresa figure entre las primeras opciones para el cliente.

2.4.1 Estrategia de precios. La organización tendrá una estrategia de precios basada en los precios que la competencia dispone para servicios similares a los nuestros y para lograr un margen de utilidad que cubra los costos, gastos y lograr llegar al objetivo de una rentabilidad del 15%. Se manejará un tarifario para los técnicos en el cual se deben basar para el cobro de los servicios que se muestra a continuación:

CATEGORIAS DE SERVICIOS HOMEXPERTS.COM		
DESCRIPCION DEL SERVICIO	**CATEGORIA**	**PRECIO**
INSTALACION SOPORTE TV	BASICO	$ 50.000
CAMBIO VALVULA DE ENTRADA O SALIDA SANITARIO	BASICO	$ 60.000
INSTALACION TENDEDERO DE ROPAS	BASICO	$ 40.000
DESTAPONAMIENTO DE LAVAPLATOS	BASICO	$ 60.000
DESTAPONAMIENTO DE TUBERIAS SANITARIAS	MEDIO	$ 100.000
INSTALACION DE LAVAMANOS O LAVAPLATOS	MEDIO	$ 90.000
MANTENIMIENTO AIRE ACONDICIONADO	MEDIO	$ 110.000
INSTALACION LAMPARAS CON PUNTO ELECTRICO	MEDIO	$ 95.000
MANTENIMIENTO DE REDES ELECTRICAS	ALTO	$ 250.000
PINTURA INTERIORES	ALTO	DESDE $300.000
INSTALACION DE AIRE ACONDICIONADO	ALTO	DESDE $200.000

2.4.2 Estrategia de venta. Las estrategias para seguir con el fin de cumplir con las metas de venta en este proyecto son las siguientes:

- Agilidad en la prestación del servicio: A través de la plataforma los clientes podrán fácilmente cotizar, contratar y programar la visita de un técnico en su casa de acuerdo con su disponibilidad de tiempo.
- Calidad del servicio: todos los servicios prestados por los técnicos de esta compañía contarán con garantía ya que se contará con un grupo de técnicos certificados por la empresa en cada una de las áreas a atender.
- Área geográfica: el mercado objetivo para este proyecto es la comuna 17 de la Ciudad de Cali ya que es un área de la ciudad que cuenta con habitantes de buenos ingresos económicos lo que les da capacidad de compra para los servicios que se están ofreciendo.

- Unidades Residenciales: dar conocer la plataforma de servicios en las unidades residenciales permitirá acceder con mayor facilidad a un grupo de clientes que tienen requerimientos constantes.
- Fidelización: Al dar cumplimiento a la promesa de venta de los servicios propuestos con calidad, agilidad y garantía se logrará fidelizar a los clientes esto nos permitirá cumplir presupuestos de venta con mayor facilidad.

2.4.3 Estrategia promocional. La estrategia promocional para este proyecto, dado que es una empresa completamente digital estará fundamentada en:

- Publicidad en Goggle Addwords: Este tipo de publicidad permitirá tener presencia en Google cada vez que una persona digite una palabra relacionada con los servicios ofertados.
- Publicidad en Redes Sociales: A través de este tipo de campañas publicitarias se puede llegar a clientes más específicos con información de la plataforma digital para que puedan acceder a los servicios que esta oferta.
- Campañas de Tráfico: A través de las campañas de tráfico se logrará que las personas visiten la página de internet en la cual se ofrecen los servicios, de este modo podrán captar clientes.
- Establecer un logo corporativo y un emblema que permita generar recordación en los clientes.
- Publicidad Física: con la cual se tendrá presencia en ferreterías y tiendas donde los habitantes acuden a comprar productos para el hogar serán puntos estratégicos para ubicar publicidad como vallas o pendones.

A continuación, se muestra cotización de las campañas publicitarias para Google Addwords y redes sociales.

Figura 2. Cotización de las campañas publicitarias para Google Addwords y redes sociales

Fuente: Elaboración propia

2.4.4 Estrategia de distribución. La empresa que se piensa crear por medio del presente proyecto es netamente intermediaria de servicios, es decir, recoge las solicitudes de clientes y asigna las personas idóneas para atender dichas necesidades, algunas de las ventajas de este modelo de negocio son: no es necesario invertir en compra de maquinaria y equipo ya que los técnicos afiliados en la empresa deberán contar con ellos, la carga prestacional no será tan grande dado que los técnicos serán contratados por medio de prestación de servicios, permitirá contar con un número más amplio de técnicos para cubrir las necesidades de la demanda, al no tener la necesidad de almacenamiento de equipamiento habrá menores exigencias a la hora de alquilar o con comprar un local para la operación de la empresa, se van a disminuir costos del transporte en este tipo de distribución dado que cada técnico deberá contar con su medio de transporte que les garantice llegar a los sitios donde van a prestar los servicios. Si bien este modelo presenta unas ventajas significativas, es importante tener en cuenta que el modelo presenta algunas desventajas como: Los reclamos por ineficiencia de los técnicos y garantía del servicio serán responsabilidad de la empresa.

2.4.5 Políticas de servicio. Los servicios ofertados por Homexperts.com tendrán los siguientes componentes:

- Términos de Garantía: Los servicios ofrecidos tendrán una garantía de 1 mes sobre la mano de obra, teniendo en cuenta que dichas reparaciones no podrán ser manipuladas o modificadas por agentes externos a homexperts.com.

- Tipo de servicios a los clientes: Profesionalismo, agilidad, efectividad y entrega a tiempo son los 4 pilares básicos del servicio de atención de la organización, por esta razón la organización no escatima en esfuerzos para vincular el mejor personal para atender las necesidades de sus clientes. De esta manera, ofrecerá servicios de reparaciones locativas en los campos de electricidad,

plomería, mampostería, cerrajería, pintores, limpieza de fachada, armada de muebles, técnicos en electrodomésticos, entre otros.

- Mecanismos de atención a los clientes: La organización tiene principalmente 4 mecanismos de atención para sus clientes así:

- Página Web: Es el medio por el cual el cliente podrá conocer y acceder a los servicios de la empresa. La página web permitirá cotizar, programar y hacer el pago de los servicios requeridos, además, se podrán realizar reclamos y solicitar garantías.

- Asistencia Telefónica: Aquí los clientes podrán solicitar y programar sus servicios en caso de que tengan alguna limitación para acceder a la página.

2.4.6 Tácticas de ventas. Para la puesta en marcha de este proyecto se contratará a un coordinador comercial quien estará a cargo de diseñar e implementar todas las técnicas de venta necesarias para el cumplimiento de los presupuestos de venta establecidos para lograr la rentabilidad esperada.

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 INTRODUCCIÓN

En este capítulo se establece cómo será el proceso de selección y compra de los equipos, muebles, enseres y la adquisición del diseño de la plataforma virtual por donde la organización oferta sus servicios. De esta forma validar cuales son los requerimientos que tendría la organización para su funcionamiento.

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto está conformada por dos fases en la primera se desea obtener la información acerca de cómo la organización debe ofrecer el servicio para que este sea adecuado y cumpla con los estándares que se plantea, teniendo en cuenta la tecnología, equipos, técnicas, prácticas, insumos, materias primas que se van a utilizar durante este proceso.

En la segunda fase se busca determinar cuáles son los equipos, software y plataforma virtual que se van a utilizar para ejercer la actividad del proyecto, teniendo en cuenta cotizaciones realizadas a distintos proveedores.

3.2.1 Servicio. Por medio de este proyecto se plantea crear una empresa dedicada a ofrecer servicios de reparaciones locativas para las viviendas, los cuales podrán ser contratados a través de una plataforma virtual, dentro de la oferta se encuentran servicios en las siguientes especialidades: plomería, reparación y mantenimiento de redes eléctricas internas, reparación y mantenimiento de aire acondicionado, pintura, atención de emergencias domiciliarias. A continuación, se presenta una breve descripción de los servicios que se prestaran:

Cuadro 1. Descripción de los servicios

TABLA DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS	
TIPO DE SERVICIO	**DESCRIPCIÓN**
Plomería y mantenimiento hidráulico	Destaponamiento de drenajes, reparación de filtraciones, instalación y mantenimiento de grifería y baterías sanitarias.
Instalación y mantenimiento de redes eléctricas.	Instalación de puntos eléctricos, instalación de equipos que requieran puntos eléctricos, cajas de breakers etc.
Instalación, mantenimiento y reparación de aire acondicionado.	Asesoría y mantenimiento con todo lo referente a los equipos de aire acondicionado en los hogares y refrigeradores.
Pintura	Estuco, pintura y todo lo referente con obra blanca en los hogares.
Atención de emergencias domiciliarias	Asistencia inmediata con inconvenientes técnicos ya sean de plomería o cualquiera de las

	especialidades mencionadas anteriormente.

Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, el proyecto está orientado a actuar como intermediario de la prestación de dichos servicios, es decir, se manejará una plataforma virtual por medio de la cual los clientes podrán consultar, cotizar y programar los servicios y de esta misma forma la organización contara con una base de datos de proveedores con diferentes especialidades técnicas que le permitan solucionar el requerimiento del cliente, razón por la cual los insumos principales y secundarios del presente proyecto son:

- Insumos principales: conectividad constante que permita comunicación tanto con el cliente como con los técnicos requeridos, equipos de cómputo, telefonía fija y celular para garantizar completamente las comunicaciones.
- Insumos secundarios: diferentes elementos de papelería que se requieran para el manejo administrativo.

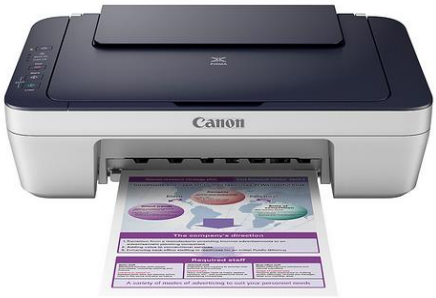
3.2.2 Metodología para el estudio de la ingeniería del proyecto. Ámbito del proyecto: Este proyecto tiene como principal objetivo ser un puente entre personas que requieren servicios de reparaciones locativas en sus viviendas y el personal técnico con el conocimiento y las herramientas necesarias para solucionar dichos requerimientos garantizando altos estándares de servicio y garantía por parte de los técnicos que presten el servicio.

3.2.3 Tamaño del proyecto. Este proyecto se desarrollará inicialmente en la comuna 17 de la ciudad de Cali, ya que esta es una comuna en la que se encuentran estratos socioeconómicos de nivel 3, 4, 5 y 6 en los cuales los habitantes pertenecen a la clase media y alta, que de acuerdo con el censo de los hogares de 2016 realizado por el DANE, es la clase socioeconómica que ha presentado mayor crecimiento en sus ingresos. Adicionalmente, *La comuna 17 cuenta con 86.142 predios construidos, siendo la segunda comuna con mayor número de predios, después de la comuna 2; y representando el 10% del total de la ciudad. Está conformada por 50.540 viviendas, correspondiente al 6,3% del total de viviendas de la capital vallecaucana.* Esto nos da la posibilidad de enfocar todos los esfuerzos en materia de publicidad o difusión de los servicios hacia un sector geográfico con altos potenciales de consumo del servicio que se ofrece. (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016, p. 33)

- Selección de maquinaria y equipos requeridos: Para el proceso de prestación de servicio es indispensable contar con una base de datos de técnicos especializados en cada una de las disciplinas quienes además deben contar con las herramientas y equipos que se requieran para prestar los servicios que se atenderán. Por lo tanto, los equipos requeridos para este proyecto son:

Cuadro 2. Descripción de equipos y herramientas

 Fuente: Homecenter, 2017, fig. 1 **TELEFONO CELULAR**	• Teléfono celular con conectividad a internet y capacidad de memoria de al menos 32 gigas
 Fuente: MercadoLibre, 2017, fig. 1 **TELEFONO FIJO**	teléfono fijo con memoria para tomar mensajes y con opción de llamada en espera
	• Computador portátil marca lenovo con pantalla ultra Slim • 3 mb de memoria cache • Procesador de 2.5 mhz • Memoria Ram de 8 GB disco duro de 2 terabites

Fuente: Homecenter, 2017, fig. 1 **COMPUTADOR PORTATIL**	
 Fuente: Alkomprar, 2017, fig. 1 **COMPUTADOR DE MESA**	• Computador de escritorio marca lenovo con monitor led de pantalla plana y teclado ergonómico. 750 g de memoria ram, disco duro de 2 teras y procesador 64 bits del proceso • 1mb de memoria cache • bus de datos frontal de 800 mshz • un procesador con velocidad de hasta 2.2 ghz • ahorra energía de acuerdo con las normas establecidas
 Fuente: Falabella, 2017, fig. 1 **IMPRESORA MULTIFUNCIONAL**	Inalámbrica • Imprime, copia, escanea y envía fax • Ethernet • PCL/PS

Fuente: (Homecenter, 2017), (Falabella, 2017), (MercadoLibre, 2017), (Alkomprar, 2017)

- Definir los edificios, estructuras y obras de ingeniería civil: Aunque se espera que la mayoría de los servicios solicitados lleguen vía telefónica o a través de la plataforma, se Planea tener un local que funcione como centro de operaciones, el cual debe contar con un área de recepción de llamadas y soporte a los clientes y al

área técnica, una bodega de almacenaje para los equipos y una zona de baños para el personal.

Imagen 1. Plano del local

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Costos de adecuación

ADECUACIONES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PANEL YESO (lamina de 2 x 110)	5	$49.900	$249.500
ESTUCO (kilo)	50	$2.300	$115.000
PERFILES METÁLICOS	18	$6.500	$117.000
PINTURA BLANCA	1	$380.000	$380.000
CABLEADO	35	$4.500	$157.500
TOMAS ELÉCTRICOS	4	$7.200	$28.800
PUNTOS DE RED	2	$9.700	$19.400
MANO DE OBRA	1	$700.000	$700.000
		total	$ 1.767.200

Fuente: Elaboración propia

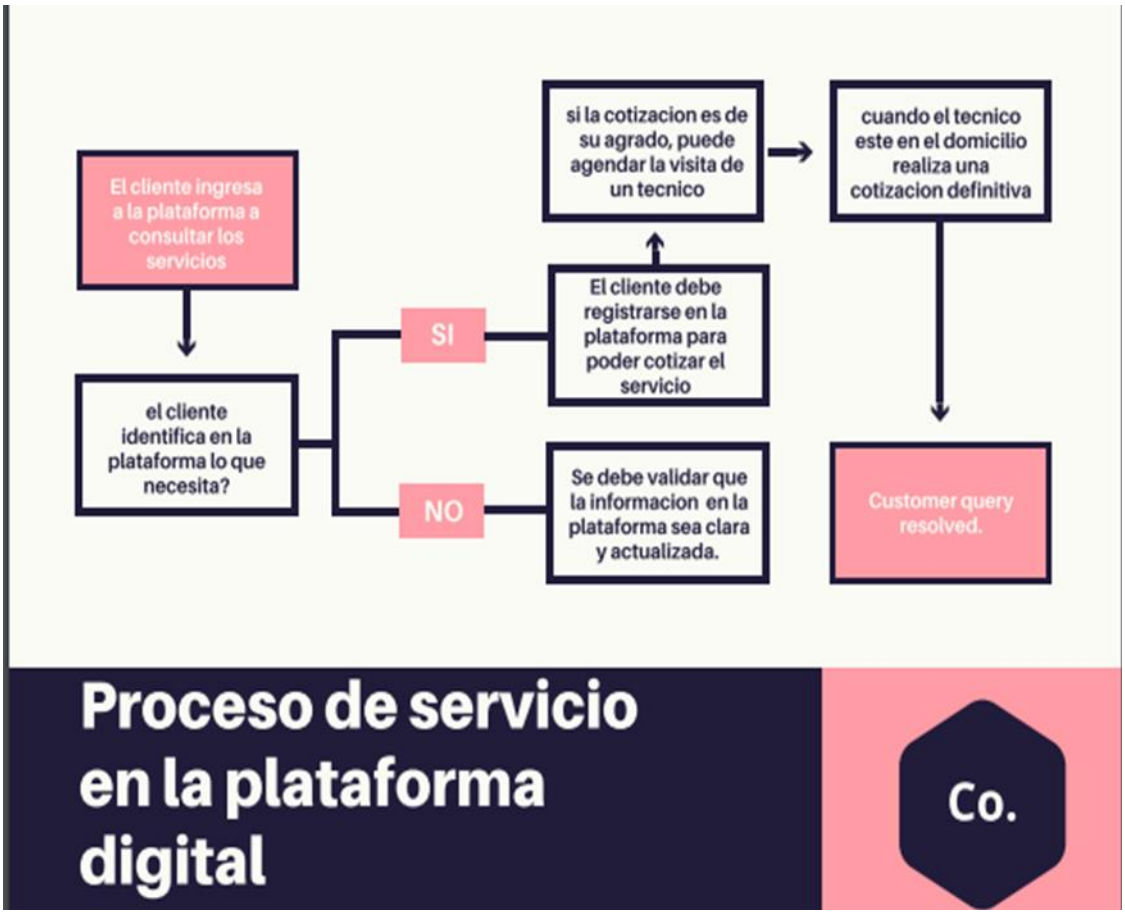
3.2.4 Diagramas y planes de desarrollo. El proceso de servicio se da en varias etapas, cada una de ellas debe hacerse de la mejor forma posible para atender la necesidad del cliente de forma integral, con altos estándares de calidad buscando su satisfacción.

- Contacto con el cliente: en esta etapa del proceso del servicio el cliente accede a la plataforma y hace una indagación de los servicios que nuestra empresa ofrece, a continuación y para mayor información, el cliente debe registrar sus datos con el fin de que se pueda conocer su ubicación. A partir de este momento el cliente podrá hacer una cotización tentativa de acuerdo con el daño o la necesidad que tenga en su vivienda de este modo el cliente podrá tomar la decisión de contratar con nosotros para tal fin deberá programar una visita de un técnico.
- Programar visita con el cliente: una vez el cliente haya suministrado la información de sus necesidades puntuales, podrá agendar una visita de un técnico, el cliente podrá en la plataforma elegir el día y la hora en que desea que el técnico lo visite para una revisión y cotización final de los servicios a realizar.
- Visitar al cliente realizar cotización del servicio: La etapa de visita al domicilio del cliente es uno de los momentos más cruciales del servicio, por lo tanto para este momento el sistema deberá haber seleccionado el técnico más adecuado para los requerimientos del cliente y se le envía al cliente la información de la persona que lo visitará. Después de que el técnico ha evaluado el inconveniente del cliente procederá a realizar en la plataforma la cotización final la cual se le informa al cliente para que a través de la plataforma la acepte y realice el pago.
- Realizar las reparaciones locativas solicitadas: luego de tener la autorización del cliente para realizar las reparaciones, el técnico debe hacerlo cumpliendo con estándares de seguridad personal y teniendo siempre cuidado por la propiedad y los espacios donde se va a desarrollar la actividad, de tal manera que no vaya a dañar pertenencias del cliente.
- Dar recomendaciones al cliente pertinente al servicio prestado: Una vez finalizada la reparación, se debe dar instrucciones al cliente sobre los cuidados que

debe tener para garantizar la durabilidad del trabajo realizado. Al salir de la propiedad el técnico debe reportarle al cliente sobre ello y en lo posible el cliente debe ratificar que de su propiedad solo están saliendo los elementos que ingresaron.

- Hacer seguimiento en tres días recolectando información sobre la calidad del servicio tanto de la atención como de la reparación locativa realizada.

Figura 3. Diagrama de flujo de prestación de servicio



Fuente: Elaboración propia

3.2.5 Tecnología. Las tecnologías de la información serán la herramienta fundamental para la operación de la empresa que se propone crear en este proyecto, ya que todo funcionará de manera virtual a través de una plataforma digital que le permitirá al cliente agilizar el proceso de cotización y de contratación de los servicios requeridos.

“Homeexperts.com” se preocupa por prestar un excelente servicio y también por los impactos ambientales y sociales que afecten la comunidad, para ello se tiene en cuenta que los procesos terminen con una responsable eliminación de desechos o escombros que se puedan generar, y se busca que el ruido ocasionado sea tolerante para las personas.

- Mercado de tecnología: La tecnología que se necesita para la empresa es de fácil adquisición, el diseño de la página web, el hosting y dominio de internet son productos que hoy por hoy las empresas puede adquirir sin mayores inconvenientes, de hecho, actualmente la industria del software en el Valle está en crecimiento tal como lo muestra esta noticia del diario El País:

En el Valle del Cauca no existe una caracterización de la industria del software, pero los casos de éxito van en aumento cada día. En la región surgieron firmas líderes como Open System, Carvajal Tecnología, Siesa, Compunet, que hoy son reconocidas en el ámbito internacional y que ahora hacen parte del Clúster de Tecnología de la Información Pacifitic que busca fortalecer el sector trabajando en varias estrategias (http://www.elpais.com.co/economia/industria-de-software-gana-mas-terreno-en-el-valle-del-cauca.html)

- Selección de la tecnología: La selección de la tecnología más eficiente desde el punto de vista físico técnico, se realiza teniendo en cuenta los tipos de servicios que se prestaran y las ofertas existentes del mercado, calidad, garantía y soporte técnico.
- Formas de adquirir la tecnología: en el mercado existen diferentes proveedores con quienes se puede adquirir la tecnología que se requiere para esta empresa, dentro de los cuales se ha consultado con PUBLICAR, POMPO COMUNICACIONES Y STUDIOS NOVA.
- Costo de la tecnología: El costo de la adquisición de esta tecnología está avaluado en $2.574.000 que corresponde a los equipos necesarios para comenzar a prestar servicios, y se va tomar del capital aportado de los socios.

3.2.6 Selección del equipo. Para la selección de los equipos necesarios para la operación de la empresa “Homeexperts.com”, tuvo en cuenta el desempeño, facilidad de compra, garantía y soporte técnico. a continuación, se relacionan los equipos que se adquirirán para el inicio de operaciones.

Tabla 5. Equipos y muebles necesarios CAMBIAR O ACTUALIZAR

INVERSIÓN EN PESOS			
ITEM	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
ESCRITORIO EN MADERA	1	350.000	350.000
SILLA DE OFICINA	2	120.000	240.000
ESTANTERIA EN ACERO RECUBIERTA EN PLASTICO	2	1.500.000	3.000.000
ARCHIVADOR METALICO	1	750.000	750.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**4.340.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
COMPUTADOR DE MESA LENOVO	1	1.400.000	1.400.000
COMPUTADOR PORTATIL LENOVO	1	1.300.000	1.300.000
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON	1	640.000	640.000
TELEFONO INALAMBRICOPANASONIC	1	120.000	120.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**3.460.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**11.260.000**

Fuente: Elaboración propia

La empresa tiene como objetivo principal ser un intermediario entre los clientes que tienen requerimientos y los técnicos que los van a solucionar y por esta labor de intermediación la empresa cobrara al técnico una comisión del 30% sobre el valor que el cliente haya pagado todos los gastos de desplazamiento estarán a cargo del técnico.

3.2.7 Cálculo de las cantidades de materia prima e insumos. Para el cumplimiento de sus funciones el área administrativa también requiere de algunos insumos, los cuales se relacionan a continuación:

Tabla 6. Insumos de oficina

INSUMOS DE OFICINA	CANTIDAD
Grapadora	2
Perforadora	2
Sacaganchos	2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Insumos de aseo y cafetería

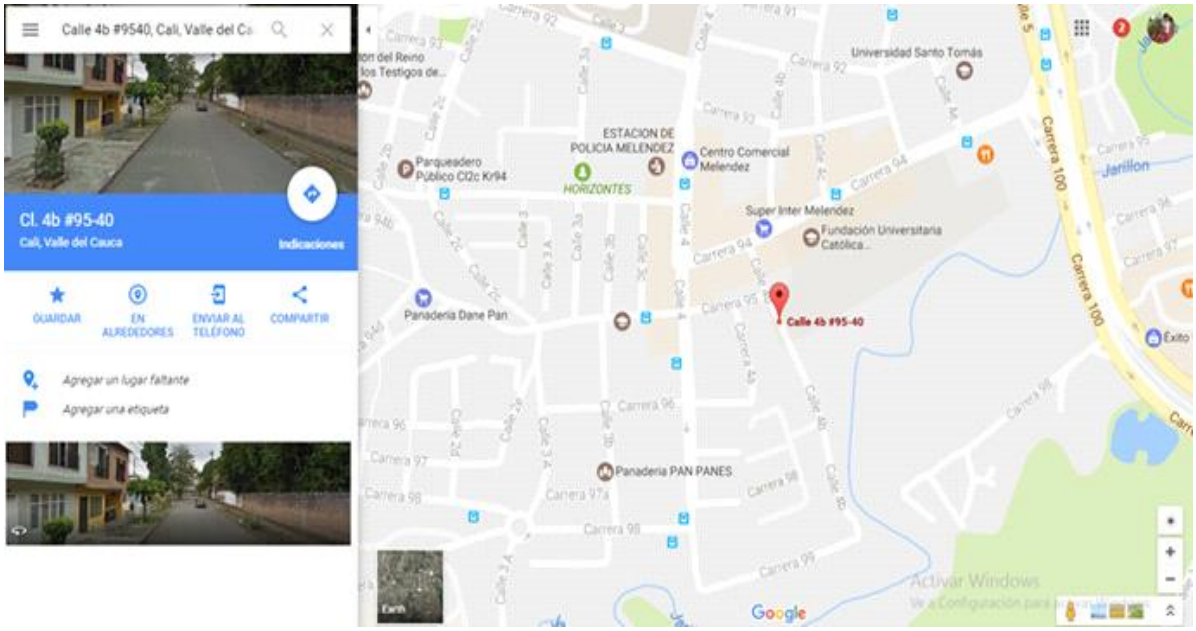
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA	CANTIDAD
Azúcar	2
Café	1
Vasos desechables	1
Jabón de manos	1
Limpiones	1
Jabón en polvo	1

Fuente: Elaboración propia

3.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

3.3.1 Macro localización. La empresa estará ubicada en la ciudad de Cali, capital del Valle del Cauca en el sur de la ciudad, se busca tener una oficina cercana a nuestro nicho de mercado, la comuna 17, adicionalmente desde este sector de la ciudad se tiene fácil acceso a las entidades con las que podemos tener relaciones comerciales tal como la cámara de comercio, agencias de publicidad etc.

Imagen 2. Localización del proyecto



Fuente: (Google Maps, 2017, fig. 1)

En el 2015, la comuna 17 era una de las seis comunas de Cali con hospitales y/o clínicas. Esta comuna posee tres centros de salud, que representan el 5,9% de los centros de salud y de atención básica de la ciudad. Así, la comuna cuenta con cerca de tres centros de salud por cada 100.000 habitantes y un hospital por cada 100.000 habitantes.

3.3.2 Micro localización. Para este proyecto se contara con un local que servirá de bodega para mantener los equipos y con el fin de tener fácil acceso a nuestro mercado objetivo y a nuestros proveedores estará ubicado en el barrio Meléndez ubicado en la dirección calle 4b No 95.

3.4 TAMAÑO DEL PROYECTO

Por el tipo de servicio que se ofrece en este proyecto, se considera que inicialmente se tendrá capacidad para atender al menos 758 servicios al mes, que cubran los gastos de operación. Sin embargo, es solamente hasta después de un periodo de tiempo de un año, se estarán generando servicios suficientes para tener utilidad, por lo tanto, para iniciar el proyecto se requiere una inversión de $38.665.103 representados así: $11.260.000 para activos fijos, $ 6.685.009 para activos diferidos y $ 20.720.094 para capital de trabajo. Esta inversión inicial será aportada por los socios con aportes individuales de $12.888.368 cada uno para un total de $38.665.103.

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Dado que en el estudio de mercado realizado se detectó que en materia de reparaciones locativas las viviendas están siendo desatendidas por parte de las empresas existentes se plantea la idea de diseñar una plataforma virtual en la que se ofrecen servicios de reparaciones locativas menores para las viviendas de la comuna 17 de la ciudad de Cali, tales como pintura, plomería, instalaciones, filtraciones, etc. A través de la plataforma los clientes podrán consultar los servicios, cotizar, programar una visita en los horarios que lo requieran y hacer el pago del servicio.

Por otro lado, se planea tener una base de datos de técnicos en diferentes especialidades y capacitados en técnicas de servicio al cliente reforzando la principal política de servicio de la empresa: “el cliente es lo más importante”.

De este modo la empresa cobrara a los técnicos una comisión por cada servicio prestado con el fin de garantizar un constante flujo de clientes, se harán grandes esfuerzos para garantizar la satisfacción total de los clientes en cuanto a servicio, garantía y precios, esta será la estrategia para generar valor para los clientes.

4.1.1 Misión. Ser un intermediario entre los clientes que tengan requerimientos de reparaciones locativas menores en sus viviendas y los técnicos con los conocimientos y herramientas para solucionarlos, garantizando para el cliente un excelente respaldo y garantía, y para los técnicos un flujo constante de clientes que demandan sus servicios.

4.1.2 Visión. En cinco años posicionarnos en el mercado caleño como una de las organizaciones con más alta calidad en el servicio prestado a arreglos locativos siendo preferido entre otras entidades por nuestro compromiso y soluciones oportunas. Por medio de la capacitación constante de nuestros colaboradores en nuevas técnicas y reforzando los procesos, garantizando fiabilidad y eficacia en las reparaciones.

4.1.3 Valores corporativos. A continuación, se presentan los valores corporativos de la empresa en proyección.

- Respeto: Reconocemos y valoramos a las personas que desempeñan un rol en nuestra compañía buscando armonía en las relaciones tanto laborales como comerciales.
- Honestidad: Las actividades realizadas en la compañía se fundamentan en la transparencia, ética, ética profesional y el principio de la buena fe.
- Compromiso: Cada uno de nuestros colaboradores reconoce la importancia que tiene cumplir con su trabajo en el tiempo establecido con el nivel más alto de calidad, generando a su vez confianza por parte de clientes y proveedores.
- Excelencia: Brindamos la mejor calidad en nuestros servicios garantizando la satisfacción de nuestros clientes.
- Integridad: Contamos con un personal idóneo capacitado constantemente para brindar el mejor servicio que satisfaga la necesidad total del cliente.
- Trabajo en Equipo: Trabajos pensados y/o realizados por varios integrantes del equipo de colaboradores, logrando favorecer la creatividad, aprendizaje, fortalezas y el desempeño de los mismos.

4.1.4 Filosofía de trabajo. Homeexperts.com es una organización comprometida con brindar soluciones de reparaciones en los hogares de sus clientes, diseñadas de acuerdo a las necesidades de los mismos, por medio de un equipo idóneo e integral que a partir de sus conocimientos con equipamiento y herramienta de excelente calidad satisfacen las necesidades de los clientes.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

1 Procesos operativos: a continuación se relacionan los diferentes procesos operativos que se identificaron para la puesta en marcha de este plan de negocios:

- Capacitación y afiliación de técnicos a la base de datos.
- Atracción de clientes a través de la plataforma virtual
- Prestar los servicios
- Finanzas
- Comercial
- Gestión de talento humano
- Gestión administrativa

CARACTERIZACION DEL PROCESO ESENCIAL

Se presenta en el ciclo P.H.V.A (planear, hacer, verificar y actuar) el proceso de prestación del servicio en el domicilio del cliente, este proceso se ha elegido como el proceso esencial del actual proyecto ya que es durante este proceso que el cliente podrá percibir el valor de lo que se está ofreciendo a través de la plataforma y es esta percepción del cliente lo que va a marcar la diferencia ante nuestros competidores.

Cuadro 3. Caracterización del proceso esencial

HOMEEXPERTS.COM	
NOMBRE DEL PROCESO: PRESTAR LOS SERVICIOS	
ACTIVIDAD 1: CAPACITAR	
PLANEAR	
QUE SE HACE?	SE IDENTIFICA LAS NECESIDADES MAS RECURRENTES DE LOS CLIENTES PARA DISEÑAR LOS SERVICIOS A OFRECER
COMO SE HACE?	SE REVISAN DATOS DE LOS ESTUDIOS REALIZADOS PARA EL PROYECTO COMO ENCUESTAS PARA IDENTIFICAR LO QUE LOS CLIENTES REQUIEREN CON MAS FRECUENCIA
CON QUIEN SE HACE?	EN COMPAÑÍA DEL COMUNITI MANAGER Y EL COORDINADOR COMERCIAL, EL COORDINADOR TECNICO DEBE ESTABLECER EL TIPO DE TECNICOS QUE SE REQUIEREN
DONDE SE HACE?	EN LA SALA DE REUNIONES
EN CUANTO TIEMPO SE HACE?	SE PLANEA EN UNA HORA
HACER	
QUE SE HACE?	SE SELECCIONA AL TECNICO MAS ADECUADO PARA ENVIARLO AL DOMICILIO DEL CLIENTE
COMO SE HACE?	DE LA BASE DE DATOS DE TECNICOS SE CONTACTA A LOS QUE ESTEN DISPONIBLES Y QUE CUMPLAN CON LOS REUQERIMIENTOS TECNICOS.
CON QUIEN SE HACE?	EL ENCARGADO DE ESTA LABOR ES EL COORDINADOR DEL DEPARTAMENTO TECNICO.
DONDE SE HACE?	DESDE LA OFICINA O CENTRO DE OPERACIONES
EN CUANTO TIEMPO SE HACE?	ESTA LABOR NODEBE TOMAR MAS DE 30 MINUTOS UNA VEZ EL CLIENTE HA SOLICITADO EL SERVICIO.
VERIFICAR	
QUE SE HACE?	SE VERIFICA QUE EL TECNICO HAYA LLEGADO AL DOMICILIO.
COMO SE HACE?	A TRAVES DE UNA LLAMADA AL TECNICO O AL CLIENTE.
CON QUIEN SE HACE?	COMUNITY MANAGER Y COORDINADOR TECNICO
DONDE SE HACE?	DESDE LA OFICINA O CENTRO DE OPERACIONES
EN CUANTO TIEMPO SE HACE?	EN EL HORARIO QUE EL CLIENTE SOLICITO LA VISITA TECNICA
ACTUAR	
QUE SE HACE?	UNA VEZ EL TECNICO REPORTE SU LLEGADA AL DOMICILIO
COMO SE HACE?	REALIZANDO LAS REPARACIONES QUE EL CLIENTE HAYA SOLICITADO
CON QUIEN SE HACE?	EL TECNICO PROGRAMADO LO REALIZA
DONDE SE HACE?	EN EL DOMICILIO DEL CLIENTE
EN CUANTO TIEMPO SE HACE?	DEPENDIENDO DE LA COMPLEJIDAD DE LA REPARACIÓN.

Fuente: Elaboración propia

2 Descripción de puestos:

Proceso de administración y community manager

Actividades

1. Coordinar y sincronizar los requerimientos de los otros procesos
2. Tener control de los temas financieros y asignación de recursos monetarios
3. Verificar en bancos los pagos que los clientes hagan e n la plataforma
4. Realizar todos los pagos de la compañía tanto a técnicos como a otros proveedores.
5. Estar al tanto de los contenidos publicados en la plataforma
6. Hacer seguimiento al control de gastos y cumplimiento de metas

Proceso financiero

1. Llevar en orden toda la información contable de la compañía
2. Informar al administrador sobre todo lo concerniente a los procesos contables
3. Liquidar los impuestos a los que haya lugar
4. Presentar declaraciones de renta

Proceso coordinación técnica

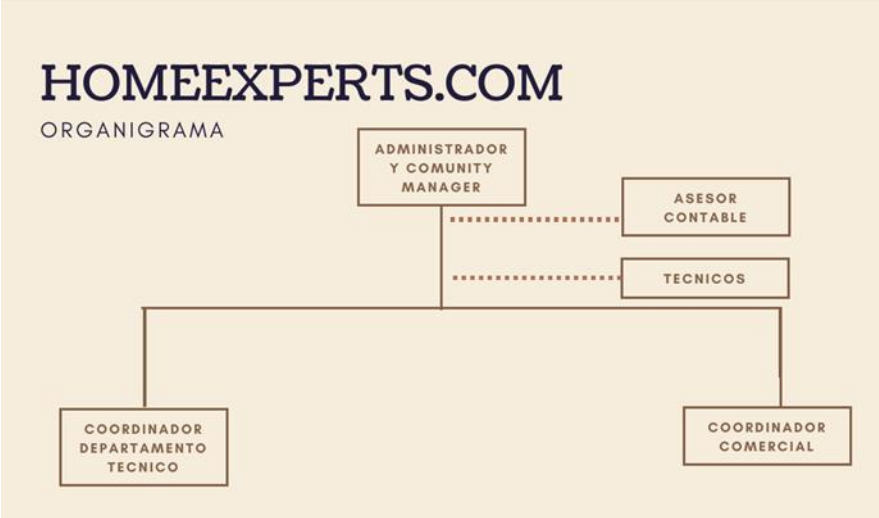
1. Seleccionar al equipo técnico requerido
2. Capacitar a los técnicos en las políticas de prestación de servicio de la compañía
3. Apoyar requerimientos de los técnicos al momento de prestar los servicios
4. Hacer seguimiento a la satisfacción de los clientes

Proceso coordinación comercial

1. Atraer clientes a la compañía
2. Verificar y garantizar el funcionamiento de la plataforma
3. Actualizar contenido de la plataforma
4. Generar estrategias de venta para cumplir presupuestos
5. Hacer seguimiento a la satisfacción de los clientes

6. Apoya la capacitación de los técnicos de acuerdo con su conocimiento de los clientes.

Figura 4. Organigrama



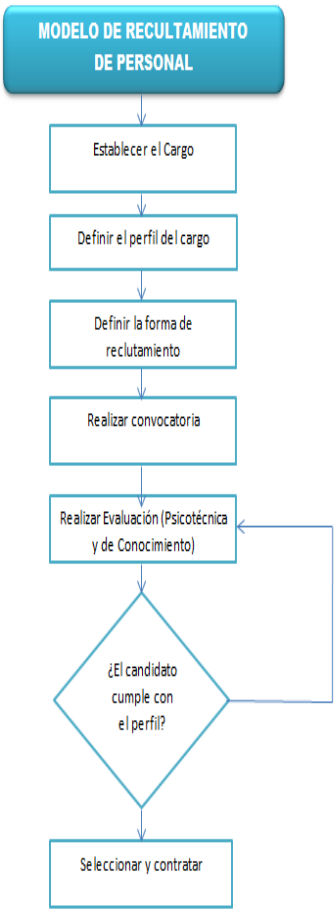
Fuente: Elaboración propia

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DE PERSONAL

Para este proyecto el modelo de reclutamiento de personal se debe dividir en dos partes. Dado que el personal más sensible de la operación no será contratado por la empresa ya que el objetivo es ser intermediario entre los técnicos y los clientes, se debe establecer estrategias para atraer al personal técnico. Para este fin lo que se hará es una campaña publicitaria por redes sociales donde se busca atraer a técnicos que ya este laborando y encuentre en este proyecto la posibilidad de tener ingresos adicionales haciendo lo que ya saben hacer. Por otro lado, la base de datos de técnicos egresados del Sena a través de una plataforma o bolsa de empleos que maneja esta institución será una segunda fuente de captación de personal calificado para ser atraído a afiliarse a la plataforma.

Por otro lado, para el personal que vaya a ser contratado por la empresa, se utilizara un modelo de reclutamiento en el que primero se establece el cargo, luego se define el perfil para este cargo después se establece la forma de reclutamiento ya sea interno o externo, se hace la convocatoria y por último se hace el proceso de exámenes ocupacionales.

Figura 5. Modelo de reclutamiento



Fuente: Elaboración propia

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN DEL PERSONAL

Para este proyecto se desea realizar la selección del personal basándose principalmente en los perfiles por medio de competencias tanto de gestión como de conducta. Este tipo de selección permite evaluar además de conocimientos lo que motiva a los individuos a tomar ciertas decisiones, estos dos aspectos son muy importantes para lograr contratar un personal idóneo.

Para lograr tener un excelente recurso humano esta selección de personal se realiza por las siguientes etapas con las características que a cada una le competen.

4.4.1 Solicitud de empleo. La solicitud de empleo se realizará de la forma tradicional, las personas que estén interesadas en postularse a la vacante deberán presentar su hoja de vida bien sea de forma física o virtual en donde den a conocer los datos más relevantes sobre su formación y experiencia, y la medida en que se van fortaleciendo las destrezas. (Universia, 2017, párr. 1)

4.4.2 Entrevista. La entrevista será aplicada por un psicólogo externo en compañía del Gerente Administrativo y Comercial, lo anterior con el fin de obtener la información necesaria de la persona postulada para conocer si tiene el perfil adecuado.

Por medio de la entrevista se desea profundizar en la información plasmada en la hoja de vida y la suministrada en la entrevista presencial, como son los comportamientos, creencias, experiencia, expectativas, disponibilidad, entre otros factores claves para analizar el perfil del candidato.

La entrevista se realizará después de la investigación de los candidatos, esta será la última evaluación de conocimiento y aptitudes que se realizará durante la selección.

4.4.3 Exámenes. Las evaluaciones que se llevarán a cabo para la selección del personal son:

- Pruebas psicotécnicas: Con estas se desea hacer un filtro inicial determinando algunas capacidades y aptitudes, como son las verbales, numéricas, administrativas, de razonamiento y memoria. Estas pruebas serán realizadas por un psicólogo que será contratado para colaborar con la selección del personal.

- Pruebas de conocimiento: Se realizará un simulacro de una reparación menor, en donde el candidato mostrará sus habilidades, la persona a cargo de esta prueba será el Gerente Administrativo y Comercial.

- Investigación de Candidatos: La validación de información plasmada en las hojas de vida de los candidatos será revisada por la psicóloga, esta validación se realiza de manera telefónica con la intención de confirmar la veracidad de la misma.

- Exámenes Médicos Ocupacionales: Se realiza para validar si el trabajador ha estado expuesto a factores de riesgo y determinar si ha tenido alguna consecuencia en su organismo. Este examen se realizaría al final del proceso de selección para continuar con el proceso de contratación y seria realizado por una compañía en la ciudad de Cali que preste los servicios de exámenes médicos de ingreso.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

Se realiza una pequeña descripción en conceptos de prestaciones y salarios según la ley en Colombia.

1. Riesgos laborales (ARL) las empresas están clasificadas en un nivel de riesgo teniendo en cuenta su actividad económica y a las labores desempeñadas por sus empleados.

2. Horas extras: este pago se debe realizar en un pago quincenal o mensual y su tarifa porcentual varía dependiendo de la jornada laborada. En la jornada diurna

se debe pagar la hora ordinaria +el recargo del 25%, en la hora extra nocturna se paga el valor ordinario + el 75% de recargo, dominical festivo ordinaria se paga el valor de la hora ordinaria + el 75% por festivo + 25% recargo diurno, dominical festivo nocturna se debe pagar el valor de la hora ordinaria + 75% por festivo + 75% recargo nocturno.

3. Prima de servicios: se debe pagar semestralmente y es correspondiente a 30 días de salario por año

4. Vacaciones: deben ser 15 días hábiles de descanso con remuneración y se deben establecer de acuerdo a los tiempos y protocolos dictados por la empresa.

5. Cesantías: corresponden a 30 días de salario por año que serán consignados al fondo escogido por el trabajador y deben de consignarse cada año y antes del 14 de febrero.

6. Intereses de cesantías: es el 12% del valor de las cesantías y deben ser pagadas el primer mes del año (enero).

La formalidad de la contratación se realizará en un contrato entre el empleador y el empleado por un contrato a término fijo o indefinido en donde especifique las funciones a realizar, remuneración, forma de pago, entre otras. Este documento quedará formalizado en el momento que sea firmado por el gerente correspondiente y el empleado. (Contrato de trabajo, 2017, párr. 1)

4.5.1 Inducción del personal. Una vez seleccionado el personal se iniciará el proceso de inducción el cual consiste en integrarlos con la organización, darles a conocer los elementos básicos de ella como la misión, visión, filosofía institucional, valores corporativos, código de ética, motivación y beneficios suministrados por la compañía, información primordial para incentivar el sentido de pertenencia y seguridad del colaborador para realizar su trabajo. (Openlatinoamerica, 2017, párr. 2)

La inducción será realizada por el Gerente Administrativo durante el primer día a dichos colaboradores en la compañía.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

Según Chiavenato el entrenamiento es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de los objetivos definidos., implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes de aspectos de la organización.

Por otro lado, se define la capacitación como un mecanismo que está orientado a satisfacer las necesidades que las organizaciones tienen de incorporar conocimientos, habilidades y actitudes en sus miembros, como parte de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. Compone uno de los campos más dinámicos de lo que en términos generales se ha llamado, educación no formal. (Bozque, 2015, p. 23)

De acuerdo al significado de estas dos palabras se puede inferir que la capacitación y entrenamiento tienen mucho en común y que traen varias ventajas como:

- Genera una estrategia comercial de la organización, garantizando la calidad en el servicio, y de esta forma ser competitivos en el mercado.

- Promueve la creatividad e innovación de los colaboradores.
- Facilita el rol de los colaboradores dentro de la organización mejorando su desempeño.
- Genera una integración de los miembros de la organización promoviendo el trabajo en equipo.
- Se estandarizan procesos generando mayor eficiencia en la realización de los mismos.
- Reduce los accidentes de trabajo y la rotación.

Por lo anterior, para este proyecto se ha definido que la inducción y el entrenamiento serán un factor fundamental en el momento de vincular a la plataforma a los técnicos ya que esto nos permitirá identificar quienes de ellos están interesados en este modelo de negocio en el que ellos van a ser parte fundamental de la satisfacción de los clientes.

4.6.1 Capacitación. Para la creación de un modelo de entrenamiento se debe inicialmente realizar los siguientes análisis propuestos por Chiavenato en la Gestión del Talento Humano así:

- Análisis organizacional: verificar los pilares organizacionales (misión, visión, objetivos) que deben incluirse en el entrenamiento
- Análisis de los recursos humanos: determinar de acuerdo a los análisis realizados en el proceso de selección que habilidades, comportamientos, actitudes y conocimientos se debe reforzar al personal.
- Análisis de la estructura de cargos: de acuerdo al perfil establecido para cada cargo guiar el entrenamiento, las habilidades, destrezas y competencias necesarias en cada perfil.

A partir de la información recolectada por el proceso anterior, para este proyecto empresarial se realizará el entrenamiento utilizando la siguiente herramienta:

- Técnicas de clase: utilizan la sala de clases y el instructor para desarrollar habilidades, conocimientos y experiencia relacionados con el cargo. Las habilidades varían y van desde habilidades técnicas (programación de computadoras) hasta habilidades interpersonales (liderazgo o trabajo en grupo). El formato más común de juegos administrativos son los pequeños grupos entrenados, para tomar decisiones administrativas y evaluarlas. La dramatización implica actuar con determinado personaje o participar en la solución de problemas orientados a personas, que se deben resolver en la organización.

Esta herramienta se ha escogido por su facilidad de interiorizar la información enseñada de forma práctica, y lo que se busca en el entrenamiento es que el colaborador lo relacione con alguna experiencia vivida o generar una nueva, estos conocimientos sean aplicados en sus actividades diarias, la herramienta será utilizada por los 3 directivos de la organización (Gerente Administrativo, Director Comercial y Director Operativo) para transmitir su conocimiento dependiendo del cargo.

El proceso de entrenamiento no es algo que se realiza únicamente en el momento que se vincula a algún colaborador en la organización, debido a que esta última debe estar a la vanguardia, sobresalir con su innovación, su calidad, y el nivel diferenciador ante su competencia. Por lo anterior, la organización debe estar en constante evaluación de sus procesos y actividades, programando capacitaciones en caso de ser necesario reforzar o innovar en alguno de sus procesos.

Para lograr un eficiente programa de capacitación a personas ya vinculadas en la organización se deben realizar los siguientes pasos:

- Diagnosticar: Validar cuales son las necesidades puntuales de la organización, carencias que tenga en alguna de las actividades o procesos que se realicen.

- Elaboración del programa de entrenamiento de acuerdo a la necesidad de la organización

- Aplicación del plan de entrenamiento

- Evaluación de los resultados del entrenamiento.

4.7 FUNDAMENTACIÓN CARGOS Y FUNCIONES ESTRATEGICAS

4.7.1 Descripción de áreas. Para la puesta en marcha de este proyecto se identificaron tres áreas vitales para un correcto funcionamiento, las cuales se encargarán de la operación, administración, finanzas y gestión comercial durante la etapa productiva inicial. Las áreas a saber son:

ADMINISTRACIÓN Y COMUNITY MANAGER: desde esta área se harán todas las funciones administrativas, de control y coordinación de los aspectos financieros y legales adicionalmente esta área apoyara la gestión de las redes sociales y la publicidad y contenidos de la plataforma con el fin de mantener un constante flujo de visitantes y clientes potenciales.

COORDINACION TECNICA: Esta es el área más sensible de la empresa ya que será la encargada de gestionar todo el proceso de capacitar, entrenar y atraer al personal técnico que estará vinculado a la base de datos de proveedores, del mismo modo es el área a cargo de hacer seguimiento a los servicios prestado y a la satisfacción de los clientes.

COORDINCIÓN COMERCIAL: Desde esta área se hará toda la gestión de atraer clientes ya sea desde la plataforma, es decir toda la publicidad necesaria, hasta visitar clientes potenciales para dar a conocer los servicios que se prestaran a través

de esta empresa será el área encargada de hacer una proyección de las ventas y lograr que se cumplan las metas.

4.7.2 Fundamentación del cargo. ADMINISTRADOR Y COMUNITY MANAGER: El fundamento principal para tener este cargo es lograr tener una persona a cargo de controlar, hacer seguimiento al cumplimiento de los aspectos legales y financieros de la compañía.

COORDINADOR COMERCIAL: Es indispensable que en esta empresa haya una persona encargada de gestionar las ventas, de proyectar presupuestos de ventas y hacer seguimiento al cumplimiento de los objetivos comerciales, del mismo modo es importante que la persona a cargo de este puesto haga gestión de la plataforma y la publicidad.

COORDINADOR TECNICO: Este cargo es el eje central de toda la operación de la empresa ya que los servicios técnicos serán la única manera de que los clientes perciban de la empresa lo que están buscando. Dado que los técnicos no estarán contratados por la empresa el coordinador técnico debe estar atento a hacer seguimiento a la satisfacción de los clientes, al cubrimiento de garantías y a la postventa.

4.7.3 Identificación y naturaleza del cargo. A continuación, se define la dependencia a la que pertenece cada cargo y la fundamentación organizacional.

ADMINISTRADOR Y COMUNITY MANAGER: este cargo está directamente ligado a la gerencia general ya que desde este cargo se hará un control a los otros cargos, se hará seguimiento al cumplimiento del área financiera, legal, comercial y operativa de la empresa.

COORDINADOR COMERCIAL: este cargo se fundamenta en la necesidad de toda empresa de tener un área a cargo de las ventas, el coordinador comercial cumplirá con la gestión de ventas de la compañía.

COORDINADOR TÉCNICO: este cargo está directamente ligado al área de producción de la empresa ya que lo que se vende son servicios de reparaciones logísticas, el coordinador técnico es el encargado del cumplimiento de las metas de producción y el cumplimiento de la satisfacción de los clientes.

4.7.4 Perfil del cargo. A continuación, se presenta la descripción del perfil de los cargos basados en tres requerimientos básicos, nivel académico, experiencia y competencias.

ADMINISTRADOR Y COMMUNITY MANAGER:

Nivel académico requerido: universitario (administrador, ingeniero industrial o afines)

Experiencia requerida: dos años en cargos administrativos y conocimiento de redes sociales y sistemas informáticos.

Competencias requeridas: trabajo en equipo, capacidad de negociación, liderazgo enfoque al cliente.

COORDINADOR COMERCIAL:

Nivel académico requerido: universitario (marketing, sistemas o afines a las ventas por internet)

Experiencia requerida: un año de experiencia en áreas comerciales y experiencia en manejo de sistemas y manejo de redes sociales.

Competencias requeridas: comunicación efectiva, enfoque al cliente, capacidad de negociación, cumplimiento de metas y capacidad de trabajo bajo presión.

COORDINADOR TECNICO:

Nivel académico requerido: universitario (administrador, ingeniero industrial o afines a los servicios ofrecidos)

Experiencia requerida: dos años en labores afines a servicios de reparaciones locativas.

Competencias requeridas: capacidad de negociación, liderazgo, trabajo en equipo, enfoque a la satisfacción del cliente.

4.7.5 Funciones estratégicas del cargo.

ADMINISTRADOR Y COMMUNITY MANAGER

- Coordinar las necesidades de todas las áreas de la empresa
- Controlar el cumplimiento de los objetivos
- Controlar que se cumplan los aspectos legales y financieros de la empresa
- Verificar el contenido de la plataforma y redes sociales

COORDINADOR DOMERCIAL

- Gestionar la publicidad de la empresa
- Atraer nuevos clientes
- Generar contenido para la plataforma digital

COORDINADOR TÉCNICO

- capacitar a los técnicos
- Hacer seguimiento a los servicios
- Hacer seguimiento a la satisfacción de los clientes
- Atraer a nuevos técnicos para la base de datos de acuerdo con las necesidades de los clientes.
- Crear nuevos servicios de acuerdo con las necesidades de los clientes.

5 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

A continuación, se hace un análisis del proyecto con el fin de determinar la viabilidad financiera del mismo. Así mismo, se busca establecer el presupuesto financiero necesario para poner en marcha la empresa teniendo en cuenta los requerimientos de maquinaria y equipos, gastos de constitución de la empresa y costos de la nómina de cada una de las áreas productivas.

Se detalla el valor total de la inversión y cuánto de la misma es necesario financiar para cubrir los gastos de arranque. De igual manera, se busca aclarar cómo se deprecian los activos y como su valor disminuye en el tiempo afectando su valorización.

Finalmente, se proyectan los costos y gastos de cada área, se evalúa todo el proyecto en cuanto al costo de oportunidad que dan una idea clara de qué tan beneficioso en términos económicos es el proyecto para los inversionistas, quienes invierten capital en el mismo y esperan una rentabilidad por encima de la que ofrece el mercado.

5.1 INVERSIÓN INICIAL

A continuación, se encuentra relacionado el detalle de los requerimientos puntuales de la inversión inicial, incluyendo activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, donde se puede identificar que para iniciar operaciones esta empresa requiere una inversión de $38.665.103 distribuidos así: $11.260.000 para activos fijos, $6.685.009 en activos diferidos y $20.720.094 para capital de trabajo.

Tabla 8. Inversión inicial

INVERSIÓN EN PESOS			
ITEM	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
ESCRITORIO EN MADERA	1	350.000	350.000
SILLA DE OFICINA	2	120.000	240.000
ESTANTERIA EN ACERO RECUBIERTA EN PLASTICO	2	1.500.000	3.000.000
ARCHIVADOR METALICO	1	750.000	750.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			**4.340.000**
MAQUINARIA Y EQUIPO			
COMPUTADOR DE MESA LENOVO	1	1.400.000	1.400.000
COMPUTADOR PORTATIL LENOVO	1	1.300.000	1.300.000
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON	1	640.000	640.000
TELEFONO INALAMBRICOPANASONIC	1	120.000	120.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			**3.460.000**
TOTAL ACTIVOS FIJOS			**11.260.000**
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCION			
REGISTRO MERCANTIL (CAMARA DE COMERCIO)	1	150.263	150.263
REGISTRO DE INDUSTRIA Y COMERCIO	1	95.600	95.600
CERTIFICADO USO DE SUELO	1	9.600	9.600
BOMBEROS	1	2.900	2.900
HIGIENE Y SANIDAD	1	198.446	198.446
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION			**456.809**
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Grapadora	2	40.000	80.000
Perforadora	2	70.000	140.000
CUADROS DECORATIVOS	2	90.000	180.000
SILLAS RIMAX CON REPOSABRAZO	6	35.000	210.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			**610.000**
ADECUACIONES			
PAMEL YESO (lamina de 2 x 110)	5	49.900	249.500
ESTUCO (kilo)	50	2.300	115.000

PERFILES METALICOS	18	6.500	117.000
PINTURA BLANCA	1	380.000	380.000
CABLEADO	35	4.500	157.500
TOMAS ELECTRICOS	4	7.200	28.800
PUNTOS DE RED	2	9.700	19.400
MANO DE OBRA	1	700.000	700.000
TOTAL ADECUACIONES			**1.767.200**
ACTIVOS INTANGIBLES			
Windows	1	390.000	390.000
Office	1	180.000	180.000
Antivirus McAfee	1	129.000	129.000
DOMINIO PAGINA WEB	1	50.000	50.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			**699.000**
PUBLICIDAD			
PAGINA WEB	1	2.574.000	2.574.000
IMPRESIÓN DE PENDONES	1	190.000	190.000
IMPRESIÓN DE TARJETAS	1	100.000	100.000
TOTAL PUBLICIDAD			2.864.000
SEGUROS			
PÓLIZA TODO RIESGO	1	288.000	288.000
TOTAL SEGUROS			**288.000**
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			**6.685.009**
CAPITAL DE TRABAJO			
NOMINA	3	5.992.022	17.976.065
GASTOS ADMINISTRATIVOS	3	914.676	2.744.029
GASTOS DE VENTAS	3	51.700	155.100
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**20.875.194**
TOTAL DE LA INVERSIÓN			**38.820.203**
% Inversión a Financiar			20,00%
INVERSIÓN A FINANCIAR			**7.764.041**
MESES A DIFERIR			12
VALOR DIFERIDO MENSUAL			**557.084**

Fuente: Elaboración propia

5.2 DEPRECIACIÓN

A continuación, se muestra el desgaste de cada uno de los equipos utilizados en la operación de la empresa:

Tabla 9. Depreciación

DEPRECIACIÓN EN PESOS							
ITEM	**AÑOS**	**DEPRECIACIÓN MENSUAL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
MUEBLES Y ENSERES	5	72.333	868.000	868.000	868.000	868.000	868.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3	96.111	1.153.333	1.153.333	1.153.333		
TOTAL		**168.444**	**2.021.333**	**2.021.333**	**2.021.333**	**868.000**	**868.000**

Fuente: Elaboración propia

5.3 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN

Tabla 10. Balance inicial

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	20.875.194
Cuentas por Cobrar	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.875.194**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000
0	3.460.000
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	6.685.009

TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**
TOTAL ACTIVOS	**38.820.203**
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas x Pagar o Acreedores	0
Cesantías x Pagar	0
Intereses a las Cesantías x Pagar	0
Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/ INC x pagar	0
ICA x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	0
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
Capital Social	38.820.203
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**38.820.203**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.820.203**
BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	20.875.194
Cuentas por Cobrar	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.875.194**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000
0	3.460.000
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	6.685.009
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**
TOTAL ACTIVOS	**38.820.203**
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas x Pagar o Acreedores	0

Cesantías x Pagar	0
Intereses a las Cesantías x Pagar	0
Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/ INC x pagar	0
ICA x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	7.764.041
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**7.764.041**
TOTAL PASIVOS	**7.764.041**
PATRIMONIO	
Capital Social	31.056.163
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**31.056.163**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.820.203**

Fuente: Elaboración propia

5.4 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	20.875.194
Cuentas por Cobrar	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.875.194**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000
0	3.460.000
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	6.685.009
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**

TOTAL ACTIVOS	**38.820.203**
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas x Pagar o Acreedores	0
Cesantías x Pagar	0
Intereses a las Cesantías x Pagar	0
Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/ INC x pagar	0
ICA x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	0
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**
PATRIMONIO	
Capital Social	38.820.203
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**38.820.203**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.820.203**
BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	20.875.194
Cuentas por Cobrar	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.875.194**
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000
0	3.460.000
(-) Depreciación Acumulada	0
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	6.685.009
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**
TOTAL ACTIVOS	**38.820.203**
PASIVOS	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas x Pagar o Acreedores	0
Cesantías x Pagar	0
Intereses a las Cesantías x Pagar	0

Impuesto de Renta por Pagar	0
IVA/ INC x pagar	0
ICA x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	7.764.041
Leasing Financiero	0
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**7.764.041**
TOTAL PASIVOS	**7.764.041**
PATRIMONIO	
Capital Social	31.056.163
Utilidad Acumulada	0
Reserva Legal Acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	**31.056.163**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.820.203**

5.5 AMORTIZACIÓN DE CRÉDITO

AMORTIZACIÓN CRÉDITO					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INTERÉS	1.448.985	1.230.016	963.529	639.216	244.526
AMORTIZACIÓN	1.009.077	1.228.047	1.494.533	1.818.847	2.213.537
	2.458.062	**2.458.062**	**2.458.062**	**2.458.062**	**2.458.062**

5.6 PARÁMETROS GENERALES

Tabla 11. Parámetros económicos

PARÁMETROS ECONÓMICOS					
ITEM	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
IPC (%)	3,40%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
TRM (%)	3.058	2.947	2.947	2.947	2.947
VARIACIÓN TRM %	3,25%	0,03%	0,03%	0,03%	0,03%
INCREMENTO % EN PRECIOS	3,40%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
INCREMENTO % EN COSTOS	3,40%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
INCREMENTO % EN UNIDADES	7,09%	7,09%	7,09%	7,09%	7,09%

Impuesto de Renta (%)	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%	34,00%
IVA (%)	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
ICA (XMIL)	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033	0,0033
Reserva Legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM AÑO 2017 $/US$)	2.961,73				
DESCUENTO	1,00%				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12. Parámetros laborales

PARÁMETROS LABORALES	
ITEM	
SMMLV ($)	807.804
AUXILIO DE TRANSPORTE ($)	90.857
CESANTÍAS (%)	8,33%
INTERESES A LAS CESANTÍAS (%)	1,00%
PRIMAS (%)	8,33%
VACACIONES	4,17%
SALUD (%)	0,00%
PENSIONES (%)	12,00%
ARL (%)	0,5226%
ARL (%) SERVICIOS	0,52%
CAJA DE COMPENSACIÒN FAMILIAR (%)	4,00%
SENA (%)	0,00%
ICBF(%)	0,00%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13. Parámetros cargos y salarios

CARGOS Y SALARIOS	
Administrador y Comunity Manager	1.670.539
Coordinador Comercial	1.252.904
Técnico	1.252.904

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14. Recaudos

RECAUDOS	
CONTADO	100,00%
CRÉDITO	0,00%

PLAZO (DÍAS)	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15. Pagos

PAGOS	
CONTADO	100,00%
CRÉDITO	0,00%
PLAZO (DÍAS)	0

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16. Registro mercantil

REGISTRO MERCANTIL	
LIMITE INFERIOR	10.937.388
LIMITE SUPERIOR	12.499.872
PROMEDIO	11.718.630
% A APLICAR	1,28%
VALOR A PAGAR	150.263

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Márgenes brutos

MARGENES BRUTOS			
ITEM	**COSTO SIN IVA**	**MARGEN**	**PRECIO DE VENTA SIN IVA**
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	42.503	39,16%	59.147
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	70.503	40,62%	99.139
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	84.503	40,98%	119.136

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Parámetros de gastos

PARAMETROS DE GASTOS EN PESOS			
ITEM	**CANTIDAD**	**VALOR UNITARIO**	**VALOR TOTAL**
ADMINISTRACIÓN			
Servicios Públicos (incluyendo telefonía)	1	150.000	155.100
Arrendamiento Local	1	500.000	517.000
Honorarios Contador	1	250.000	258.500

TOTAL			930.600
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA			
Azúcar	2	6.000	12.408
Café	1	20.000	20.680
Vasos desechables	1	3.000	3.102
Jabón de manos	1	10.000	10.340
Limpiones	1	5.000	5.170
Papel Higiénico			
Jabón en polvo	1	5.000	5.170
TOTAL IMPLEMENTOS DE ASEO		56.870	56.870
UTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA			
Resma Papel Tamaño Carta	1	12.000	12.408
Lapiceros	6	1.000	6.204
Marcadores	3	2.000	6.204
Cartucho Impresora	1	35.000	36.190
Ganchos Cosedora	1	600	620
TOTAL UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA			61.626
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			1.049.096
TOTAL GASTOS			**1.049.096**

Fuente: Elaboración propia

5.7 PROYECCIÓN DE GASTOS

Tabla 19. Proyección de gastos

	GASTOS EN PESOS											
ADMINISTRACIÓN	**ENE**	**FEB.**	**MAR.**	**ABR.**	**MAY.**	**JUN.**	**JUL.**	**AGO.**	**SEP.**	**OCT.**	**NOV.**	**DIC.**
Servicios Públicos (incluyendo telefonia)	413.600	413.600	413.600	413.600	413.600	413.600	413.600	413.600	413.600	413.600	413.600	413.6
Arrendamiento Local	124.080	124.080	124.080	124.080	124.080	124.080	124.080	124.080	124.080	124.080	124.080	124.0
Honorarios Contador	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.500	258.5
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERÍA	56.870		56.870		56.870		56.870		56.870		56.870	
UTILES DE OFICINA Y PAPELERÍA	61.626		61.626		61.626		61.626		61.626		61.626	
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.1**
GASTOS DE VENTAS												
ADMINISTRACIÓN PAGINA WEB	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	
GASTOS DEPRECIACION	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.4
GASTOS DIFERIDOS	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.0
GASTOS AL ESTADO DE RESULTADO	**1.640.205**	**1.521.709**	**1.640.205**	**1.521.709**	**1.640.205**	**1.521.709**	**1.640.205**	**1.521.709**	**1.640.205**	**1.521.709**	**1.640.205**	**1.521.7**
GASTOS AL FLUJO DE CAJA	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.180**	**914.676**	**796.1**

Fuente: Elaboración propia

5.8 PROYECCIÓN DE NÓMINAS

Tabla 20. Proyección de nóminas

NÓMINA ADMINISTRACIÓN EN PESOS																	
CARGOS	**ENE**	**FEB.**	**MAR.**	**ABR.**	**MAY.**	**JUN.**	**JUL.**	**AGO.**	**SEP.**	**OCT.**	**NOV.**	**DIC.**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Administrador y Comunity Manager	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	20.046.470	20.647.864	21.267.300	21.905.319	22.562.478
TOTAL	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**1.670.539**	**20.046.470**	**20.647.864**	**21.267.300**	**21.905.319**	**22.562.478**
DATOS AL ESTADO DE RESULTADO																	
Personas con auxilio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0					
SALARIOS	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	20.046.470	20.647.864	21.267.300	21.905.319	22.562.478
AUXILIO DE TRANSPORTE ($)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CESANTÍAS (%)	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	139.212	1.670.539	1.720.655	1.772.275	1.825.443	1.880.207
INTERESES A LAS CESANTÍAS (%)	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	16.705	200.465	206.479	212.673	219.053	225.625
PRIMAS (%)	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	139.156	1.669.871	1.719.967	1.771.566	1.824.713	1.879.454
VACACIONES	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	69.661	835.938	861.016	886.846	913.452	940.855
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES (%)	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	2.405.576	2.477.744	2.552.076	2.628.638	2.707.497
ARL (%)	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	104.763	107.906	111.143	114.477	117.912
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR (%)	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	801.859	825.915	850.692	876.213	902.499
SENA (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF(%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**2.311.290**	**27.735.480**	**28.567.545**	**29.424.571**	**30.307.308**	**31.216.527**
DATOS AL FLUJO DE CAJA																	
SALARIOS	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	1.670.539	20.046.470	20.647.864	21.267.300	21.905.319	22.562.478
AUXILIO DE TRANSPORTE ($)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CESANTÍAS (%)													0	1.670.539	1.720.655	1.772.275	1.825.443
INTERESES A LAS CESANTÍAS (%)													0	200.465	206.479	212.673	219.053
PRIMAS (%)						834.935						834.935	1.669.871	1.719.967	1.771.566	1.824.713	1.879.454
VACACIONES												835.938	835.938	861.016	886.846	913.452	940.855
SALUD (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENSIONES (%)	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	200.465	2.405.576	2.477.744	2.552.076	2.628.638	2.707.497
ARL (%)	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	8.730	104.763	107.906	111.143	114.477	117.912
CAJA DE COMPENSACIÓN FAMILIAR (%)	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	66.822	801.859	825.915	850.692	876.213	902.499
SENA (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ICBF(%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	**1.946.556**	**1.946.556**	**1.946.556**	**1.946.556**	**1.946.556**	**2.781.491**	**1.946.556**	**1.946.556**	**1.946.556**	**1.946.556**	**1.946.556**	**3.617.429**	**25.864.476**	**28.511.415**	**29.366.757**	**30.247.760**	**31.155.193**

Fuente: Elaboración propia

5.9 COSTOS

Tabla 21. Costos Unitario Servicio Básico

Costo Unitario Servicio Básico					
INSUMOS	**CANTIDAD**	**MEDIDA**	**VALOR TOT**	**CANTIDAD P**	**VALOR**
Porcentaje Proveedor	1	Horas Hombr	42.000	1	42.000
DOCUMENTO DE COTIZACIÓN	1000	10cm*20cm	64.800	1	65
Costo Unitario Sin MDO y CIF					**42.065**
MDO					405
CIF					34
Costo Unitario					**42.503,36**

Fuente: Elaboración propia

Costo Unitario Servicio Medio					
INSUMOS	**CANTIDAD**	**MEDIDA**	**VALOR TOT**	**CANTIDAD P**	**VALOR**
Porcentaje Proveedor	1	Horas Hombr	70.000	1	70.000
DOCUMENTO DE COTIZACIÓN	1000	10cm*20cm	64.800	1	65
Costo Unitario Sin MDO y CIF					**70.065**
MDO					405
CIF					34
Costo Unitario					**70.503**

Costo Unitario Servicio Alto					
INSUMOS	**CANTIDAD**	**MEDIDA**	**VALOR TOT**	**CANTIDAD P**	**VALOR**
Porcentaje Proveedor	1	Horas Hombr	84.000	1	84.000
DOCUMENTO DE COTIZACIÓN	1000	10cm*20cm	64.800	1	65
Costo Unitario Sin MDO y CIF					**84.065**
MDO					405
CIF					34
Costo Unitario					**84.503**

5.10 DEMANDA

Tabla 22. Demanda

DEMANDA		
Mercado Objetivo(Vivienda)	50.540	
% Interesados	72%	
Mercado Objetivo	36.389	
Frecuencia de Necesidad Servicio	1	
Potencial de Compra	36.389	
Participación %	6,50%	
Mercado atender x año	2.400	
Meses Año	12	
Mercado atender x mes	200	
Tipo de Servicio	**Porcentaje**	**No Servicios**
Mercado a atender Servicio Básico	50%	100
Mercado a atender Servicio Medio	30%	60
Mercado a atender Servicio Alto	20%	40

Fuente: Elaboración propia

5.11 PROYECCIÓN DE VENTAS Y COSTOS

Tabla 23. Proyección de ventas y costos

VENTAS Y COSTOS EN PESOS																	
UNIDADES A VENDER																	
ENE	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200	1.285	1.376	1.474	1.579
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720	771	826	884	947
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	480	514	551	590	631
TOTAL	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**200**	**2.400**	**2.570**	**2.753**	**2.948**	**3.157**
PRECIO DE VENTA																	
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850	60.850
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	100.859	103.885	107.002	110.212	113.518
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	120.862	124.487	128.222	132.069	136.031
COSTO UNITARIO																	
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	43.727	45.039	46.390	47.782	49.215
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	71.727	73.879	76.095	78.378	80.730
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	85.727	88.299	90.948	93.676	96.487
VENTAS TOTALES																	
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	6.085.048	73.020.576	78.200.955	83.748.851	89.690.338	96.053.338
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	6.051.563	72.618.752	80.103.742	88.360.229	97.467.732	107.513.967
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	4.834.465	58.013.583	63.993.183	70.589.116	77.864.907	85.890.631
TOTAL	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**203.652.910**	**222.297.880**	**242.698.196**	**265.022.976**	**289.457.936**
COSTOS TOTALES																	
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	4.372.715	52.472.586	57.881.062	63.847.003	70.427.869	77.687.040
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	4.303.629	51.643.551	56.966.577	62.838.260	69.315.152	76.459.633
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	3.429.086	41.149.034	45.390.365	50.068.860	55.229.578	60.922.225
TOTAL	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**12.105.431**	**145.265.172**	**160.238.005**	**176.754.124**	**194.972.599**	**215.068.897**
COSTO UNITARIO SIN MOD Y SIN CIF																	
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	42.065	43.327	44.627	45.965	47.344
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	70.065	72.167	74.332	76.562	78.859
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	84.065	86.587	89.184	91.860	94.616
COSTOS TOTALES SIN MDO Y SIN CIF																	
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) básico	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	4.206.480	50.477.760	55.680.625	61.419.762	67.750.445	74.733.648
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) medio	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	4.203.888	50.446.656	55.646.315	61.381.915	67.708.698	74.687.598
Servicio de (Plomería, acabados o electricidad) alto	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	3.362.592	40.351.104	44.510.190	49.097.963	54.158.609	59.740.868
TOTAL	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**141.275.520**	**155.837.130**	**171.899.640**	**189.617.753**	**209.162.113**
PRECIO PROMEDIO	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	84.855	86.488	88.170	89.903	91.687
COSTO PROMEDIO	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	60.527	62.343	64.213	66.140	68.124

Fuente: Elaboración propia

5.12 IVA

Tabla 24. IVA

IVA EN PESOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
IVA COBRADO	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	38.694.053	42.236.597	46.112.657	50.354.365	54.997.008
IVA PAGADO	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	26.842.349	29.609.055	32.660.932	36.027.373	39.740.802
IVA CAUSADO	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**987.642**	**11.851.704**	**12.627.543**	**13.451.726**	**14.326.993**	**15.256.206**
IVA AL FLUJO DE CAJA					3.950.568				3.950.568				7.901.136	8.418.362	8.967.817	9.551.328	10.170.804
IVA AÑO SIGUIENTE													0	3.950.568	4.209.181	4.483.909	4.775.664
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	**0**	**0**	**0**	**0**	**3.950.568**	**0**	**0**	**0**	**3.950.568**	**0**	**0**	**0**	**7.901.136**	**12.368.930**	**13.176.998**	**14.035.237**	**14.946.468**
MESES AÑO	**12**																
IVA PAGADO AÑO MESES	**8**																
IVA X PAGAR X AÑO MESES	**4**																
RECAUDOS EN PESOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
CONTADO	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	203.652.910	222.297.880	242.698.196	265.022.976	289.457.936
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTA	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**16.971.076**	**203.652.910**	**222.297.880**	**242.698.196**	**265.022.976**	**289.457.936**
MESES AÑO	12																
MESES RECAUDADOS	11																
PAGOS EN PESOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
CONTADO	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	11.772.960	141.275.520	155.837.130	171.899.640	189.617.753	209.162.113
CREDITO		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTA	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**11.772.960**	**141.275.520**	**155.837.130**	**171.899.640**	**189.617.753**	**209.162.113**

Fuente: Elaboración propia

5.13 ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACIÓN

Tabla 25. Estado de resultado sin financiación

ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Ventas	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	203.652.910	222.297.880	242.698.196	265.022.976	289.457.936
Descuentos	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	2.036.529	2.222.979	2.426.982	2.650.230	2.894.579
Devoluciones																	
VENTAS NETAS	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**201.616.381**	**220.074.902**	**240.271.214**	**262.372.746**	**286.563.357**
CMV	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	145.265.172	160.238.005	176.754.124	194.972.599	215.068.897
UTILIDAD BRUTA	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**56.351.210**	**59.836.897**	**63.517.090**	**67.400.147**	**71.494.459**
EGRESOS																	
Nomina	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	27.735.480	28.567.545	29.424.571	30.307.308	31.216.527
Gastos de Administracion	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	10.265.138	10.573.093	10.890.285	11.216.994	11.553.504
Gastos de Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos depreciación	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	2.021.333	2.021.333	2.021.333	868.000	868.000
Gastos Diferidos	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	6.685.009	296.640	305.539	314.705	324.147
ICA	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	665.334	726.247	792.895	865.830	945.659
TOTAL EGRESOS	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**47.372.296**	**42.184.858**	**43.434.624**	**43.572.837**	**44.907.837**
UTILIDAD OPERACIONAL	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**8.978.914**	**17.652.039**	**20.082.466**	**23.827.310**	**26.586.623**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financiero prestamo													0				
Gastos Financiero Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**8.978.914**	**17.652.039**	**20.082.466**	**23.827.310**	**26.586.623**
IMPUESTO DE RENTA	234.258	274.547	234.258	274.547	234.258	274.547	234.258	274.547	234.258	274.547	234.258	274.547	3.052.831	6.001.693	6.828.038	8.101.285	9.039.452
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**454.736**	**532.944**	**454.736**	**532.944**	**454.736**	**532.944**	**454.736**	**532.944**	**454.736**	**532.944**	**454.736**	**532.944**	**5.926.083**	**11.650.346**	**13.254.428**	**15.726.024**	**17.547.171**
RESERVA LEGAL	45.474	53.294	45.474	53.294	45.474	53.294	45.474	53.294	45.474	53.294	45.474	53.294	592.608	1.165.035	1.325.443	1.572.602	1.754.717
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**409.263**	**479.650**	**409.263**	**479.650**	**409.263**	**479.650**	**409.263**	**479.650**	**409.263**	**479.650**	**409.263**	**479.650**	**5.333.475**	**10.485.311**	**11.928.985**	**14.153.422**	**15.792.454**
UTILIDAD ACUMULADA													5.333.475	15.818.786	27.747.771	41.901.193	57.693.647
RESERVA LEGAL ACUMULADA													592.608	1.757.643	3.083.086	4.655.688	6.410.405

Fuente: Elaboración propia

5.14 ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN

ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Ventas	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	203.652.910	222.297.880	242.698.196	265.022.976	289.457.936
Descuentos	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	2.036.529	2.222.979	2.426.982	2.650.230	2.894.579
Devoluciones																	
VENTAS NETAS	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**16.801.365**	**201.616.381**	**220.074.902**	**240.271.214**	**262.372.746**	**286.563.357**
CMV	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	145.265.172	160.238.005	176.754.124	194.972.599	215.068.897
UTILIDAD BRUTA	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**4.695.934**	**56.351.210**	**59.836.897**	**63.517.090**	**67.400.147**	**71.494.459**
EGRESOS																	
Nomina	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	2.311.290	27.735.480	28.567.545	29.424.571	30.307.308	31.216.527
Gastos de Administracion	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	10.265.138	10.573.093	10.890.285	11.216.994	11.553.504
Gastos de Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos depreciación	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	168.444	2.021.333	2.021.333	2.021.333	868.000	868.000
Gastos Diferidos	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	557.084	6.685.009	296.640	305.539	314.705	324.147
ICA	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	55.445	665.334	726.247	792.895	865.830	945.659
TOTAL EGRESOS	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**4.006.939**	**3.888.443**	**47.372.296**	**42.184.858**	**43.434.624**	**43.572.837**	**44.907.837**
UTILIDAD OPERACIONAL	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**688.995**	**807.491**	**8.978.914**	**17.652.039**	**20.082.466**	**23.827.310**	**26.586.623**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financiero prestamo	127.598	126.337	125.055	123.752	122.428	121.081	119.713	118.322	116.908	115.470	114.009	112.524	1.443.196	1.225.101	959.680	636.662	243.549
Gastos Financiero Leasing													0				
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**127.598**	**126.337**	**125.055**	**123.752**	**122.428**	**121.081**	**119.713**	**118.322**	**116.908**	**115.470**	**114.009**	**112.524**	**1.443.196**	**1.225.101**	**959.680**	**636.662**	**243.549**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**561.397**	**681.154**	**563.940**	**683.739**	**566.567**	**686.410**	**569.282**	**689.169**	**572.087**	**692.021**	**574.986**	**694.967**	**7.535.718**	**16.426.938**	**19.122.786**	**23.190.648**	**26.343.074**
IMPUESTO DE RENTA	190.875	231.592	191.739	232.471	192.633	233.379	193.556	234.318	194.510	235.287	195.495	236.289	2.562.144	5.585.159	6.501.747	7.884.820	8.956.645
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**370.522**	**449.562**	**372.200**	**451.268**	**373.934**	**453.030**	**375.726**	**454.852**	**377.577**	**456.734**	**379.490**	**458.678**	**4.973.574**	**10.841.779**	**12.621.039**	**15.305.828**	**17.386.429**
RESERVA LEGAL	37.052	44.956	37.220	45.127	37.393	45.303	37.573	45.485	37.758	45.673	37.949	45.868	497.357	1.084.178	1.262.104	1.530.583	1.738.643
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**333.470**	**404.606**	**334.980**	**406.141**	**336.541**	**407.727**	**338.153**	**409.367**	**339.820**	**411.060**	**341.541**	**412.810**	**4.476.217**	**9.757.601**	**11.358.935**	**13.775.245**	**15.647.786**
UTILIDAD ACUMULADA													4.476.217	14.233.818	25.592.753	39.367.998	55.015.784
RESERVA LEGAL ACUMULADA													497.357	1.581.535	2.843.639	4.374.222	6.112.865

5.15 FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN

Tabla 26. Flujo de caja sin financiación

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Recaudos	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	203.652.910	222.297.880	242.698.196	265.022.976	289.457.936
IVA COBRADO	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	38.694.053	42.236.597	46.112.657	50.354.365	54.997.008
TOTAL INGRESOS	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**242.346.963**	**264.534.478**	**288.810.853**	**315.377.342**	**344.454.944**
EGRESOS																	
Nómina	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	2.781.491	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	3.617.429	25.864.476	28.511.415	29.366.757	30.247.760	31.155.193
Gastos de Administración	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	10.265.138	10.573.093	10.890.285	11.216.994	11.553.504
Gastos de Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA PAGADO	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	26.842.349	29.609.055	32.660.932	36.027.373	39.740.802
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	3.950.568	0	0	0	3.950.568	0	0	0	7.901.136	12.368.930	13.176.998	14.035.237	14.946.468
Seguros													0	296.640	305.539	314.705	324.147
Impuesto de Renta													0	3.052.831	6.001.693	6.828.038	8.101.285
ICA													0	665.334	726.247	792.895	865.830
Pagos	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	145.265.172	160.238.005	176.754.124	194.972.599	215.068.897
Descuentos	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	2.036.529	2.222.979	2.426.982	2.650.230	2.894.579
TOTAL EGRESOS	**17.373.236**	**17.254.740**	**17.373.236**	**17.254.740**	**21.323.804**	**18.089.675**	**17.373.236**	**17.254.740**	**21.323.804**	**17.254.740**	**17.373.236**	**18.925.613**	**218.174.800**	**247.538.280**	**272.309.557**	**297.085.831**	**324.650.705**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**2.822.344**	**2.940.841**	**2.822.344**	**2.940.841**	**(1.128.224)**	**2.105.905**	**2.822.344**	**2.940.841**	**(1.128.224)**	**2.940.841**	**2.822.344**	**1.269.967**	**24.172.163**	**16.996.198**	**16.501.296**	**18.291.510**	**19.804.239**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gatos Financieros Préstamo													0				
Amortización Prestamo													0				
Gastos Financieros Leasing													0				
Amortización Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
FLUJO DE CAJA NETO	**2.822.344**	**2.940.841**	**2.822.344**	**2.940.841**	**(1.128.224)**	**2.105.905**	**2.822.344**	**2.940.841**	**(1.128.224)**	**2.940.841**	**2.822.344**	**1.269.967**	**24.172.163**	**16.996.198**	**16.501.296**	**18.291.510**	**19.804.239**
Caja Bancos	20.720.094	23.542.438	26.483.278	29.305.623	32.246.463	31.118.239	33.224.144	36.046.488	38.987.329	37.859.105	40.799.945	43.622.289	20.720.094	44.892.257	61.888.455	78.389.750	96.681.261
SALDO FINAL DE CAJA	**23.542.438**	**26.483.278**	**29.305.623**	**32.246.463**	**31.118.239**	**33.224.144**	**36.046.488**	**38.987.329**	**37.859.105**	**40.799.945**	**43.622.289**	**44.892.257**	**44.892.257**	**61.888.455**	**78.389.750**	**96.681.261**	**116.485.500**

Fuente: Elaboración propia

5.16 FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
INGRESOS	**ENE**	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Recaudos	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	16.971.076	203.652.910	222.297.880	242.698.196	265.022.976	289.457.936
IVA COBRADO	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	3.224.504	38.694.053	42.236.597	46.112.657	50.354.365	54.997.008
TOTAL INGRESOS	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**20.195.580**	**242.346.963**	**264.534.478**	**288.810.853**	**315.377.342**	**344.454.944**
EGRESOS																	
Nómina	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	2.781.491	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	1.946.556	3.617.429	25.864.476	28.511.415	29.366.757	30.247.760	31.155.193
Gastos de Administración	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	914.676	796.180	10.265.138	10.573.093	10.890.285	11.216.994	11.553.504
Gastos de Ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IVA PAGADO	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	2.236.862	26.842.349	29.609.055	32.660.932	36.027.373	39.740.802
IVA TOTAL AL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	3.950.568	0	0	0	3.950.568	0	0	0	7.901.136	12.368.930	13.176.998	14.035.237	14.946.468
Seguros													0	296.640	305.539	314.705	324.147
Impuesto de Renta													0	2.562.144	5.585.159	6.501.747	7.884.820
ICA													0	665.334	726.247	792.895	865.830
Pagos	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	12.105.431	145.265.172	160.238.005	176.754.124	194.972.599	215.068.897
Descuentos	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	169.711	2.036.529	2.222.979	2.426.982	2.650.230	2.894.579
TOTAL EGRESOS	**17.373.236**	**17.254.740**	**17.373.236**	**17.254.740**	**21.323.804**	**18.089.675**	**17.373.236**	**17.254.740**	**21.323.804**	**17.254.740**	**17.373.236**	**18.925.613**	**218.174.800**	**247.047.593**	**271.893.023**	**296.759.540**	**324.434.240**
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	**2.822.344**	**2.940.841**	**2.822.344**	**2.940.841**	**(1.128.224)**	**2.105.905**	**2.822.344**	**2.940.841**	**-1.128.224**	**2.940.841**	**2.822.344**	**1.269.967**	**24.172.163**	**17.486.884**	**16.917.830**	**18.617.802**	**20.020.704**
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gatos Financieros Préstamo	127.598	126.337	125.055	123.752	122.428	121.081	119.713	118.322	116.908	115.470	114.009	112.524	1.443.196	1.225.101	959.680	636.662	243.549
Amortización Prestamo	76.422	77.683	78.965	80.268	81.593	82.939	84.307	85.698	87.113	88.550	90.011	91.496	1.005.046	1.223.140	1.488.562	1.811.580	2.204.693
Gastos Financieros Leasing													0				
Amortización Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	**204.020**	**204.020**	**204.020**	**204.020**	**204.020**	**204.020**	**204.020**	**204020,1389**	**204020,1389**	**204020,1389**	**204020,1389**	**204020,1389**	**2448241,666**	**2448241,666**	**2448241,666**	**2448241,666**	**2448241,666**
FLUJO DE CAJA NETO	**2.618.324**	**2.736.820**	**2.618.324**	**2.736.820**	**(1.332.244)**	**1.901.885**	**2.618.324**	**2.736.820**	**-1.332.244**	**2.736.820**	**2.618.324**	**1.065.947**	**21.723.921**	**15.038.643**	**14.469.588**	**16.169.560**	**17.572.463**
Caja Bancos	20.720.094	23.338.418	26.075.238	28.693.562	31.430.383	30.098.138	32.000.023	34.618.347	37.355.168	36.022.924	38.759.744	41.378.068	20.720.094	42.444.015	57.482.658	71.952.246	88.121.806
SALDO FINAL DE CAJA	**23.338.418**	**26.075.238**	**28.693.562**	**31.430.383**	**30.098.138**	**32.000.023**	**34.618.347**	**37.355.168**	**36.022.924**	**38.759.744**	**41.378.068**	**42.444.015**	**42.444.015**	**57.482.658**	**71.952.246**	**88.121.806**	**105.694.269**

5.17 BALANCE GENERAL SIN FINANCIACIÓN

Tabla 27. Balance general sin financiación

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	20.720.094	44.892.257	61.888.455	78.389.750	96.681.261	116.485.500
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.720.094**	**44.892.257**	**61.888.455**	**78.389.750**	**96.681.261**	**116.485.500**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000	4.340.000	4.340.000	4.340.000	4.340.000	4.340.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000
0	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000
(-) Depreciación Acumulada	0	2.021.333	4.042.667	6.064.000	6.932.000	7.800.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**	**9.238.667**	**7.217.333**	**5.196.000**	**4.328.000**	**3.460.000**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	6.685.009	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**	**9.238.667**	**7.217.333**	**5.196.000**	**4.328.000**	**3.460.000**
TOTAL ACTIVOS	**38.665.103**	**54.130.923**	**69.105.788**	**83.585.750**	**101.009.261**	**119.945.500**
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas x Pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantias x Pagar	0	1.670.539	1.720.655	1.772.275	1.825.443	1.880.207
Intereses a las Cesantias x Pagar	0	200.465	206.479	212.673	219.053	225.625
Impuesto de Renta por Pagar	0	3.052.831	6.001.693	6.828.038	8.101.285	9.039.452
IVA/ INC x pagar	0	3.950.568	4.209.181	4.483.909	4.775.664	5.085.402
ICA x pagar	0	665.334	726.247	792.895	865.830	945.659
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**9.539.737**	**12.864.255**	**14.089.790**	**15.787.276**	**17.176.344**
PASIVO NO CORRIENTE						
Obligaciones Financieras	0					
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL PASIVOS	**0**	**9.539.737**	**12.864.255**	**14.089.790**	**15.787.276**	**17.176.344**
PATRIMONIO						
Capital Social	38.665.103	38.665.103	38.665.103	38.665.103	38.665.103	38.665.103
Utilidad Acumulada	0	5.333.475	15.818.786	27.747.771	41.901.193	57.693.647
Reserva Legal Acumulada	0	592.608	1.757.643	3.083.086	4.655.688	6.410.405
TOTAL PATRIMONIO	**38.665.103**	**44.591.187**	**56.241.533**	**69.495.960**	**85.221.985**	**102.769.156**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.665.103**	**54.130.923**	**69.105.788**	**83.585.750**	**101.009.261**	**119.945.500**

Fuente: Elaboración propia

5.18 BALANCE GENERAL CON FINANCIACIÓN

BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	BALANCE INICIAL	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	20.720.094	42.444.015	57.482.658	71.952.246	88.121.806	105.694.269
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.720.094**	**42.444.015**	**57.482.658**	**71.952.246**	**88.121.806**	**105.694.269**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000	4.340.000	4.340.000	4.340.000	4.340.000	4.340.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000
0	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000	3.460.000
(-) Depreciación Acumulada	0	2.021.333	4.042.667	6.064.000	6.932.000	7.800.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**	**9.238.667**	**7.217.333**	**5.196.000**	**4.328.000**	**3.460.000**
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	6.685.009	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**	**9.238.667**	**7.217.333**	**5.196.000**	**4.328.000**	**3.460.000**
TOTAL ACTIVOS	**38.665.103**	**51.682.682**	**64.699.991**	**77.148.246**	**92.449.806**	**109.154.269**
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Cuentas x Pagar o Acreedores	0	0	0	0	0	0
Cesantias x Pagar	0	1.670.539	1.720.655	1.772.275	1.825.443	1.880.207
Intereses a las Cesantias x Pagar	0	200.465	206.479	212.673	219.053	225.625
Impuesto de Renta por Pagar	0	2.562.144	5.585.159	6.501.747	7.884.820	8.956.645
IVA/ INC x pagar	0	3.950.568	4.209.181	4.483.909	4.775.664	5.085.402
ICA x pagar	0	665.334	726.247	792.895	865.830	945.659
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**9.049.050**	**12.447.721**	**13.763.499**	**15.570.811**	**17.093.538**
PASIVO NO CORRIENTE						
Obligaciones Financieras	7.733.021	6.727.975	5.504.835	4.016.273	2.204.693	0
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**7.733.021**	**6.727.975**	**5.504.835**	**4.016.273**	**2.204.693**	**0**
TOTAL PASIVOS	**7.733.021**	**15.777.025**	**17.952.556**	**17.779.771**	**17.775.504**	**17.093.538**
PATRIMONIO						
Capital Social	30.932.083	30.932.083	30.932.083	30.932.083	30.932.083	30.932.083
Utilidad Acumulada	0	4.476.217	14.233.818	25.592.753	39.367.998	55.015.784
Reserva Legal Acumulada	0	497.357	1.581.535	2.843.639	4.374.222	6.112.865
TOTAL PATRIMONIO	**30.932.083**	**35.905.657**	**46.747.436**	**59.368.475**	**74.674.302**	**92.060.731**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.665.103**	**51.682.682**	**64.699.991**	**77.148.246**	**92.449.806**	**109.154.269**

5.19 PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 28. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO EN SERVICIOS																	
	ENE	**FEB**	**MAR**	**ABR**	**MAY**	**JUN**	**JUL**	**AGO**	**SEP**	**OCT**	**NOV**	**DIC**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
ER SIN FINANCIACIÓN	49	52	49	52	49	52	49	52	49	52	49	52	601	579	650	712	795
ER CON FINANCIACIÓN	45	48	45	48	45	48	45	49	45	49	45	49	562	545	624	694	788

Fuente: Elaboración propia

El punto de equilibrio nos muestra el valor de las ventas que son necesarias realizar para cubrir los gastos de la operación.

5.20 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN

ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS										
INGRESOS	**AÑO 1**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 2**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 3**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 4**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 5**	**ANÁLISIS VERTICAL**
Ventas	203.652.910		222.297.880		242.698.196		265.022.976		289.457.936	
Descuentos	2.036.529		2.222.979		2.426.982		2.650.230		2.894.579	
Devoluciones										
VENTAS NETAS	**201.616.381**	**100,00%**	**220.074.902**	**100,00%**	**240.271.214**	**100,00%**	**262.372.746**	**100,00%**	**286.563.357**	**100,00%**
CMV	145.265.172	72,05%	160.238.005	72,81%	176.754.124	73,56%	194.972.599	81,15%	215.068.897	75,05%
UTILIDAD BRUTA	**56.351.210**	**27,95%**	**59.836.897**	**27,19%**	**63.517.090**	**26,44%**	**67.400.147**	**28,05%**	**71.494.459**	**24,95%**
EGRESOS										
Nomina	27.735.480	13,76%	28.567.545	12,98%	29.424.571	12,25%	30.307.308	12,61%	31.216.527	10,89%
Gastos de Administracion	10.265.138	5,09%	10.573.093	4,80%	10.890.285	4,53%	11.216.994	4,67%	11.553.504	4,03%
Gastos de Ventas	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos depreciación	2.021.333	1,00%	2.021.333	0,92%	2.021.333	0,84%	868.000	0,36%	868.000	0,30%
Gastos Diferidos	6.685.009	3,32%	296.640	0,13%	305.539	0,13%	314.705	0,13%	324.147	0,11%
ICA	665.334	0,33%	726.247	0,33%	792.895	0,33%	865.830	0,36%	945.659	0,33%
TOTAL EGRESOS	**47.372.296**	**23,50%**	**42.184.858**	**19,17%**	**43.434.624**	**18,08%**	**43.572.837**	**18,13%**	**44.907.837**	**15,67%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**8.978.914**	**4,45%**	**17.652.039**	**8,02%**	**20.082.466**	**8,36%**	**23.827.310**	**9,92%**	**26.586.623**	**9,28%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financiero prestamo	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
Gastos Financiero Leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**	**0**	**0,00%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**8.978.914**	**4,45%**	**17.652.039**	**8,02%**	**20.082.466**	**8,36%**	**23.827.310**	**9,92%**	**26.586.623**	**9,28%**
IMPUESTO DE RENTA	3.052.831	1,51%	6.001.693	2,73%	6.828.038	2,84%	8.101.285	3,37%	9.039.452	3,15%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**5.926.083**	**2,94%**	**11.650.346**	**5,29%**	**13.254.428**	**5,52%**	**15.726.024**	**6,55%**	**17.547.171**	**6,12%**
RESERVA LEGAL	592.608	0,29%	1.165.035	0,53%	1.325.443	0,55%	1.572.602	0,65%	1.754.717	0,61%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**5.333.475**	**2,65%**	**10.485.311**	**4,76%**	**11.928.985**	**4,96%**	**14.153.422**	**5,89%**	**15.792.454**	**5,51%**

5.21 ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN

ANÁLISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS										
INGRESOS	**AÑO 1**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 2**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 3**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 4**	**ANÁLISIS VERTICAL**	**AÑO 5**	**ANÁLISIS VERTICAL**
Ventas	203.652.910		222.297.880		242.698.196		265.022.976		289.457.936	
Descuentos	2.036.529		2.222.979		2.426.982		2.650.230		2.894.579	
Devoluciones										
VENTAS NETAS	**201.616.381**	**100,00%**	**220.074.902**	**100,00%**	**240.271.214**	**100,00%**	**262.372.746**	**100,00%**	**286.563.357**	**100,00%**
CMV	145.265.172	72,05%	160.238.005	72,81%	176.754.124	73,56%	194.972.599	74,31%	215.068.897	75,05%
UTILIDAD BRUTA	**56.351.210**	**27,95%**	**59.836.897**	**27,19%**	**63.517.090**	**26,44%**	**67.400.147**	**25,69%**	**71.494.459**	**24,95%**
EGRESOS										
Nomina	27.735.480	13,76%	28.567.545	12,98%	29.424.571	12,25%	30.307.308	11,55%	31.216.527	10,89%
Gastos de Administracion	10.265.138	5,09%	10.573.093	4,80%	10.890.285	4,53%	11.216.994	4,28%	11.553.504	4,03%
Gastos de Ventas	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Gastos depreciación	2.021.333	1,00%	2.021.333	0,92%	2.021.333	0,84%	868.000	0,33%	868.000	0,30%
Gastos Diferidos	6.685.009	3,32%	296.640	0,13%	305.539	0,13%	314.705	0,12%	324.147	0,11%
ICA	665.334	0,33%	726.247	0,33%	792.895	0,33%	865.830	0,33%	945.659	0,33%
TOTAL EGRESOS	**47.372.296**	**23,50%**	**42.184.858**	**19,17%**	**43.434.624**	**18,08%**	**43.572.837**	**16,61%**	**44.907.837**	**15,67%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**8.978.914**	**4,45%**	**17.652.039**	**8,02%**	**20.082.466**	**8,36%**	**23.827.310**	**9,08%**	**26.586.623**	**9,28%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS										
Gastos financiero prestamo	1.443.196	0,72%	1.225.101	0,56%	959.680	0,40%	636.662	0,24%	243.549	0,08%
Gastos Financiero Leasing	0	0,00%		0,00%		0,00%		0,00%		0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**1.443.196**	**0,72%**	**1.225.101**	**0,56%**	**959.680**	**0,40%**	**636.662**	**0,24%**	**243.549**	**0,08%**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**7.535.718**	**3,74%**	**16.426.938**	**7,46%**	**19.122.786**	**7,96%**	**23.190.648**	**8,84%**	**26.343.074**	**9,19%**
IMPUESTO DE RENTA	2.562.144	1,27%	5.585.159	2,54%	6.501.747	2,71%	7.884.820	3,01%	8.956.645	3,13%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**4.973.574**	**2,47%**	**10.841.779**	**4,93%**	**12.621.039**	**5,25%**	**15.305.828**	**5,83%**	**17.386.429**	**6,07%**
RESERVA LEGAL	497.357	0,25%	1.084.178	0,49%	1.262.104	0,53%	1.530.583	0,58%	1.738.643	0,61%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**4.476.217**	**2,22%**	**9.757.601**	**4,43%**	**11.358.935**	**4,73%**	**13.775.245**	**5,25%**	**15.647.786**	**5,46%**

5.22 ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN

ANALISIS HORIZONTAL BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja Bancos	20.720.094	44.892.257	24.172.163	116,66%	61.888.455	16.996.198	37,86%	78.389.750	16.501.296	26,66%	96.681.261	18.291.510	23,33%	116.485.500	19.804.239	20,48%
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.720.094**	**44.892.257**	**24.172.163**	**116,66%**	**61.888.455**	**16.996.198**	**37,86%**	**78.389.750**	**16.501.296**	**26,66%**	**96.681.261**	**18.291.510**	**23,33%**	**116.485.500**	**19.804.239**	**20,48%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000	4.340.000	0	0,00%	4.340.000	0	0,00%	4.340.000	0	0,00%	4.340.000	0	0,00%	4.340.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%
0	3.460.000	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	0	0,00%
(-) Depreciación Acumulada	0	2.021.333	2.021.333	0,00%	4.042.667	2.021.333	100,00%	6.064.000	2.021.333	50,00%	6.932.000	868.000	14,31%	7.800.000	868.000	12,52%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**	**9.238.667**	**(2.021.333)**	**(17,95%)**	**7.217.333**	**(2.021.333)**	**(21,88%)**	**5.196.000**	**(2.021.333)**	**(28,01%)**	**4.328.000**	**(868.000)**	**(16,71%)**	**3.460.000**	**(868.000)**	**(20,06%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	6.685.009	0	(6.685.009)	(100,00%)	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**	**0**	**(6.685.009)**	**(100,00%)**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**	**9.238.667**	**(8.706.343)**	**(48,52%)**	**7.217.333**	**(2.021.333)**	**(21,88%)**	**5.196.000**	**(2.021.333)**	**(28,01%)**	**4.328.000**	**(868.000)**	**(16,71%)**	**3.460.000**	**(868.000)**	**(20,06%)**
TOTAL ACTIVOS	**38.665.103**	**54.130.923**	**15.465.820**	**40,00%**	**69.105.788**	**14.974.864**	**27,66%**	**83.585.750**	**14.479.962**	**20,95%**	**101.009.261**	**17.423.510**	**20,85%**	**119.945.500**	**18.936.239**	**18,75%**
PASIVOS																
PASIVO CORRIENTE																
Cuentas x Pagar o Acreedores	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantias x Pagar	0	1.670.539	1.670.539	0,00%	1.720.655	50.116	3,00%	1.772.275	51.620	3,00%	1.825.443	53.168	3,00%	1.880.207	54.763	3,00%
Intereses a las Cesantias x Pagar	0	200.465	200.465	0,00%	206.479	6.014	3,00%	212.673	6.194	3,00%	219.053	6.380	3,00%	225.625	6.572	3,00%
Impuesto de Renta por Pagar	0	3.052.831	3.052.831	0,00%	6.001.693	2.948.863	96,59%	6.828.038	826.345	13,77%	8.101.285	1.273.247	18,65%	9.039.452	938.166	11,58%
IVA/ INC x pagar	0	3.950.568	3.950.568	0,00%	4.209.181	258.613	6,55%	4.483.909	274.728	6,53%	4.775.664	291.756	6,51%	5.085.402	309.738	6,49%
ICA x pagar	0	665.334	665.334	0,00%	726.247	60.913	9,16%	792.895	66.648	9,18%	865.830	72.935	9,20%	945.659	79.829	9,22%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**9.539.737**	**9.539.737**	**0,00%**	**12.864.255**	**3.324.519**	**34,85%**	**14.089.790**	**1.225.535**	**9,53%**	**15.787.276**	**1.697.486**	**12,05%**	**17.176.344**	**1.389.068**	**8,80%**
PASIVO NO CORRIENTE																
Obligaciones Financieras	0		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%
Leasing Financiero	0		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**0**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**	**0**	**0**	**0,00%**
TOTAL PASIVOS	**0**	**9.539.737**	**9.539.737**	**0,00%**	**12.864.255**	**3.324.519**	**34,85%**	**14.089.790**	**1.225.535**	**9,53%**	**15.787.276**	**1.697.486**	**12,05%**	**17.176.344**	**1.389.068**	**8,80%**
PATRIMONIO																
Capital Social	38.665.103	38.665.103	0	0,00%	38.665.103	0	0,00%	38.665.103	0	0,00%	38.665.103	0	0,00%	38.665.103	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	5.333.475	5.333.475	0,00%	15.818.786	10.485.311	196,59%	27.747.771	11.928.985	75,41%	41.901.193	14.153.422	51,01%	57.693.647	15.792.454	37,69%
Reserva Legal Acumulada	0	592.608	592.608	0,00%	1.757.643	1.165.035	196,59%	3.083.086	1.325.443	75,41%	4.655.688	1.572.602	51,01%	6.410.405	1.754.717	37,69%
TOTAL PATRIMONIO	**38.665.103**	**44.591.187**	**5.926.083**	**15,33%**	**56.241.533**	**11.650.346**	**26,13%**	**69.495.960**	**13.254.428**	**23,57%**	**85.221.985**	**15.726.024**	**22,63%**	**102.769.156**	**17.547.171**	**20,59%**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.665.103**	**54.130.923**	**15.465.820**	**40,00%**	**69.105.788**	**14.974.864**	**27,66%**	**83.585.750**	**14.479.962**	**20,95%**	**101.009.261**	**17.423.510**	**20,85%**	**119.945.500**	**18.936.239**	**18,75%**

5.23 ANÁLISIS HORIZONTAL BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN

ANALISIS HORIZONTALBALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS																
	BALANCE INICIAL	AÑO 1	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
ACTIVOS																
ACTIVOS CORRIENTES																
Caja Bancos	20.720.094	42.444.015	21.723.921	51,18%	57.482.658	35.758.737	84,25%	71.952.246	36.193.510	62,96%	88.121.806	51.928.297	72,17%	105.694.269	53.765.972	61,01%
Cuentas por Cobrar	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Inventarios	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**20.720.094**	**42.444.015**	**21.723.921**	**51,18%**	**57.482.658**	**35.758.737**	**84,25%**	**71.952.246**	**36.193.510**	**62,96%**	**88.121.806**	**51.928.297**	**72,17%**	**105.694.269**	**53.765.972**	**61,01%**
ACTIVOS NO CORRIENTES																
ACTIVOS FIJOS																
MUEBLES Y ENSERES	4.340.000	4.340.000	0	0,00%	4.340.000	4.340.000	100,00%	4.340.000	0	0,00%	4.340.000	4.340.000	100,00%	4.340.000	0	0,00%
MAQUINARIA Y EQUIPO	3.460.000	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	3.460.000	100,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	3.460.000	100,00%	3.460.000	0	0,00%
0	3.460.000	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	3.460.000	100,00%	3.460.000	0	0,00%	3.460.000	3.460.000	100,00%	3.460.000	0	0,00%
(-) Depreciación Acumulada	0	2.021.333	2.021.333	100,00%	4.042.667	2.021.333	100,00%	6.064.000	4.042.667	100,00%	6.932.000	2.889.333	47,65%	7.800.000	4.910.667	70,84%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	**11.260.000**	**9.238.667**	**(2.021.333)**	**(21,88%)**	**7.217.333**	**9.238.667**	**100,00%**	**5.196.000**	**(4.042.667)**	**(56,01%)**	**4.328.000**	**8.370.667**	**161,10%**	**3.460.000**	**(4.910.667)**	**(113,46%)**
ACTIVOS DIFERIDOS																
Diferidos	6.685.009	0	(6.685.009)	0,00%	0	6.685.009	0,00%	0	(6.685.009)	0,00%	0	6.685.009	0,00%	0	(6.685.009)	0,00%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	**6.685.009**	**0**	**(6.685.009)**	**0,00%**	**0**	**6.685.009**	**0,00%**	**0**	**(6.685.009)**	**0,00%**	**0**	**6.685.009**	**0,00%**	**0**	**(6.685.009)**	**0,00%**
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**17.945.009**	**9.238.667**	**(8.706.343)**	**(94,24%)**	**7.217.333**	**15.923.676**	**172,36%**	**5.196.000**	**(10.727.676)**	**(148,64%)**	**4.328.000**	**15.055.676**	**289,76%**	**3.460.000**	**(11.595.676)**	**(267,92%)**
TOTAL ACTIVOS	**38.665.103**	**51.682.682**	**13.017.578**	**25,19%**	**64.699.991**	**51.682.413**	**100,00%**	**77.148.246**	**25.465.833**	**39,36%**	**92.449.806**	**66.983.973**	**86,83%**	**109.154.269**	**42.170.296**	**45,61%**
PASIVOS																
PASIVO CORRIENTE																
Cuentas x Pagar o Acreedores	0	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%
Cesantias x Pagar	0	1.670.539	1.670.539	100,00%	1.720.655	50.116	3,00%	1.772.275	1.722.159	100,09%	1.825.443	103.284	5,83%	1.880.207	1.776.922	97,34%
Intereses a las Cesantias x Pagar	0	200.465	200.465	100,00%	206.479	6.014	3,00%	212.673	206.659	100,09%	219.053	12.394	5,83%	225.625	213.231	97,34%
Impuesto de Renta por Pagar	0	2.562.144	2.562.144	100,00%	5.585.159	3.023.015	117,99%	6.501.747	3.478.733	62,29%	7.884.820	4.406.088	67,77%	8.956.645	4.550.557	57,71%
IVA/ INC x pagar	0	3.950.568	3.950.568	100,00%	4.209.181	258.613	6,55%	4.483.909	4.225.296	100,38%	4.775.664	550.368	12,27%	5.085.402	4.535.034	94,96%
ICA x pagar	0	665.334	665.334	100,00%	726.247	60.913	9,16%	792.895	731.982	100,79%	865.830	133.848	16,88%	945.659	811.811	93,76%
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**0**	**9.049.050**	**9.049.050**	**100,00%**	**12.447.721**	**3.398.671**	**37,56%**	**13.763.499**	**10.364.828**	**83,27%**	**15.570.811**	**5.205.983**	**37,82%**	**17.093.538**	**11.887.555**	**76,35%**
PASIVO NO CORRIENTE																
Obligaciones Financieras	7.733.021	6.727.975	(1.005.046)	(14,94%)	5.504.835	6.509.880	96,76%	4.016.273	(2.493.608)	(45,30%)	2.204.693	4.698.300	116,98%	0	(4.698.300)	(213,10%)
Leasing Financiero	0		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	**7.733.021**	**6.727.975**	**(1.005.046)**	**(14,94%)**	**5.504.835**	**6.509.880**	**96,76%**	**4.016.273**	**(2.493.608)**	**(45,30%)**	**2.204.693**	**4.698.300**	**116,98%**	**0**	**(4.698.300)**	**(213,10%)**
TOTAL PASIVOS	**7.733.021**	**15.777.025**	**8.044.005**	**50,99%**	**17.952.556**	**9.908.551**	**62,80%**	**17.779.771**	**7.871.220**	**43,84%**	**17.775.504**	**9.904.283**	**55,71%**	**17.093.538**	**7.189.254**	**40,44%**
PATRIMONIO																
Capital Social	30.932.083	30.932.083	0	0,00%	30.932.083	30.932.083	100,00%	30.932.083	0	0,00%	30.932.083	30.932.083	100,00%	30.932.083	0	0,00%
Utilidad Acumulada	0	4.476.217	4.476.217	100,00%	14.233.818	9.757.601	217,99%	25.592.753	15.835.152	111,25%	39.367.998	23.532.846	91,95%	55.015.784	31.482.938	79,97%
Reserva Legal Acumulada	0	497.357	497.357	100,00%	1.581.535	1.084.178	217,99%	2.843.639	1.759.461	111,25%	4.374.222	2.614.761	91,95%	6.112.865	3.498.104	79,97%
TOTAL PATRIMONIO	**30.932.083**	**35.905.657**	**4.973.574**	**13,85%**	**46.747.436**	**41.773.862**	**116,34%**	**59.368.475**	**17.594.613**	**37,64%**	**74.674.302**	**57.079.689**	**96,14%**	**92.060.731**	**34.981.042**	**46,84%**
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	**38.665.103**	**51.682.682**	**13.017.578**	**25,19%**	**64.699.991**	**51.682.413**	**100,00%**	**77.148.246**	**25.465.833**	**39,36%**	**92.449.806**	**66.983.973**	**86,83%**	**109.154.269**	**42.170.296**	**45,61%**

5.24 ANÁLISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN

5.25 ANÁLISIS HORIZONTAL AL ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN

ANALISIS HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS													
INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 3	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 4	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA	AÑO 5	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
Ventas	203.652.910	222.297.880	18.644.970	9,16%	242.698.196	20.400.315	9,18%	265.022.976	22.324.781	9,20%	289.457.936	24.434.960	9,22%
Descuentos	2.036.529	2.222.979	186.450	9,16%	2.426.982	204.003	9,18%	2.650.230	223.248	9,20%	2.894.579	244.350	9,22%
Devoluciones			0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%
VENTAS NETAS	**201.616.381**	**220.074.902**	**18.458.520**	**9,16%**	**240.271.214**	**20.196.312**	**9,18%**	**262.372.746**	**22.101.533**	**9,20%**	**286.563.357**	**24.190.610**	**9,22%**
CMV	145.265.172	160.238.005	14.972.833	10,31%	176.754.124	16.516.119	10,31%	194.972.599	18.218.476	10,31%	215.068.897	20.096.298	10,31%
UTILIDAD BRUTA	**56.351.210**	**59.836.897**	**3.485.687**	**6,19%**	**63.517.090**	**3.680.193**	**6,15%**	**67.400.147**	**3.883.057**	**6,11%**	**71.494.459**	**4.094.312**	**6,07%**
EGRESOS													
Nomina	27.735.480	28.567.545	832.064	3,00%	29.424.571	857.026	3,00%	30.307.308	882.737	3,00%	31.216.527	909.219	3,00%
Gastos de Administracion	10.265.138	10.573.093	307.954	3,00%	10.890.285	317.193	3,00%	11.216.994	326.709	3,00%	11.553.504	336.510	3,00%
Gastos de Ventas	0	0	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!	0	0	#¡DIV/0!
Gastos depreciación	2.021.333	2.021.333	0	0,00%	2.021.333	0	0,00%	868.000	(1.153.333)	(57,06%)	868.000	0	0,00%
Gastos Diferidos	6.685.009	296.640	(6.388.369)	(95,56%)	305.539	8.899	3,00%	314.705	9.166	3,00%	324.147	9.441	3,00%
ICA	665.334	726.247	60.913	9,16%	792.895	66.648	9,18%	865.830	72.935	9,20%	945.659	79.829	9,22%
TOTAL EGRESOS	**47.372.296**	**42.184.858**	**(5.187.438)**	**(10,95%)**	**43.434.624**	**1.249.766**	**2,96%**	**43.572.837**	**138.214**	**0,32%**	**44.907.837**	**1.334.999**	**3,06%**
UTILIDAD OPERACIONAL	**8.978.914**	**17.652.039**	**8.673.125**	**96,59%**	**20.082.466**	**2.430.427**	**13,77%**	**23.827.310**	**3.744.844**	**18,65%**	**26.586.623**	**2.759.313**	**11,58%**
OTROS INGRESOS Y EGRESOS													
Gastos financiero prestamo	1.443.196	1.225.101	(218.095)	(15,11%)	959.680	(265.421)	(21,67%)	636.662	(323.018)	(33,66%)	243.549	(393.113)	(61,75%)
Gastos Financiero Leasing	0		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%		0	0,00%
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	**1.443.196**	**1.225.101**	**(218.095)**	**(15,11%)**	**959.680**	**(265.421)**	**(21,67%)**	**636.662**	**(323.018)**	**(33,66%)**	**243.549**	**(393.113)**	**(61,75%)**
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	**7.535.718**	**16.426.938**	**8.891.220**	**117,99%**	**19.122.786**	**2.695.848**	**16,41%**	**23.190.648**	**4.067.862**	**21,27%**	**26.343.074**	**3.152.426**	**13,59%**
IMPUESTO DE RENTA	2.562.144	5.585.159	3.023.015	117,99%	6.501.747	916.588	16,41%	7.884.820	1.383.073	21,27%	8.956.645	1.071.825	13,59%
UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS	**4.973.574**	**10.841.779**	**5.868.205**	**117,99%**	**12.621.039**	**1.779.260**	**16,41%**	**15.305.828**	**2.684.789**	**21,27%**	**17.386.429**	**2.080.601**	**13,59%**
RESERVA LEGAL	497.357	1.084.178	586.821	117,99%	1.262.104	177.926	16,41%	1.530.583	268.479	21,27%	1.738.643	208.060	13,59%
UTILIDAD DEL EJERCICIO	**4.476.217**	**9.757.601**	**5.281.385**	**117,99%**	**11.358.935**	**1.601.334**	**16,41%**	**13.775.245**	**2.416.310**	**21,27%**	**15.647.786**	**1.872.541**	**13,59%**
UTILIDAD ACUMULADA	4.476.217	14.233.818	9.757.601	217,99%	25.592.753	11.358.935	79,80%	39.367.998	13.775.245	53,82%	55.015.784	15.647.786	39,75%
RESERVA LEGAL ACUMULADA	497.357	1.581.535	1.084.178	217,99%	2.843.639	1.262.104	79,80%	4.374.222	1.530.583	53,82%	6.112.865	1.738.643	39,75%

5.26 RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIERAS SIN FINANCIACIÓN

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN					
	AÑO1	**AÑO2**	**AÑO3**	**AÑO4**	**AÑO5**
Capital Neto de Trabajo	35.352.520	49.024.199	64.299.960	80.893.985	99.309.156
Razón Corriente	4,71	4,81	5,56	6,12	6,78
Prueba Ácida	4,71	4,81	5,56	6,12	6,78
Días de Cartera	0,00	0	0	0	0
Rotación de Cartera	0	0	0	0	0
Endeudamiento	17,62%	18,62%	16,86%	15,63%	14,32%
Rendimiento sobre Activos	10,95%	16,86%	15,86%	15,57%	14,63%
Rendimiento sobre Patrimonio	13,29%	20,71%	19,07%	18,45%	17,07%
Márgen Bruto	27,95%	27,19%	26,44%	25,69%	24,95%
Márgen Operacional	4,45%	8,02%	8,36%	9,08%	9,28%
Márgen Neto	2,94%	5,29%	5,52%	5,99%	6,12%

5.27 RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN

RAZONES FINANCIERAS PARA ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Capital Neto de Trabajo	33.394.965	45.034.937	58.188.747	72.550.995	88.600.731
Razón Corriente	4,69	4,62	5,23	5,66	6,18
Prueba Ácida	4,69	4,62	5,23	5,66	6,18
Días de Cartera	0,00	310	223	228	221
Rotación de Cartera	0	0	0	0	0
Endeudamiento	30,53%	27,75%	23,05%	19,23%	15,66%
Rendimiento sobre Activos	9,62%	16,76%	16,36%	16,56%	15,93%
Rendimiento sobre Patrimonio	13,85%	23,19%	21,26%	20,50%	18,89%
Márgen Bruto	27,95%	27,19%	26,44%	25,69%	24,95%
Márgen Operacional	4,45%	8,02%	8,36%	9,08%	9,28%
Márgen Neto	2,47%	4,93%	5,25%	5,83%	6,07%

5.28 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD				
DISMINUCIÓN MARGEN BRUTO EN 91%				
	FLUJO DE CAJA SF		FLUJO DE CAJA CF	
	ORIGINAL	MODIFICADO	ORIGINAL	MODIFICADO
VPN ($)	3.972.111	(2.699.781)	6.994.628	(111.035)
TIR (%)	42,80%	32,48%	50,07%	36,67%
B/C (VECES)	1,10	0,92	1,23	1,00

6 CONCLUSIONES

Del presente estudio de viabilidad podemos concluir:

Que la idea de negocio planteada tiene altas probabilidades de incursionar en el mercado objetivo, es decir en la comuna 17 de la ciudad de Cali, ya que esta cumple con las características de la segmentación de la población que pueda estar más interesada en adquirir los servicios que Homexperts.com ofrece.

Que la empresa no tendrá problema para adquirir la tecnología que se requiera para realizar sus actividades, ya que Cali es una ciudad en la que fácilmente se podrán adquirir maquinaria, equipo y desarrolladores de software que faciliten la operación de la empresa.

Que en materia de mano de obra calificada se contará con un personal idóneo, dado que existen instituciones educativas como el SENA formando técnicos en diferentes especialidades afines a las necesidades de este proyecto, personas con conocimiento adquirido por su experiencia, y todos ellos con el deseo de pertenecer a una organización formal que les garantice su estabilidad laboral y su crecimiento personal y económico.

Que en la parte financiera el proyecto tiene viabilidad, puesto que, en la proyección del Estado de Resultados a un año, la empresa logra una utilidad acumulada de $5.333.475, es decir, logra cubrir sus gastos y genera una rentabilidad. Con las ventas proyectadas para el primer año, se espera que Homexperts.com logre expandirse para lograr mayor cubrimiento de servicios y ampliar su segmento.

7 REFERENCIAS

Alcaldía de Santiago de Cali. (2016). *Cali en cifras 2015*. Recuperado 1 de noviembre de 2016, a partir de https://planeacion.cali.gov.co/caliencifras/Documentos%20pdf/Caliencifras2015.pdf

Alcaldía de Santiago de Cali. (2016). *Cali En Cifras 2016*. Recuperado 27 de marzo de 2018, a partir de http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/138164/cali-en-cifras/

Alkomprar. (2017). Computador de mesa Lenovo con monitor pst de Colombia. [Imagen JPEG, 300 × 300 píxeles]. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://mantenimiento-de-computadores.com/images/stories/virtuemart/product/computador%20de%20mesa%20lenovo%20co%20monitor%20pst%20de%20colombia.jpg

Alles, M. A. (2005). *Dirección estratégica de recursos humanos: gestión por competencias*. Buenos Aires: Granica.

Álvarez, C. E. M. (2011). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (4ª Ed). México: Limusa / Noriega.

Arbós, L. C. (2012). *Gestión de la calidad total: Organización de la producción y dirección de operaciones.* Ediciones Díaz de Santos.

Bozque, O. A. P. D. (2015). *Proceso de contratación del personal*. Recuperado 31 de octubre de 2016, a partir de

http://www.monografias.com/trabajos14/contratacion/contratacion.shtml#ixzz4L2svfKlJ

Bubis, L. B. (2002). *La administración de organizaciones: un enfoque estratégico*. Centro Editorial Universidad del Valle.

Alcaldía de Santiago de Cali. (2006). *Sistema de Indicadores Sociales de Santiago de Cali.* Recuperado a partir de https://planeacion.cali.gov.co/sis/indicadores/cantidad-viviendas.php

Cámara Colombiana de la Construcción [CAMACOL] (2015). *"El sector de la construcción podría tener un crecimiento del 9% EN 2016".* Recuperado a partir de http://www.ciev.co/?post_documents=1809

Chiavenato, I. (1999). *Introducción a la teoría general de la administración* (5ª. Ed). Bogotá: McGraw-Hill.

Construdata. (2017). Datos Construdata. Recuperado a partir de http://www.construdata.com/BancoConocimiento/O/oitcolombiae/oitcolombiae.asp

Contrato de trabajo. (2017). Minitrabajo.gov.co, Recuperado a partir de http://www.mintrabajo.gov.co/preguntas-frecuentes/contrato-de-trabajo.html

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2016). *Financiación de Vivienda - FIVI.* Recuperado a partir de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/financiacion-de-vivienda

El congreso de la república de Colombia. *Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada*., Pub. L. No. 1258 (2008). Recuperado a partir de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130

El País. (2017). *Ventas de vivienda en Cali crecerían 9% al finalizar el año*. Recuperado 16 de abril de 2018, a partir de http://www.elpais.com.co/economia/ventas-de-vivienda-en-cali-crecerian-9-al-finalizar-el-ano.html

Falabella. (2017). Impresora multifuncional [Imagen JPEG, 924 × 924 píxeles] - Escalado (41 %). Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://falabella.scene7.com/is/image/Falabella/5554473_1?$producto308$&iv=YrwnB1&wid=924&hei=924&fit=fit,1

Finca Raíz. (2018). *Actividad Edificadora estará estable en 2018*. Recuperado 17 de abril de 2018, a partir de http://www.fincaraiz.com.co/actividad-edificadora-estara-estable-en-2018-noticia-849.aspx

Flórez, G. (2016). *El sector constructor está pasando el año en Colombia.* Obtenido de portafolio: http://www.portafolio.co/economia/asi-esta-la-construccion-en-colombia-501002

Homecenter. (2017). Compresor de aire Bauker [Imagen JPEG, 400 × 400 píxeles] - Escalado (96 %). Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://sodimac.scene7.com/is/image/SodimacCL/1325477?$lista240$

Homecenter. (2017). Equipo Bauker soldador eléctrico portátil [Imagen JPEG, 1000 × 1000 píxeles] - Escalado (38 %). Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://static.mercadoshops.com/equipo-bauker-soldador-electrico-portatil-45-160-amp-cabl_iZ385XvZxXpZ4XfZ13644309-407940987-4.jpgXsZ13644309xIM.jpg

Homecenter. (2017). Escalera de tijera [Imagen JPEG, 400 × 400 píxeles] - Escalado (96 %). Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://homecenterco.scene7.com/is/image/SodimacCO/214368?$producto310$

Homecenter. (2017). Hidrolavadora [Imagen JPEG, 508 × 299 píxeles]. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de https://d23bz46gcf45kh.cloudfront.net/files/items/item_c23003_i1_Cyber-Lunes-Homecenter-Hidrolavadora-M%C3%A1s-Polichadora.JPG

Homecenter. (2017). Pulidora [Imagen JPEG, 400 × 400 píxeles]. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://sodimac.scene7.com/is/image/SodimacCL/2799030?$lista240$

Homecenter. (2017). Sonda para tuberías de 3 pulgadas [Imagen JPEG, 250 × 359 píxeles]. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://www.iosifidis-tools.gr/images/ROSPEED%203F.jpg

Homecenter. (2017). Sondas para destapar cañerías sin romper [Imagen JPEG, 650 × 311 píxeles]. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://www.doplim.com.co/adpics/2015/04/11/65529d950ec58a-sondas-para-destapar-canerias-sin-romper-todo-bogota-196009.jpg

Homecenter. (2017). Taladro [Imagen JPEG, 2024 × 1439 píxeles]. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://i.imgur.com/PvGF6AG.jpg

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing* (6ª. Ed.). México: Pearson Educación.

La República. (2014). *La sanción por tener un empleado domestico sin EPS.* Recuperado de http://www.enlaceoperativo.com/noticia/la-sancion-por-tener-un-empleado-domestico-sin-eps-podria-salirle-en-61-millones/

López, P. C., & Giráldez, J. M. A. (2007). *La tercera revolución: comunicación, tecnología y su nomenclatura en inglés*. Netbiblo.

MercadoLibre. (2017). Kit-de-herramientas-12-piezas-multi-uso-mecanico-hogar- [Imagen JPEG, 1200 × 749 píxeles] - Escalado (51 %). Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de https://http2.mlstatic.com/kit-de-herramientas-12-piezas-multi-uso-mecanico-hogar-D_NQ_NP_2272-MLV4125685529_042013-F.jpg

Ollé, M. (1997). *El plan de empresa: cómo planificar la creación de una empresa*. Marcombo

Openlatinoamerica. (2017). *La importancia en la inducción cooperativa en una empresa*. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://www.openlatinoamerica.com/entrada_in.php

Pabón Gómez, N. (1993). *Permiso para arreglos locativos.* Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-272819

Páginas Amarillas. (2017). *Reparaciones locativas en Cali.* Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://www.paginasamarillas.com.co/cali/servicios/reparaciones-locativas

Policía Nacional de Colombia. (2017). *Estadística delictiva*. Recuperado 16 de abril de 2018, a partir de https://www.policia.gov.co/grupo-informaci%C3%B3n-criminalidad/estadistica-delictiva

Portafolio. (2016). *Innovación para construcción es indispensable para Colombia.* Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://www.portafolio.co/economia/infraestructura/innovacion-en-construccion-es-indispensable-para-colombia-499913

Sánchez, J. C. (2012). *Los métodos de investigación*. Ediciones Díaz de Santos.

Semana. (2017). *Actividad edificadora residencial, precios de vivienda 2018.* Recuperado 17 de abril de 2018, a partir de http://www.semana.com/economia/articulo/actividad-edificadora-residencial-precios-de-vivienda-2018/551443

Unicef. (2003). *Nuevas Formas de Familia.* Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://files.unicef.org/uruguay/spanish/libro_familia.pdf

Universia. (2017). *La importancia de una hoja de vida actualizada*. Recuperado 20 de junio de 2017, a partir de http://noticias.universia.es/empleo/noticia/2010/03/08/1104595/importancia-hoja-vida-actualizada.html