



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS
INTEGRADOS DE PERSONAL DE ATENCIÓN DOMÉSTICO Y
REPARACIONES EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA**




**KERMIN LINDZAY BOHORQUEZ BASTO
ANDREA CAROLINA MAURY SALAS
AUGUSTO CESAR OLAVE ALEAN**



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA "CUC"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PROGRAMA DE CONTADURIA
BARRANQUILLA
2012**


**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS
INTEGRADOS DE PERSONAL DE ATENCIÓN DOMÉSTICO Y
REPARACIONES EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA**



**KERMIN LINDZAY BOHORQUEZ BASTO
ANDREA CAROLINA MAURY SALAS
AUGUSTO CESAR OLAVE ALEAN**

Trabajo De Grado Interdisciplinar Para Optar A Los Títulos De Contador Público Y
Administrador De Empresas

**ASESOR:
JOSE EDUARDO JIMENEZ**



**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DE LA COSTA "CUC"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
PROGRAMA DE CONTADURIA
BARRANQUILLA
2012**

Nota de Aceptación



Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Barranquilla Junio de 2012

AGRADECIMIENTOS

La realización de este trabajo de grado fue para nosotros una etapa de mucha importancia y satisfacción para nuestra carrera, pues en su proceso pudimos aprender y enriquecer nuestro conocimientos y así mismo nos permitió crecer como personas encaminadas a ser futuros profesionales dispuestos a enfrentar con mente de cambio aquellas situaciones que ayuden al desarrollo de la sociedad.

Le damos gracias a dios por darnos sabiduría y la fortaleza que nos permitió llevar a cabo con éxito la ejecución de este proyecto, así mismo a nuestros padres, familiares y amigos por el apoyo incondicional que nos brindan día a día.

Le damos gracias por el asesoramiento al profesor José Eduardo Jiménez y Manuel Ladeus, quienes hicieron posible la consecución y culminación de este trabajo.

Finalmente le damos gracias a los directivos de la corporación de la costa C.U.C, quienes nos han colaborados con los recursos necesarios para el desarrollo de esta investigación y la enseñanza dada por esta institución.

DEDICATORIA

Doy gracias a Dios por darme la sabiduría y la fortaleza para realizar este proyecto con amor y dedicación

A mi familia por ser el apoyo incondicional en cada momento de mi vida.

A mis compañeros que me apoyaron para que cumpliera mis objetivos en este proyecto.

ANDREA MAURY SALAS

CUUC

DEDICATORIA

A Dios por darme todos los días de mi vida amor y protección.

A mis padres por estar siempre a mi lado apoyándome física y espiritualmente para alcanzar mis metas.

A mis compañeros de grupo de trabajo por estar siempre presente y dispuesto a la consecución de este proyecto.

AUGUSTO OLAVE ALEAN

CUUC

DEDICATORIA

**A Dios por darme la sabiduría necesaria para llevar a cabo este proyecto.
A mis padres por estar siempre a mi lado apoyándome en todo momento.**



KERMIN LINDZAY BOHORQUEZ BASTO

CONTENIDO

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	pág. 18
1.1 ANTECEDENTES	pág. 18
1.2 DESCRIPCION	pág. 20
1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA	pág. 22
2. OBJETIVOS	pág. 23
2.1 OBJETIVOS GENERAL	pág. 23
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	pág. 23
3. JUSTIFICACION	pág. 24
4. LIMITACIONES.	pág. 25
4.1 LIMITACIÓN ESPACIAL	pág. 25
4.2 LIMITACIÓN TEMPORAL	pág. 25
5. MARCO TEORICO	pág. 27
5.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU ACTIVIDAD.	pág. 34
6. MARCO LEGAL	pág. 34
7. SUPUESTO TEORICO	pág. 35
8. METODOLOGÍA	pág. 35
8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	pág. 35
8.2 MÉTODO:	pág. 35
8.3 FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA	pág. 35
8.4 UNIVERSO	pág. 35

8.5 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	pág. 36
9. DESARROLLO CAPITULAR DE LA INVESTIGACIÓN	pág. 37
CAPITULO 1: ANALISIS DEL MERCADO	pág. 38
1.1 ANALISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO	pág. 38
1.2 COMPORTAMIENTO A NIVEL REGIONAL	pág. 41
1.3 MERCADO POTENCIAL	pág. 41
1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	pág. 43
1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	pág. 49
1.5.1 OTRAS EMPRESAS:	pág. 50
1.6 ANÁLISIS DE PRECIOS	pág. 50
1.7 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	pág. 51
1.7.1 ESTRATEGIA DE SERVICIO AL CLIENTE	pág. 51
1.7.2 DETERMINACIÓN DEL PRECIO	pág. 52
1.7.2.1 PRECIO ESTIMADO.	pág. 52
1.8 PORTAFOLIO DE SERVICIOS	pág. 53
1.8.1 SERVICIOS	pág. 53
1.8.2 PERSONAL DE ATENCIÓN DOMÉSTICO	pág. 53
1.8.3 FONTANERÍA	pág. 54
1.8.4 ALBAÑILERÍA Y REFORMAS AL INTERIOR DEL HOGAR	pág. 54
1.8.5 INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE AIRES ACONDICIONADOS	pág. 55
1.8.6 MANTENIMIENTO DE SISTEMAS Y REDES	pág. 55
CAPITULO 2 ESTUDIO TECNICO	pág. 56
2.1 ESTUDIO TECNICO Y FINANCIERO	pág. 57

2.2 ASESORES EN SERVICIOS	pág.	56
2.3 IMPACTO DEL PRODUCTO	pág.	57
2.4 PROCESOS A REALIZAR DEL SERVICIO	pág.	57
2.5 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	pág.	61
2.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SERVICIO	pág.	61
2.7 LOCALIZACIÓN	pág.	61
2.8 ESTUDIO FINANCIERO	pág.	62
2.8.1 COSTO DE MANO DE OBRA	pág.	62
2.8.2 COSTOS SERVICIOS	pág.	62
2.8.3 PRESUPUESTO INDICATIVO DEL PROYECTO	pág.	63
2.8.4 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS	pág.	64
2.9 INVERSIONES FIJAS	pág.	64
2.9.1 MUEBLES Y ENSERES	pág.	64
2.9.2 EQUIPO DE OFICINA.	pág.	65
2.10 PROYECCIÓN DE INGRESOS	pág.	65
2,11 RESPONSABILIDAD DEL SERVICIO	pág.	66
2.12 ESTUDIO FINANCIERO	pág.	66
2.12.1 ESTUDIO FINANCIERO CON CAPITAL APORTADO POR LOS SOCIOS	pág.	67
2.12.2 CON CAPITAL FINANCIADO POR EL SISTEMA FINANCIERO (PRESTAMOS EN BANCOS	pág.	70
CAPITULO 3 DISEÑO ORGANIZACIONAL	pág.	73
3.1 DISEÑO DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	pág.	73
3.1.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	pág.	73
3.1.2.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO	pág.	73
3.1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	pág.	74
3.2 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	pág.	75

3.2.1 ANÁLISIS DOFA	pág.	75
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	pág.	78
5. BIBLIOGRAFIA.	pág.	79
ANEXOS	pág.	80
CRONOGRAMA	pág.	81



LISTA DE CUADROS.

Cuadro 1. Ficha técnica del servicio	pág.	30
Cuadro 2. Ventajas y desventajas del servicio	pág.	62
Cuadro 3. Costo de mano de obra	pág.	63
Cuadro 4. Costos servicios	pág.	63
Cuadro 5. Presupuesto indicativo del proyecto	pág.	64
Cuadro 6. Presupuesto de la mezcla de mercados	pág.	65
Cuadro 7. Inversiones fijas	pág.	65
Cuadro 8. Equipo de oficina.	pág.	66
Cuadro 9. Proyecciones de ingresos	pág.	67
Cuadro 10. Balance general	pág.	68
Cuadro 11. Estado de resultado	pág.	69
Cuadro 12. Flujo de caja	pág.	70
Cuadro 13. Balance general	pág.	71
Cuadro 14. Estado de resultado	pág.	72
Cuadro 15. Flujo de caja	pág.	73

LISTA DE GRAFICOS

Grafico 1. Actividad económica en barranquilla	pág.	21
Grafico 2. Producto interno bruto	pág.	41
Grafico 3. Crecimiento anual del PIB	pág.	43
Grafico 4. Encuesta preguntas 1, 2 y 3	pág.	44
Grafico 5. Encuesta preguntas 4	pág.	45
Grafico 6. Encuesta preguntas 5	pág.	46
Grafico 7. Encuesta preguntas 6	pág.	47
Grafico 8. Participacion en el mercado	pág.	49
Grafico 9. Diagrama de proceso de servicios	pág.	58
Grafico 10. Diagrama de proceso de servicios domestico	pág.	58
Grafico 11. Diagrama de proceso de servicios de fontaneria	pág.	59
Grafico 12. Diagrama de proceso de servicios de albañilería	pág.	59
Grafico 13. Diagrama de proceso de servicios de instalación y mantenimiento de aires acondicionados	pág.	60
Grafico 14. Diagrama de proceso de servicios de y mantenimiento de sistemas y redes.	pag	60
Grafico 15. Organigrama	pág.	74

ANEXOS

FORMATO DE ENCUESTA. pág. 80

PRESUPUESTO INDICATIVO DEL PROYECTO pág. 81

CRONOGRAMA. pág. 81



RESUMEN EJECUTIVO

En esta investigación se desarrolla una idea de negocio basada en el sector servicios, los cuales se definen como: *“actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades¹”*. Los servicios constituyen uno de los renglones más importantes de la economía en la ciudad de Barranquilla, ya que emplea al 46,7 % de la población empleada de la ciudad, dentro de ellos el subsector de las reparaciones presenta amplias perspectivas de crecimiento, ya que los demandantes de estos servicios prefieren la contratación informal para suplir sus necesidades.

A continuación se demuestra como los servicios de Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del bien inmueble (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes, son una alternativa de inversión rentable en la ciudad, ya que, su prestación que es realizada de manera informal, puede hacerse de manera organizada alcanzando otros mercados tales como las pequeñas y medianas empresas las cuales demandan altamente este tipo de servicios.

¹STANTON, William. ETZEL, Michael. WALKER, Bruce. **FUNDAMENTOS DE MARKETING**. 13va. Edición. Mc Graw Hill, 2004. Págs. 333 - 334.

ABSTRACT

This research develops a business idea based on the service sector, which are defined as: "activities and identifiable intangibles that are the main object of a transaction designed to provide customers with satisfaction of desires or needs" (STANTON, ETZEL, and WALKER 2004). Services are one of the most important lines of the economy in the city of Barranquilla, employing 46.7% of the employed population of the city, among them the subsector of repairs has broad prospects for growth as applicants for these services prefer informal hiring to meet their needs.

Below is shown as Personal Services Home Care, Plumbing, Building and Refurbishing inside of the property (electrical repairs, rebuilding work), Installation and Maintenance of Air Conditioning Equipment and Systems and Networks, are an alternative investment profitable in the city, and that their provision is made informally, can be done in an organized way to reach other markets such as small and medium enterprises which require such services highly.

INTRODUCCION

Un proyecto surge como respuesta a una idea que busca, ya sea la solución de un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocios, en él son múltiples los factores que influyen en su éxito o fracaso, pero, en general, se puede señalar que si el bien o servicio producido es rechazado por la comunidad, significa que la asignación de recursos adoleció de un buen diagnóstico o de análisis, que lo hicieron inadecuado ante las expectativas de satisfacción de las necesidades del conglomerado humano.

En esta investigación se desarrolla una idea de negocio basada en el tema de los servicios, los cuales se definen como: “*actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción, ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades*²” y que constituyen uno de los renglones más importantes de la economía en la ciudad de Barranquilla, que emplea al 46,7% de la población de la ciudad.

A continuación se presenta la incidencia que tiene los servicios de personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del bien inmueble (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes, como una alternativa de inversión rentable en la ciudad, ya que la prestación, la cual era realizada de manera informal, puede y debe hacerse de manera organizada alcanzando mercados organizados, tales como las pequeñas y medianas empresas las cuales demandan altamente este tipo de servicios.

²STANTON, William. ETZEL, Michael. WALKER. “FUNDAMENTOS DE MARKETING”, Bruce. 13va. Edición. Mc Graw Hill, 2004. Págs. 333 y 334.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 ANTECEDENTES

En Colombia las Empresas de Servicios no son recientes, tienen su nacimiento en el sector terciario de la economía, sin embargo en lo referente al suministro de personal, estas empresas tienen su nacimiento en la década de los 70's cuando se fundan en ciudades como Medellín, Barranquilla, Cali y Bogotá las primeras empresas de Servicios Temporales que suministraban personal a diferentes empresas y al estado, a raíz de ello, fue fundada el 1 de abril de 1975 la primera asociación de Empresas De Servicios Temporales.

En Barranquilla, las empresas de servicios son un renglón significativo si se tiene en cuenta, que la ciudad tiene carácter industrial y portuario, según el Dane el 46.7% de la Población trabaja en empresas de servicios y ello redundaría con la importancia del sector en la Ciudad.

Como se enunció anteriormente, en la ciudad las empresas de servicios no son recientes, y mucho menos en lo que compete a servicios de personal, sin embargo, en lo que concierne a la prestación de servicios especializados de reparación, mantenimiento, Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del bien inmueble (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes, no se tiene información de empresas que presten o hayan prestado el servicio de manera integrada, aunque si se preste de manera individual sin ningún tipo de garantía en contraprestación del trabajo realizado o al servicio pactado

Las primeras referencias de integración de estos servicios se tienen del extranjero específicamente de España donde hay empresas que han logrado dinamizar la economía española con este tipo de servicios entre ellas tenemos: **Home Personal Services (HPS)** y **Teletecnicos**, ambas empresas se definen así: **HPS: es una organización especializada en la gestión del personal de servicios domésticos. Redefine y aprovecha con notorio éxito en este sector de mercado desde 1991.**

*En tanto que **TELETECNICOS** es Empresa especializada en las reparaciones del hogar y el mantenimiento de comunidades y empresas. Ofrecen soluciones las 24 horas del día, los 365 días del año. Cuentan con más de 15 años de experiencia en el negocio de las reparaciones y mantenimientos a domicilio. Prestan servicios a particulares, comunidades de vecinos, administradores de fincas, compañías de seguro, pymes, fábricas y organismos oficiales.*

Actualmente en Colombia no se tienen referencias de este tipo de empresas de servicios aunque el sector servicios en los momentos de crisis de la economía y en los de proyección, las empresas de servicios se han convertido en factor fundamental para facilitar a los sectores, tanto privado como público, el hacerle frente en condiciones competitivas a las circunstancias cambiantes, internas y externas, generadas por los vaivenes de la economía mundial y local y de los factores sociales y políticos que impactan de una u otra forma la economía.

1.2 DESCRIPCION

Los servicios son actividades identificables, tangibles o intangibles y percederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Ahora bien, los servicios en la ciudad de Barranquilla ocupan el segundo renglón dentro de las actividades productivas desarrolladas al interior de la misma, solo superada por el comercio que es la principal fuente de ingresos y a la vez la principal actividad económica. Es importante señalar que en la ciudad de Barranquilla hay servicios que son prestados de manera tradicional y que constituyen una fuente importante y atractiva para el desarrollo de nuevas oportunidades de negocios.

Se puede ver que, servicios como: Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes, aun se prestan de manera tradicional es decir son negociados entre el prestador del servicio y el prestatario sin que haya ningún tipo de garantía que respalde el proceso de negociación.

Este tipo de servicios ya llevan varios años en el mercado colombiano y se muestran, como una interesante oportunidad de negocios que puede ser explotada de forma organizada y estructurada como empresa en la ciudad de Barranquilla, si se tiene en cuenta que este concepto ha evolucionado en los últimos años. Por su costo el servicio era prestado desde la informalidad, pero es

una actividad en constante crecimiento, con un mercado amplio por explorar, que ofrece muchas oportunidades de negocio para quienes ofrezcan este tipo de servicios.

Si se observan las perspectivas de crecimiento del sector las cuales son muy altas, este tipo de servicios no están siendo explotado completamente, lo que implica que las necesidades del mercado de este tipo de servicios en la ciudad de Barranquilla están siendo insatisfechas, si se tiene en cuenta que, los servicios son una de las principales fuentes de inversión y generación de empleo de la ciudad como se muestra en el Grafico³.

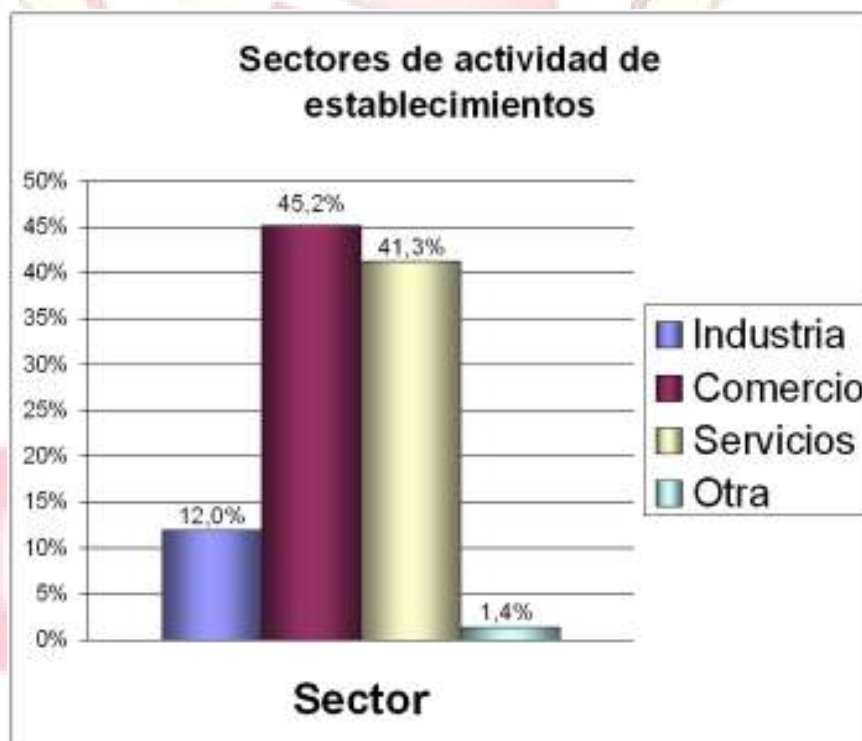


Grafico 1. Actividad económica en barranquilla

³Fuente: Cámara de Comercio de Barranquilla. 2011

De ahí que, para el desarrollo de esta idea de Negocios, es necesario realizar un estudio que permita ver la factibilidad de crear una empresa prestadora de servicios, para atender las necesidades del mercado. La cual debe ser la solución a las expectativas de satisfacción de las necesidades de los demandantes del servicio y a su vez permita aprovechar la oportunidad de negocios.

1.3 FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es factible financieramente la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes en la ciudad de Barranquilla?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVOS GENERAL

Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de una empresa de Prestación de Servicios Integrados para los estratos 5 y 6, y pequeñas empresas y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla, dedicada al suministro de Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del bien inmueble (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un Estudio de Mercado que, permita analizar las variables que influyen en la demanda y la oferta de los servicios a Prestar y el nivel de cobertura en servicios a alcanzar.
- Preparar un Estudio Financiero mediante el cual se estime el monto de la inversión y su rentabilidad.
- Elaborar un Estudio Organizacional que, permita definir la Infraestructura necesaria para el funcionamiento de la Empresa y la capacidad de los Servicios a Prestar

3. JUSTIFICACION

En la ciudad de Barranquilla el sector servicios es uno de los más importantes, dentro de ellos el subsector de las reparaciones presenta amplias perspectivas de crecimiento, ya que los demandantes de estos servicios prefieren optar por la contratación informal para suplir sus necesidades.

Por tal motivo con la propuesta se pretende que el consumidor de los estratos 5 y 6, las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Barranquilla, encuentren en un mismo lugar, los servicios de personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes. En una entidad legal que brinde confianza al cliente por tener trabajadores altamente capacitados en diferentes tipos de oficios y adicionalmente, responda por la calidad del servicio prestado.

Por lo anterior el proyecto se justifica, ya que, ofrece una nueva oportunidad de negocios en la ciudad de Barranquilla, si se tiene en cuenta que hay una demanda del servicio insatisfecha, la información de empresas de este tipo es escasa y que son pocas las ofertas de servicios en este sector el cual tradicionalmente es de tipo informal.

4. LIMITACIONES.

4.1 LIMITACIÓN ESPACIAL: Esta idea de negocio se llevará a cabo en la Ciudad de Barranquilla en el departamento del Atlántico la cual ofrece condiciones inigualables para la creación, comercialización y aprovechamiento de los servicios propuestos, si se tiene en cuenta que son garantizados y que están respaldados por personal experto en este tipo de labores.

4.2 LIMITACIÓN TEMPORAL: Este proyecto en su etapa investigativa requerirá información del comportamiento del sector y estudios de esta naturaleza que se hayan realizado desde el año 2.005 hasta 2011.

5. MARCO TEORICO

Desde tiempos remotos las necesidades de las personas han producido efectivamente sistemas para satisfacer las necesidades de estas mismas en base a sus consumos, estas necesidades principalmente alimenticias, de bienes y servicios fueron creciendo con los aumentos demográfico e instintivamente se comienzan a crear los intercambios entre distintas personas de distintos lugares, y se intercambiaban pescado por papas, carnes por ropa, o por madera, etc., en fin, esta acción de cambiar cosas produce en el tiempo una suerte de beneficios comunes y la regularidad de estos intercambios crean lazos que evidentemente se mantienen en el tiempo.

El desarrollo de estas actividades trajo consigo la organización de personas que se dedicaran a la producción de tales bienes para satisfacer necesidades obteniendo de ello beneficios económicos que les permitieran crecer no solo como organización sino también en la escala social. Este tipo de organización al darle forma es lo que hoy conocemos como “Empresa”.

Hay muchas definiciones de empresa entre ellas podemos ver:

Ricardo Romero, define la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".

Julio García y Cristóbal Casanueva, autores del libro "Prácticas de la Gestión Empresarial", definen la empresa como una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados".

Para Simón Andrade, la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios".

El Diccionario de Marketing, define a la empresa como una "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad".

El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos"⁴

La empresa, se concibe como una organización que combina elementos o recursos fundamentales, como por ejemplo, el ser humano, implementos técnicos, materias primas, para hacer real una idea de negocio, que tenga la finalidad de obtener beneficios, generar utilidades, aportar soluciones y contribuir al bien común. En el concepto "empresa" se enmarcan multitud de actividades diferentes lo que nos hace intuir su complejidad. En una agencia publicitaria, por ejemplo,

conviven redactores, fotógrafos, diseñadores gráficos, administrativos, personal de limpieza, contable, creativo, ejecutivos de cuentas, guardias de seguridad, recepcionistas, etc. El trabajo de todos y cada uno de ellos, junto con los recursos materiales y económicos son esenciales para que la publicidad aparezca en los diferentes soportes en el momento en que interesa al anunciante.

5.1 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU ACTIVIDAD.

Sector primario. Son aquellas actividades cuyos elementos básicos se encuentran directamente en la naturaleza. Los sectores más importantes dentro del primario son la agricultura, la ganadería, la pesca, la caza, la energía hidráulica, eólica o solar, la minería o la extracción de petróleo y gas.

Sector secundario. Agrupa a todas las actividades industriales, es decir, aquellas que son objeto de un proceso de transformación de materias primas y componentes en productos terminados.

Los sectores más destacados son la construcción, la metalurgia, la química, la construcción de maquinaria, la construcción naval, los automóviles, la construcción aeronáutica, el textil, el cuero, la madera, la transformación alimentaria, etc.

Sector terciario. En él se insertan todas las actividades que tienen como elemento principal el componente humano que presta unos servicios, muchas veces Intangibles y no almacenables. Es el sector con mayor crecimiento y al que pertenecen la mayoría de las empresas de comunicación. Los sectores más importantes son el comercio mayorista y minorista, los restaurantes y cafeterías, los hoteles, el transporte, las comunicaciones, la banca, los seguros, los servicios profesionales, los servicios recreativos y culturales, la educación, la sanidad, etc.

Dentro de los diferentes tipos de empresas que existen este estudio se refiere básicamente a las empresas de servicios las cuales son organizaciones económicas y sociales que prestan un servicio destinado a satisfacer determinadas necesidades en la sociedad. A pesar de que poseen características

distintivas, las empresas de servicios se engloban dentro del concepto más amplio de empresa. Para explicar las claves de la gestión y organización de estas compañías debemos partir de los conocimientos básicos de la Economía de la Empresa y adaptar sus postulados a las organizaciones del sector terciario de la economía.

Aquí es importante definir el concepto de servicio que es el fundamento de las actividades a desarrollar dentro de este estudio, por ello los servicios se definen según diferentes autores:

Stanton, Etzel y Walker, definen los **servicios** "*como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades*⁵".

Para Richard L. Sandhusen, "*los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo*⁶".

Según Lamb, Hair y McDaniel, "*un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente*⁷".

Kotler, Bloom y Hayes, definen un **servicio** de la siguiente manera: "*Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. Cabe señalar que según los mencionados*

⁵"FUNDAMENTOS DE MARKETING". **STANTON**, William. **ETZEL**, Michael. **WALKER**, Bruce. 13va. Edición. Mc Graw Hill, 2004. Págs. 333 y 334.

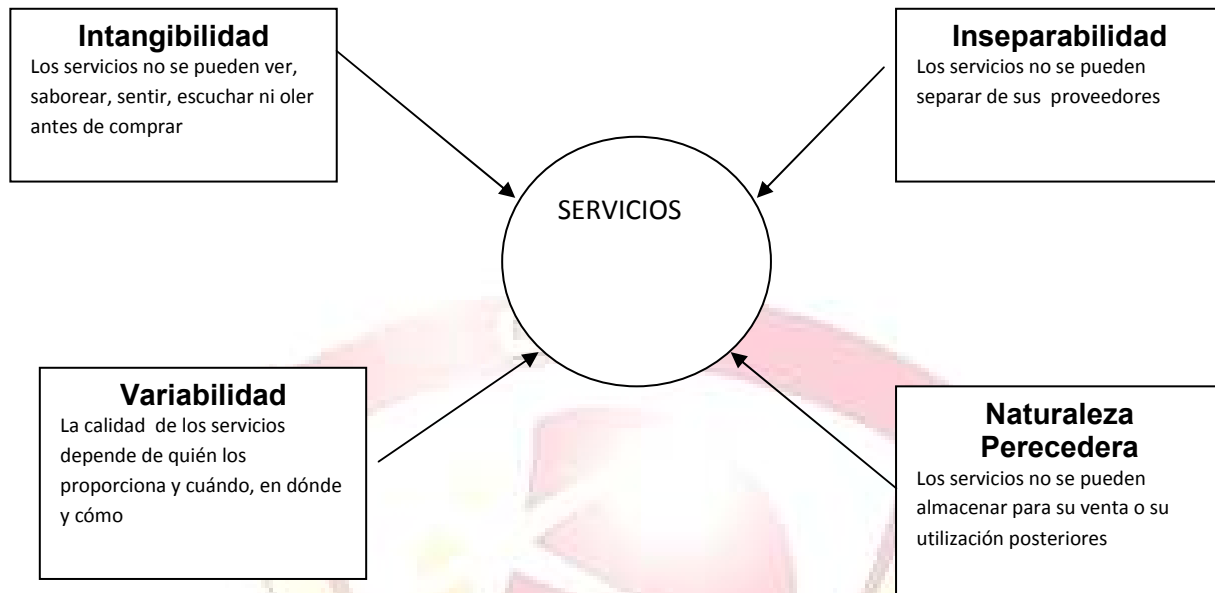
⁶"MERCADOTECNIA". **SANDHUSEN** L, Richard. Primera Edición. Compañía Editorial Continental, 2002. Pág. 385.

⁷"MARKETING", **LAMB**, Charles. **HAIR**, Joseph. **MCDANIEL** Carl. Sexta Edición. International Thomson Editores, 2002. Pág. 344.

*autores, los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas*⁸.

Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y que no da como resultado la propiedad de nada. Su producción puede o no estar vinculada a un producto físico. Las actividades como rentar una habitación de hotel, depositar dinero en un banco, viajar en avión, ver una película y obtener consejo de un ingeniero implican todas las compras de un servicio. De ahí que una empresa debe considerar cuatro características especiales del servicio cuando diseña sus programas de mercadotecnia: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y naturaleza perecedera. Esquemáticamente se tiene

⁸“EL MARKETING DE SERVICIOS PROFESIONALES”. **KOTLER**, Philip. **BLOOM**, Paul. **HAYES**, Thomas. Editorial Paidós SAICF, 2004, Págs. 9 y 10.



Cuadro 1. Ficha técnica del servicio

- **La intangibilidad del servicio**, significa que los servicios no se pueden ver, saborear, sentir, oír ni oler antes de comprarlos. Por ejemplo, las personas que se someten a una cirugía plástica no pueden ver el resultado antes de la compra y los pasajeros de las aerolíneas no tienen nada, excepto un boleto y la promesa de que los llevarán a su punto de destino.

Para reducir la incertidumbre, los compradores buscan “señales” de la calidad del servicio. Llegan a conclusiones acerca de la calidad basándose en el lugar, las personas, el precio, el equipo y las comunicaciones que ven. Por consiguiente, la tarea del proveedor de servicios es hacer que el servicio sea tangible en una o más formas. Mientras que los mercadólogos de productos tratan de añadir aspectos tangibles a sus ofertas intangibles.

Los bienes físicos se producen, luego se almacenan, después se venden y todavía más adelante se consumen. En contraste, los servicios primero se venden y después se producen y consumen al mismo tiempo.

- **La inseparabilidad del servicio**, significa que los servicios no se pueden separar de sus proveedores, no importa si esos proveedores son personas o máquinas. Si un empleado de servicio proporciona el servicio, entonces el empleado es parte del servicio. Debido a que el cliente también está presente cuando se produce el servicio, la interacción proveedor - cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios. Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado del servicio.
- **La variabilidad del servicio**, significa que la calidad de los servicios depende de quiénes los proporcionan, así como de cuándo, en dónde y cómo se proporcionan. Por ejemplo, algunos hoteles, como El Araucano, tienen la reputación de proporcionar un servicio mejor que otros. A pesar de eso, dentro del hotel, un empleado de la oficina de recepción puede ser jovial y eficiente, mientras que otro, que está de pie a poca distancia, puede ser desagradable y lento. Incluso la calidad del servicio de un solo empleado del hotel varía según su energía y su estado de ánimo en el momento de cada encuentro con el cliente.
- **La naturaleza perecedera del servicio**, significa que los servicios no se pueden almacenar para su venta o su utilización posteriores. Algunos médicos cobran a los pacientes cuando faltan a sus citas, debido al valor del servicio sólo existió en ese punto y desapareció cuando el paciente no se presentó. La naturaleza perecedera de los servicios no es un problema cuando la demanda es constante. Sin embargo, cuando la demanda fluctúa, las empresas de servicio a menudo experimentan problemas difíciles. Por ejemplo, debido a la demanda durante las temporadas pick, las empresas de transporte deben contar con más equipo del que necesitarían si la demanda fuera uniforme a lo largo del año. Por consiguiente, las empresas de servicios deben diseñar estrategias para tratar de igualar la oferta y la demanda. Por ejemplo, los

hoteles y centros turísticos cobran precios más bajos fuera de temporada, para atraer más huéspedes. Y los restaurantes contratan empleados por hora para que sirvan durante los períodos pick.

La Cadena de Utilidades del Servicio

Las empresas de servicio exitosas enfocan su atención tanto en sus clientes como en sus empleados. Comprenden la cadena de utilidades del servicio, que vincula las utilidades de la empresa de servicio con la satisfacción de los empleados y de los clientes.

Esta cadena consta de cinco eslabones:

1. Calidad del servicio interno, una selección y capacitación superiores de los empleados, un ambiente de trabajo de calidad y un poderoso apoyo para quienes tratan con los clientes, lo que da como resultado.
2. Empleados de servicios satisfechos y productivos, es decir, empleados más satisfechos, leales y que trabajan arduamente, lo que favorece.
3. Un valor mayor del servicio, la creación de un valor para el cliente y la prestación del servicio en forma más efectiva y eficiente, lo que da como resultado.
4. Clientes satisfechos y leales, es decir, clientes satisfechos que siguen siendo leales, que hacen compras subsecuentes y que refieren a otros clientes, lo que propicia.
5. Utilidades y crecimiento saludables del servicio, un desempeño superior de la empresa de servicio.

Es importante señalar que, en el caso de Colombia las primeras leyes sobre empresas de prestación de servicio son de 1975, año en el cual se funda la primera asociación de empresas de servicios temporales, aunque fue una empresa temporal es imprescindible señalar que es la primera evidencia que se tiene en este caso para este tipo de empresas.

Cabe resaltar que dada la escasez de la información en Colombia, para este estudio se han consultado fuentes generales, lo cual permite a su vez constituir este estudio como una nueva fuente valedera para futuras investigaciones.



6. MARCOLEGAL

La empresa a constituir es comercial, la cual será constituida bajo régimen de Sociedad De Acción Simplificada (SAS). Esta ha sido escogida por su flexibilidad, su fácil constitución y un menor costo en comparación a otros regímenes. La empresa estará constituida por Tres socios, **KERMIN LINDSAY BOHORQUEZ BASTO, ANDREA CAROLINA MAURY SALAS y AUGUSTO CESAR OLAVE ALEAN**, con el 100% de la participación accionaria, la empresa estará sometida por la ley 1258 de diciembre del 2008 la cual fue aprobada por el Estado colombiano y por la Ley 50 de 1990.

7. SUPUESTO TEORICO

A.-GENERAL: Realizar un Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa dedicada ala prestación de Serviciosintegrados de Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes en la ciudad de Barranquilla.

B.-ALTERNATIVA: Impacto que generan los servicios de Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes en el mercado de Servicios de la ciudad de Barranquilla.

8. METODOLOGÍA

8.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN: Para la elaboración del presente estudio se utiliza la investigación analítica, debido a que no solo se identifican las características y elementos importantes del problema en cuestión, sino que además se realiza un estudio detenido de cada una de ellas y la relación e interdependencia que puedan presentar, con la finalidad de llegar a las conclusiones que a su vez se convertirán en la solución de la situación problema planteada.

8.2 METÓDO: Se utilizó el método deductivo, pues se parte de una información general, hallada en el medio en que se desarrolla la actividad, la cual es adaptada a los objetivos particulares del proyecto, a través del análisis de cada uno de los datos recolectados.

8.3 FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA:

Fuentes de información primaria: entrevistas a los habitantes de los estratos 5 y 6 de la ciudad de Barranquilla y a las pequeñas y medianas empresas que pueden pagar, por un servicio de este tipo, adicional a ello se hace análisis de las empresas de este tipo de sus procesos y de las unidades productivas, al igual que de sus experiencias en ciudades similares.

Fuentes de información secundaria: textos, Internet y documentos.

8.4 UNIVERSO

El universo del estudio lo componen los estratos 5 y 6 de la ciudad de Barranquilla y las pequeñas y medianas empresas que pueden hacerse a estos servicios.

8.5 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

$$n = \frac{k^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(e^2 \cdot (N-1)) + k^2 \cdot p \cdot q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

K: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 4,5%.

E: es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. Ejemplos:

P: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura.

Q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$.

N: es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

Para este caso:

N= 230291; k= 2; e= 10%; P=0.5; q= 0.5; n= 100

9. DESARROLLO CAPITULAR DE LA INVESTIGACIÓN

De acuerdo al problema presentado anteriormente la alternativa de solución será presentada en tres capítulos así:

- ❖ **Estudio y Análisis de Mercado:** Capítulo en el cual se hace el estudio y análisis del mercado para establecer las posibilidades de aceptación de los servicios ofertados, adicionalmente se evalúa la competencia y se establecen las estrategias de mercadeo a desarrollar para el posicionamiento en el mercado.
- ❖ **Estudio Técnico y Financiero:** En este capítulo se hace observación detallada de la parte financiera al tener en cuenta los resultados de la encuesta ejecutada, se realiza un estudio técnico en el cual se incluyen los costos del montaje de la empresa y se proyectan los ingresos a percibir.
- ❖ **Diseño de Estructura Organizacional:** Se establece en este capítulo la forma como se va establecer la estructura organizacional de la empresa, se hace un análisis DOFA, y se realiza la estructura jerárquica.

CAPITULO 1

1.1 ANALISIS Y ESTUDIO DEL MERCADO

“El Mercado es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes. El mercado surge desde el momento en que se unen grupos de vendedores y compradores, y permite que se articule el mecanismo de la oferta y demanda. Entre las distintas clases de mercados podemos distinguir los mercados al por menor o minoristas, los mercados al por mayor o distribuidores, los mercados de productos intermedios, de materias primas y los mercados de acciones.

El término mercado también designa el lugar donde se compran y venden bienes, y para referirse a la demanda de consumo potencial o estimada. Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.

En Mercadeo los vendedores constituyen la industria y los compradores el mercado. En Mercadeo se habla del mercado total, potencial, disponible, meta y por el que se penetra. Estos mercados deben cuantificarse con el fin de medir la demanda⁹.

*Según otros autores el **mercado** se define como "un grupo de gente que puede comprar un producto o servicio si lo desea"¹⁰.*

⁹RUBINFELD L, Daniel. PYNDICK, Robert S. "Microeconomía". 5ta Edición. Pearson.

¹⁰REID, Allan L. "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones". Editorial Diana México, Pág. 500.

Un **mercado** es el "conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio"¹¹.

Un **mercado** es "un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto, y los vendedores, la oferta"¹²

Es común encontrar que cada persona define el concepto de mercado como mejor le parece o le conviene: cuando un accionista habla de mercado se refiere al mercado de valores o de capital; para una ama de casa, el mercado es un lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista económico, un mercado es un lugar donde se reúnen oferentes y demandantes. Según ellos, es en el mercado donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda. Para efectos de la mercadotecnia son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. Para completar esta definición deben existir tres aspectos:

- a) La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos.
- b) La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.
- c) La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos con necesidades, a cambio de una remuneración.

Entre los tipos de Mercado tenemos: Mercado de dinero, Mercado de turismo, Mercado de capitales o bienes de capital, Mercado total, Mercado potencial, Mercado disponible, Mercado disponible calificado, Mercado meta, entre otros.

¹¹ **KOTLER, ARMSTRONG, CÁMARA Y CRUZ** "Marketing", Décima Edición, Prentice Hall, Pág. 10.

¹² **MANKIW**, Gregory "Principios de Economía". Tercera Edición, Mc Graw Hill, Pág. 41.

La segmentación anterior, está orientada hacia los mercados de consumo, sin embargo, los mercados industriales pueden segmentarse de esta forma con un enfoque de nido, estructurada en criterios como factores demográficos, en variables operativas tales como tamaño de la cuenta, necesidad de servicios y de tecnología; enfoques de compra del cliente como son las estructuras de poder en la empresa, criterios y políticas de compras; factores situacionales como la urgencia, el tamaño del pedido y la aplicación específica del producto, características personales del comprador, como es su actitud hacia el riesgo, lealtad hacia el proveedor y semejanzas entre vendedor y comprador.

Cabe resaltar que el mercado del sector servicios en Colombia representa una parte importante del PIB, según cifras del DANE¹³ durante el 2011 el Producto Interno Bruto creció en 5,8% respecto al mismo periodo de 2010. Este comportamiento se explica por las siguientes variaciones sectoriales: 6,6% en comercio, servicios de reparación, restaurantes y hoteles; inmuebles y servicios a las empresas; en construcción; 2,7% en servicios sociales, comunales y personales y 1,2% en electricidad, gas de ciudad y agua.

¹³DANE. Boletín de Prensa N° 7 Producto Interno Bruto



Grafico 2. Producto interno bruto

1.2 COMPORTAMIENTO A NIVEL REGIONAL: El sector servicios a nivel regional viene creciendo de forma sostenida, más notorio en el área metropolitana de Barranquilla en la cual representó el 31.2% de la actividad formal y el 8.6% del Registro Mercantil según informes de la Cámara De Comercio.

1.3 MERCADO POTENCIAL

Inicialmente el Mercado Potencial definido en la investigación corresponde a los estratos 5 y 6 de la ciudad de Barranquilla, sin excluir las otras estratificaciones de acuerdo a su capacidad económica. Según el crecimiento que se obtenga se pretende en el segundo año de actividades dar apertura a una sucursal que podría estar ubicada en una de las tres principales ciudades de Colombia, cuya escogencia depende del momento coyuntural económico respectivo, su mercado puede estar ubicado en el sector de los pequeños y medianos empresarios.

Cabe resaltar que a nivel nacional las pymes representan un 12% del universo empresarial en Colombia, aportando un 34% del empleo nacional. Según el DANE en Colombia hay 84.000 pymes, y se cree que el número ha aumentado. De ellas pertenece a Barranquilla el 7% del total nacional, lo que nos da un mercado potencial de 5.880 empresas.

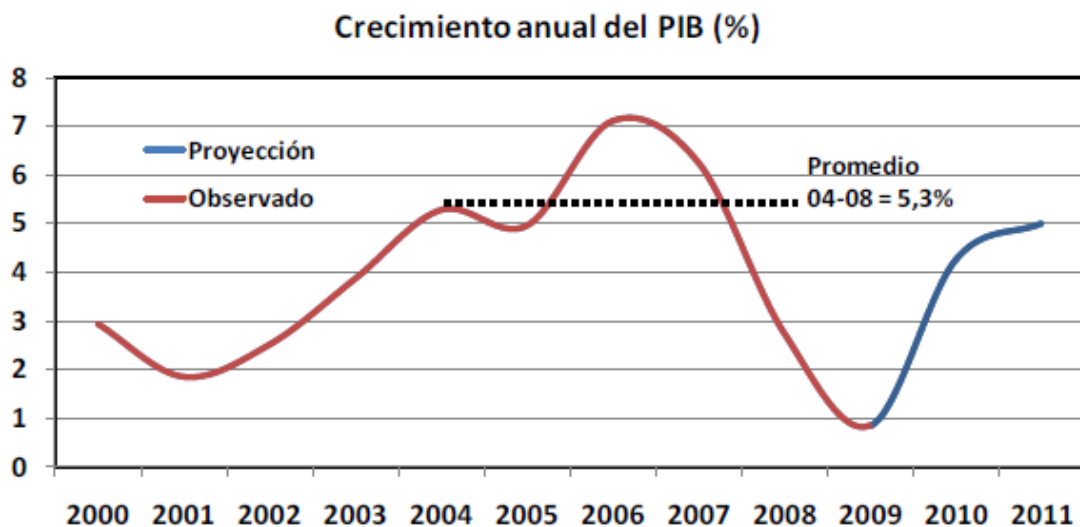
Total Pymes en Barranquilla: 5.880¹⁴

Porcentaje Mercado a Conquistar: 1.6%

Mercado Objetivo: 117 pymes

Es probable que el número sea mayor en tiempo presente. Si se tiene en cuenta la proyección actual de la economía colombiana y de la economía regional según lo muestra el PIB, los datos para este año son muy prometedores, a ello se agrega el inicio del tratado comercial firmado con los Estados Unidos, que va a permitir que la apertura a las empresas de servicios integrados de personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes en la ciudad de Barranquilla hace que el sector sea más dinámico, toda vez que se constituye en un punto más de ganancias para el país y a la vez compite con otras empresas de orden nacional e internacional, y para ello se hace necesario que haya flexibilidad no solo en los impuestos a pagar sino también porque hace crecer al sector. Ahora bien, las proyecciones del PIB para el 2012 reflejan que el buen momento que tiene la economía colombiana en todos sus sectores dentro de ellos los servicios en todas sus no son la excepción.

¹⁴Proyecciones Censo DANE 2005 actualización 2011. En www.dane.gov.co síntesis cuentas nacionales.



Fuente: DANE, DNP-DEE

Grafico 3. Crecimiento anual del PIB

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Para este estudio, se realizó una encuesta a los habitantes del norte de la ciudad de Barranquilla teniendo en cuenta que estos son los que componen en su mayoría los estratos 5 y 6, la encuesta se realizó en tres cortes a saber:

1. Pertenencia al estrato, Realización de Mantenimientos u otras actividades al interior del hogar, y sobre su acuerdo o desacuerdo a que una sola empresa les brinde tales servicios.
2. Recurrencia en caso de daños de equipos y/o remodelaciones del inmueble y frecuencia de reparaciones de tales daños.
3. Percepción al momento de contratar un servicio de cualquier índole.

De la encuesta se obtuvieron los siguientes datos:

A las preguntas:

¿Vive Usted en el estrato 5 o 6 de la Ciudad de Barranquilla?

¿Usted mismo realiza mantenimiento a su hogar?

¿Le gustaría que una sola empresa se encargue de realizar todos los mantenimientos de su hogar?

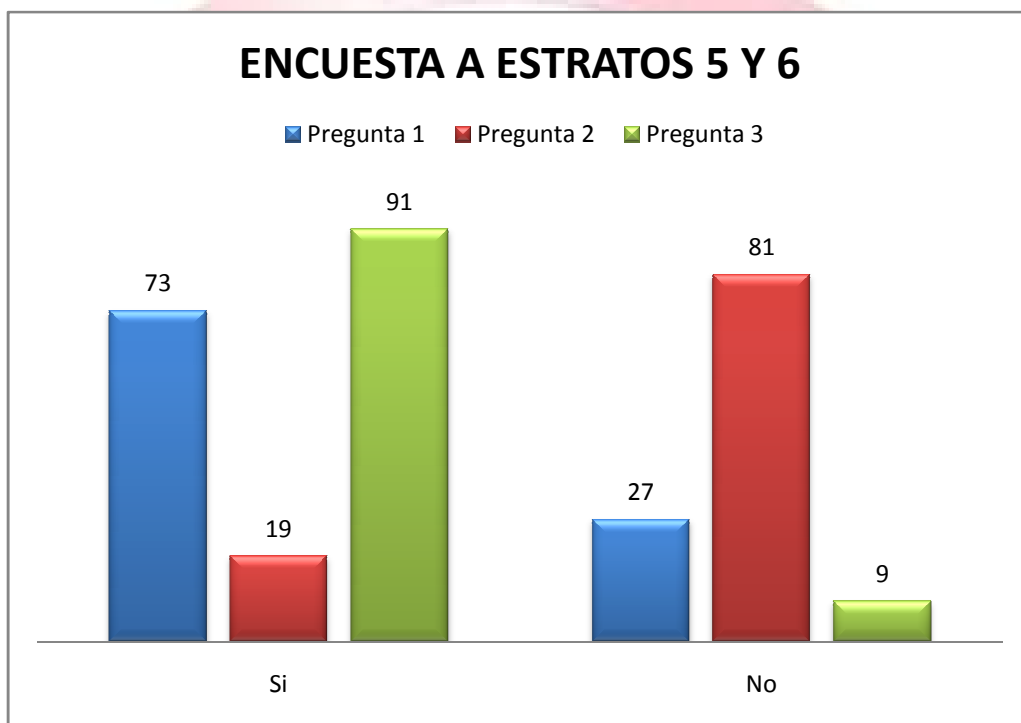


Grafico 4. Encuesta preguntas 1, 2 y 3

Es notorio que la población encuestada está dentro del sector encuestado, no realiza en su gran mayoría mantenimientos en sus respectivos hogares y está de acuerdo con que una sola empresa les preste los servicios de forma integrada.

En el segundo corte se obtuvo:

A las preguntas

¿Cuándo se presenta un daño ya sea (eléctrico, tuberías, etc.) acude?

- a. A una persona recomendada (empleado informal)
- b. Una entidad especializada en el asunto
- c. ¿Consulta las páginas amarillas?

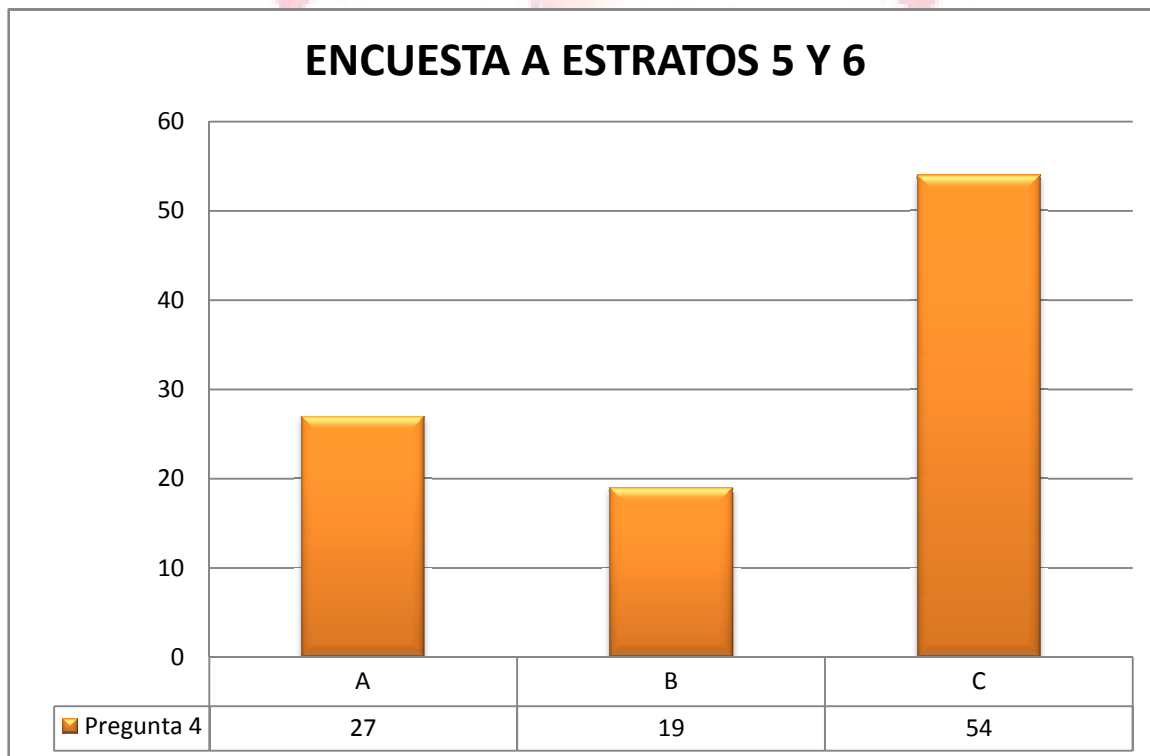


Grafico 5. Encuesta preguntas 4

¿Con que frecuencia usted realiza mantenimiento a su hogar?:

1. Una vez al mes
2. Una vez cada seis meses
3. Una vez por año
4. No realizo mantenimiento a mi hogar

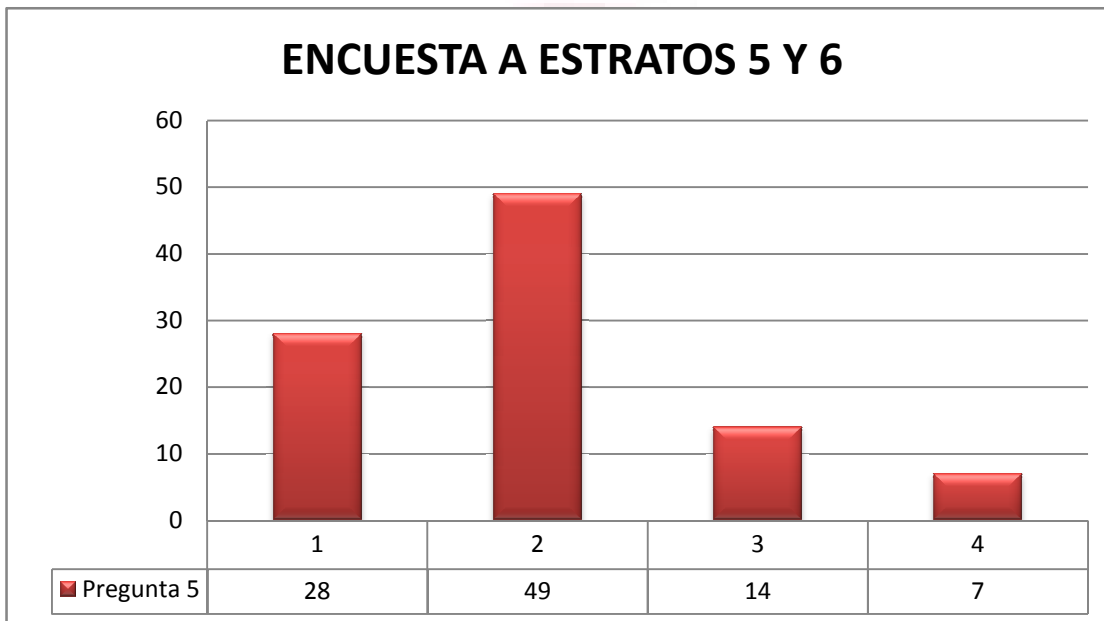


Grafico 6. Encuesta preguntas 5

CUUC

Ya en el tercer y último corte se obtuvo lo siguiente:

¿Cuándo adquiere un servicio que es lo más importante para usted?

- A. Precio
- B. Calidad
- C. Garantía
- D. Otro

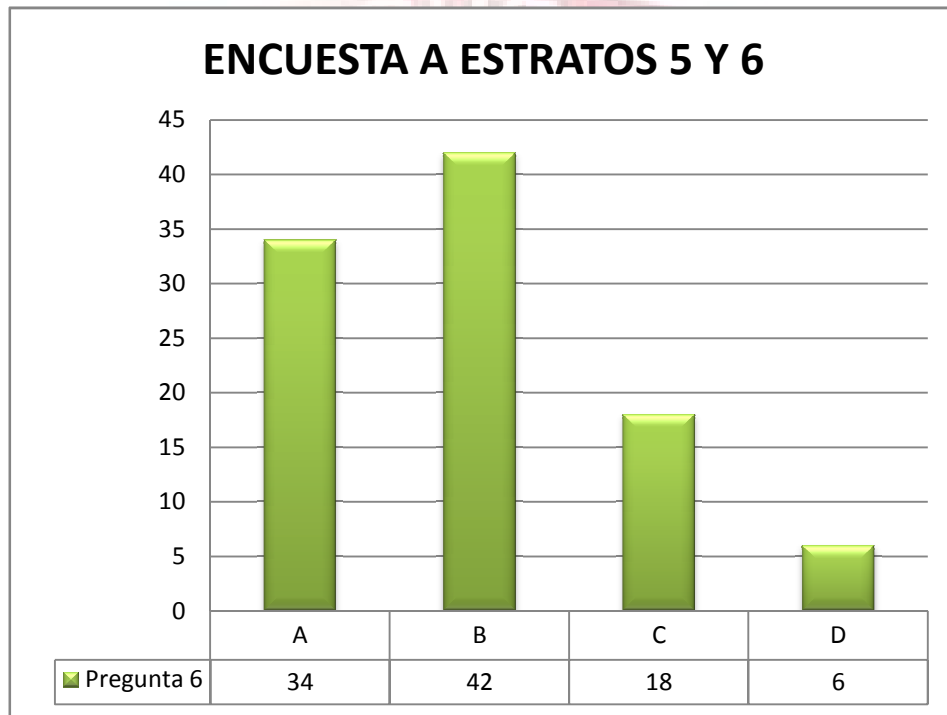


Grafico 7. Encuesta preguntas 6

El análisis de la demanda muestra, dada las referencias que se tienen, que el servicio es altamente demandado y que hay poca oferta del mismo. Adicionalmente se demuestra que el mercado meta es receptivo para este tipo de negocio, si se tiene en cuenta que la oferta está separada por servicios y realmente es escasa, a pesar que no se tiene estudios al respecto todo indica que este proyecto es un referente para futuras investigaciones y a la vez nos permite tener una idea del potencial de demanda de este tipo de mercado en la ciudad.

Al examinar el comportamiento del sector durante el 2011, se observa un aumento en 5,9% respecto a 2010. Estos resultados se explican por el crecimiento del comercio en 6,9%, de los servicios de reparación en 3,8 % y de los servicios de hotelería y restaurantes en 4,4%. En el cuarto trimestre de 2011, presentó un aumento en 5,3%, explicado por el crecimiento en la producción de los servicios de comercio en 4,7%, de los servicios de reparación en 3,3% y de los servicios de hotelería y restaurantes en 8,1%; todos comparados con el mismo período del año 2010.

De esto se colige que:

1. En la ciudad existen de manera informal empresas que ofrecen determinados servicios, pero no de forma integral a las pymes y a los hogares, lo cual beneficia la relación oferta-demanda.
2. Se considera que la ciudad maneja el 7% del total de pymes a nivel nacional, además es considerada como centro industrial y portuario, lo que facilita el proceso de desarrollo empresarial que se está gestando en el Atlántico, gracias a gestión de los dirigentes actuales.

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se observó que en la ciudad pocas empresasse consideran competencia directa, ya que solo dos prestan diferentes servicios, pues en la mayoría de los casos solo prestan un solo servicio como son el caso de las reparaciones y/o mantenimientos de sistemas, fontanería, remodelaciones o instalaciones de aires acondicionados, las consideradas competencia son **Mr Job** y **Coningenio**, estas empresas poseen el portafolio más amplio al incluir en ellas servicios como: remodelación, mantenimiento pero ninguna dedicada al suministro de personal doméstico, en este campo se encuentran empresas de aseo industrial y mantenimiento de oficinas y se consideran competencia el **Grupo Colba**, empresa dedicada hace más de 10 años al servicio de aseo y mantenimiento de edificaciones, **Reparamus**, la cual solo atiende el sector de mantenimientos pero excluye personal, y **HOMBRES Y MUJERES DE ALQUILER**, son la competencia más fuerte de servicios pero son poco conocidos en el mercado a pesar de los 8 años que participan en el mercado.

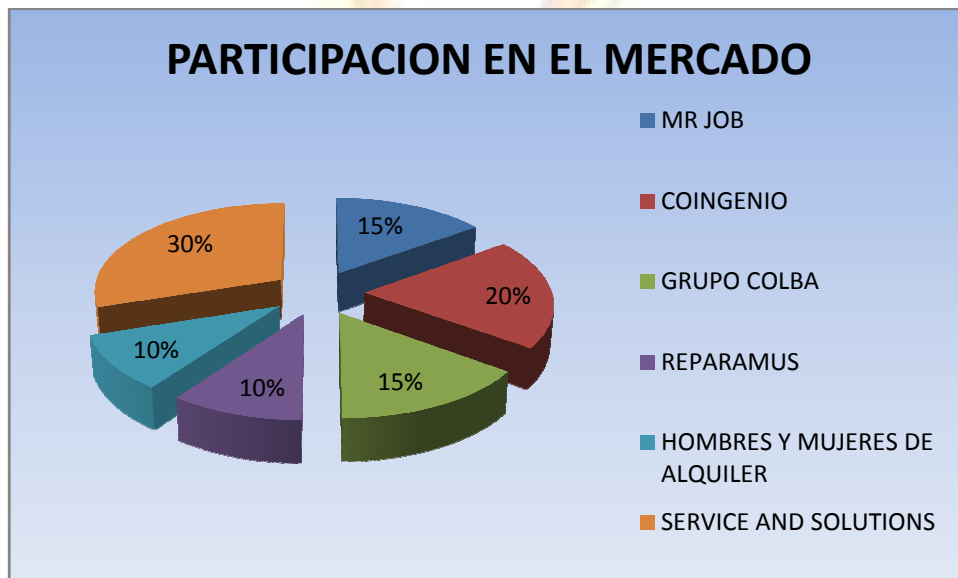


Grafico 8. Participación en el mercado

1.5.1 OTRAS EMPRESAS: En Barranquilla hay otras empresas que se dedican a actividades similares, dedicándose al sector de las microempresas. Algunos ofrecen diferentes servicios en las organizaciones pero, aunque no genera competencia directa, pueden formar alianzas con directos competidores.

1.6 ANÁLISIS DE PRECIOS

Debido a que la asistencia a prestar no es nueva, se pretende hacer un lanzamiento de un servicio integrado en el mercado con competidores existentes, razón por la cual se debe tomar una serie de decisiones que ayuden a desarrollar estrategias de penetración de mercado para garantizar el éxito de este servicio.

Para el efecto se hace uso de las siguientes estrategias planteadas a continuación.

- ❖ **Estrategias de Valor:** Consiste en la presentación diferenciadora de los servicios a ofrecer con alta calidad y a precios accesible.
- ❖ **Estrategia de pago por cotización:** El cliente solo va a cancelar lo cotizado más un servicio adicional de su elección, a un precio justo. Todos los servicios son adaptables al bolsillo del cliente, estableciendo en el portafolio una línea económica y otra de alta gama, para su comodidad y beneficio.
- ❖ **Estrategia para mantener la lealtad de clientes amigos:** los clientes frecuentes recibirían descuentos dependiendo de la periodicidad de compra, recibirán además, regalos de la empresa en fechas importantes.

1.7 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La Empresa con el ánimo de abordar a sus clientes pretende desarrollar las siguientes estrategias.

- ✓ Entrega de volantes con la descripción y ubicación de la Empresa.
- ✓ Página web de la empresa en la cual se describe cada servicio.
- ✓ Campaña radial.
- ✓ Desarrollo en medios impresos y digitales.
- ✓ Inauguración con demostraciones de los Servicios.
- ✓ Acompañar a los clientes en todos los procesos, desde la ejecución e implementación hasta la obtención de los objetivos propuestos.
- ✓ Garantizar los servicios. Esa garantía es válida si el cliente lleva a cabo todas las sugerencias propuestas.

1.7.1 ESTRATEGIA DE SERVICIO AL CLIENTE

El objetivo es satisfacer a nuestros clientes, para ello se cuenta con:

- ❖ **Servicio Telefónico y Fax:** será un servicio complementario por este medio, se atenderán solicitudes, se suministrará información requerida por los clientes.
- ❖ **Correo electrónico:** Cada departamento tendrá una dirección de correo, por este se enviará y recibirá información concerniente a las actividades que se estén realizando con cada cliente.
- ❖ **Página web:** Se encontrará disponible toda la información concerniente a la empresa. La página dispondrá de links de descargas: portafolio de servicios, informes de carácter empresarial y actualidad de la empresa. También habrá servicio de atención al cliente donde resolveremos

inquietudes y dudas, además se exhibirá la lista de clientes que incluirá comentarios y testimonios de los resultados obtenidos después de ser asesorados por nosotros

1.7.2 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

1.7.2.1 PRECIO ESTIMADO.

Se partirá de una base de \$50.000 mil por servicio básico, aunque ésta varía de acuerdo a las necesidades del cliente, cabe resaltar que para comodidad del cliente y beneficio de la empresa se parte de un **paquete básico** en servicios integrados cuyo valor aproximado es de 200.000 mil pesos. Esto se hace para que los servicios estén al alcance de todo el mercado objetivo y del público que opte por los servicios ofrecidos, ya que uno de los inconvenientes en la contratación de este tipo de servicios es su costo, debido al trabajo calificado que se requiere.

Para el suministro de personal doméstico el precio estándar y establecido por ley, lo constituye el **Salario Mínimo Mensual Legal Vigente**, pero este servicio se presta según necesidad del cliente, para ello se tiene 2 modalidades **1) A todo Costo** en la cual se suministra el personal con todo el pago de salario y seguridad social que implica. **2) A Costo Parcial** Donde se le suministra el personal y solo se le paga el salario, en este caso el cliente asume la seguridad social.

En cualquiera de las dos Formas el salario a pagar es de **\$ 600.000 Pesos**, yes necesario e importante aclarar que este tipo de servicio se presta tradicionalmente de manera informal y los pagos son de mutuo acuerdo entre contratante y contratado, esta relación establece que para los estratos inferiores al 5 y 6 los precios oscilan entre 250 y 300 mil pesos mensuales y no incluyen seguridad social, para los estratos 5 y 6 los precios son variables ya que se cancelan por día laborado y oscilan entre 25 y 20 mil pesos día sin incluir los transportes los cuales

son liquidados a parte del salario diario, estos cálculos permiten establecer que las familias pagan en promedio mensual por servicio doméstico entre \$750 y \$900 mil pesos. Cabe aclarar que la empresa cobrara \$750.000 pesos por la prestación de este servicio y los servicios de aseo dirigido o niñeras tendrá una liquidación diferente.

1.8 PORTAFOLIO DE SERVICIOS

1.8.1 SERVICIOS

Para llevar a cabo los objetivos empresariales y comerciales la empresa pretende apoyar a los clientes en el mejoramiento de su calidad de vida y en el caso de una organización, en el crecimiento de su negocio, brindando eficazmente los servicios de un personal altamente capacitado, especializado y comprometido con sus objetivos y metas.

Por ello los servicios a ofrecer de manera integral permiten mejorar en todos los aspectos logrando no solo la satisfacción de un cliente en un hogar sino también la consolidación dela empresa en el ámbito regional y nacional.

1.8.2 PERSONAL DE ATENCIÓN DOMÉSTICO: El personal doméstico es cuidadosamente seleccionado y altamente capacitado para cumplir con los objetivos empresariales, para garantizar la asistencia oportuna y la calidad en el servicio requerido. Generando confianza y credibilidad en el trabajo elaborado por el grupo de trabajo.

- Personal de atención doméstico
- Niñeras
- Aseadoras

1.8.3 FONTANERÍA: En ella recae el funcionamiento y rendimiento de un hogar convirtiéndose en parte fundamental y vital de la casa. El equipo de trabajo lo conforman profesionales, expertos en este tipo de trabajo, detectando, identificando y solucionando las anomalías estructurales que afectan el desempeño del hogar o la empresa.

- Grifería completa
- Instalación y mantenimiento de redes de tuberías
- Desagüe de PVC
- Reparación de cisterna

1.8.4 ALBAÑILERÍA Y REFORMAS AL INTERIOR DEL HOGAR

(Reparaciones Eléctricas, Trabajos De Construcción): Si se analiza la situación económica del país, y del sector de la construcción es uno de los más dinámicos en los últimos años, ya que, la ciudad viene experimentando un arduo proceso de crecimiento y ello se refleja en la cantidad de viviendas nuevas. Por ello, la empresa cuenta con un equipo interdisciplinar que puede realizar pronósticos acertados de construcción y remodelación al interior del hogar, aparte de eso el equipo se amolda a las necesidades del cliente y hace lo que él quiere indicándole lo más conveniente para la estética de su hogar o negocio.

- Remodelaciones In Situ.
- Diseño de espacios y aprovechamiento de zonas.
- Pronósticos de Comportamiento del sector Constructor (costos, precios, ventas).
- Diseño de Redes eléctricas interiores y exteriores.
- Mantenimiento de redes de distribución eléctrica para ahorro de energía.

1.8.5 INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE AIRES ACONDICIONADOS: Se le asesora a los clientes en los diferentes aspectos de la instalación y el mantenimiento de aires acondicionados, independientemente del tamaño, con miras al desarrollo y comodidad del hogar así como del aprovechamiento de la energía y el mantenimiento de los mismos.

1.8.6 MANTENIMIENTO DE SISTEMAS Y REDES: La tecnología es parte esencial en el desarrollo de toda sociedad, hogar u organización, siendo conscientes de ello la empresa coloca a su alcance las herramientas informáticas necesarias para brindarle un servicio eficaz y eficiente, teniendo en cuenta que cada hogar o empresa requiere soluciones diferentes y específicas lo que ayuda a prestar un servicio de calidad acorde a sus necesidades.

- Diseño, montaje y mantenimiento de redes
- Mantenimiento correctivo y preventivo de hardware.



CUUC

CAPITULO 2

2.1 ESTUDIO TECNICO Y FINANCIERO

Teniendo en cuenta el primer capítulo de este estudio, los servicios ofrecidos son de carácter integral, atendiendo los diferentes campos o áreas que componen un hogar y/u organización como son Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes y a ello se agregan los tipos de mantenimiento.

Descripción: asesorías en servicios a hogares y empresas.

Servicios:

- Personal de atención doméstico
- Fontanería
- Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción)
- Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados
- Mantenimiento de Sistemas y Redes

2.2 Asesores en Servicios: para poder prestar los servicios ofrecidos se tiene una base de datos de personal altamente capacitado, preferiblemente con experiencia en este tipo de trabajos, de igual manera se tiene un exigente proceso de selección del personal a incluir en esta base de datos. Es importante aclarar que los servicios se prestan por Outsourcing y para ello, el valor de cada trabajo obedece a una cotización previa de la cual el 60% corresponde a la Empresa y el 40% al contratista. Para casos específicos se pactan porcentajes.

2.3 IMPACTO DEL PRODUCTO

El impacto del servicio será favorable, pues la calidad del mismo, es alta, lo que permite al cliente contar con un servicio ideal. Parte de esta seguridad se debe a la gran demanda que tiene el producto en el mercado, lo que ayuda en la labor de comercialización

2.4 PROCESOS A REALIZAR DEL SERVICIO

- **Analizar:** Parte de la Promoción del servicio para Estudiar al hogar o la empresa que solicite el servicio en su totalidad.
- **Diagnosticar:** Se evalúa el problema que poseen y se establecen objetivos de calidad a realizar. Ya en la empresa se elige al personal que va a prestar el Servicio.
- **Soluciones:** Se generan varias alternativas para solucionar la problemática en el corto plazo y la forma de hacerle mantenimiento para evitar situaciones iguales en el largo plazo. En esta etapa el Servicio ya ha sido cancelado.
- **Ejecutar y Evaluar:** Se elige la mejor solución y se ejecuta, después se evalúa para verificar si se están cumpliendo con los objetivos planeados. Se hace una nueva visita para verificar la calidad del servicio prestado y se atienden las sugerencias del cliente.

DIAGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO

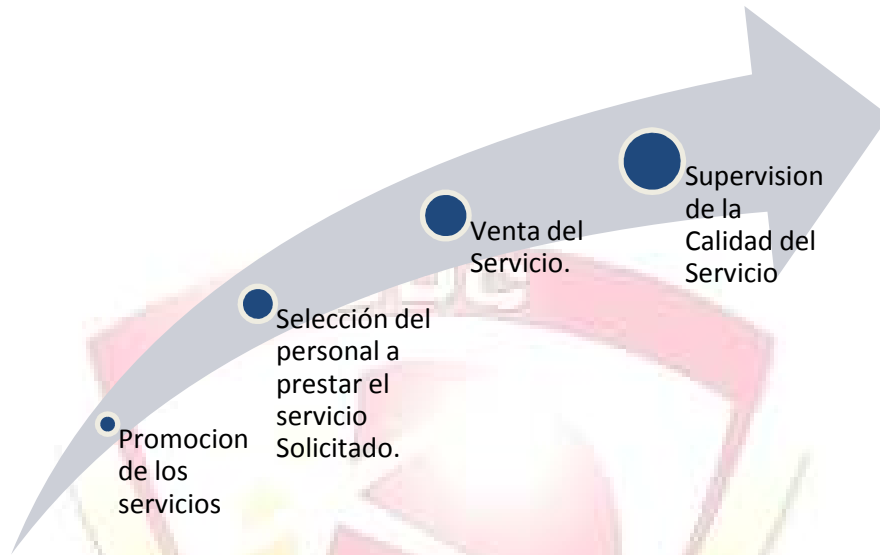


Grafico 9. Diagrama de proceso de servicios

DIAGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO PERSONAL DE ATENCIÓN DOMÉSTICO

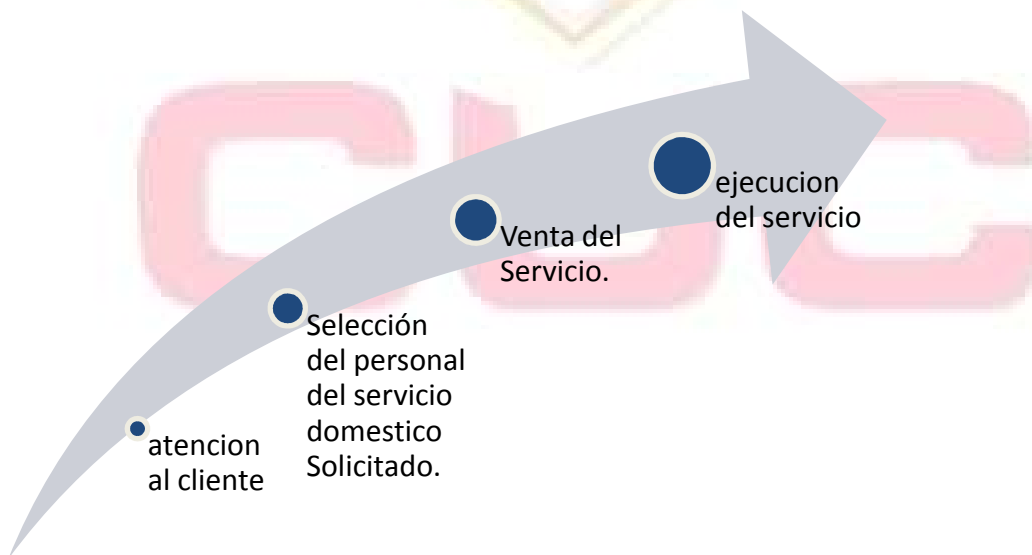


Grafico 10. Diagrama de proceso de servicios domestico

DIAGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DE FONTANERÍA

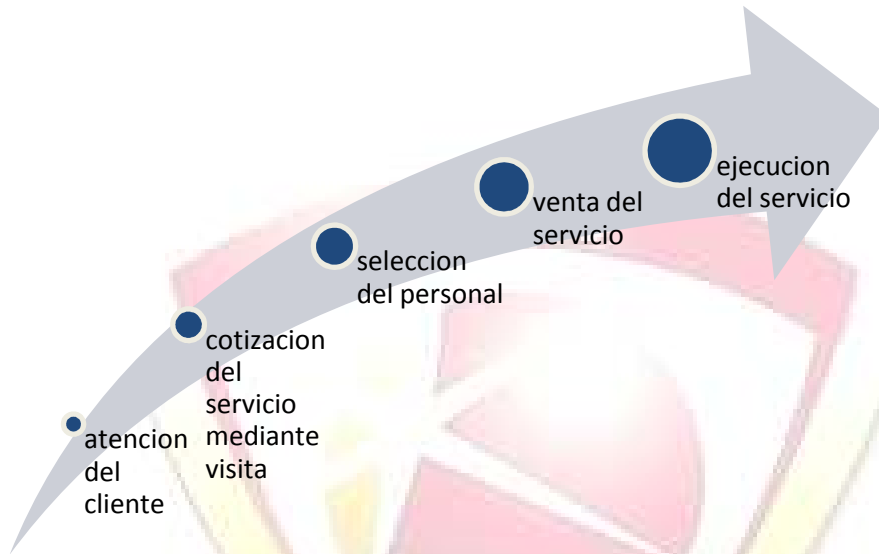


Grafico 11. Diagrama de proceso de servicios de fontanería

DIAGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DE ALBAÑILERÍA Y REFORMAS AL INTERIOR DEL HOGAR (Reparaciones Eléctricas, Trabajos De Construcción)

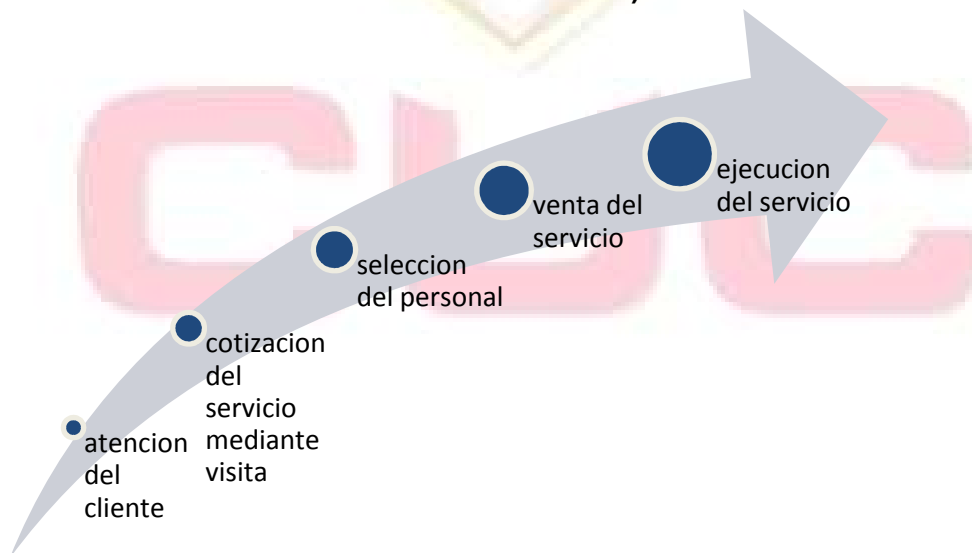


Grafico 12. Diagrama de proceso de servicios de albañilería

DIAGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DE INSTALACIÓN Y MANTENIMIENTO DE AIRES ACONDICIONADOS



Grafico 13. Diagrama de proceso de servicios de instalación y mantenimiento de aires acondicionados

DIAGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE SISTEMAS Y REDES



Grafico 14. Diagrama de proceso de servicios de y mantenimiento de sistemas y redes.

2.5 FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO

Descripción	Servicios Domésticos Generales
Tecnología	Herramientas de Última Generación, Personal Altamente Capacitado para la Labor
Características	Reparaciones, Diseños y Mantenimientos
Capacidad	12 o más Servicios al Mes

2.6 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL SERVICIO

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Prestamos servicios que otros no prestan.	Somos Nuevos en el Mercado
Nuestro Paquete de Servicios nos permite hacer y ofrecer cosas diferentes.	Prestan Servicios Diferentes al Nuestro
Garantizamos El Servicio que Prestamos	
Nuestro Personal es idóneo al Servicio a Prestar	
El Precio del Servicio depende de las necesidades del Cliente.	
El Personal Tiene amplia experiencia en prestación de Servicios	
Nuestro respaldo es la calidad de nuestro servicio	

Cuadro 2. Ventajas y desventajas del servicio

2.7 LOCALIZACIÓN La empresa estará ubicada en el norte de la ciudad de Barranquilla en la Carrera 54 con Calle 74 Centro Comercial Plaza 54 sitio de fácil ubicación y acceso a los clientes y punto de referencia para nuestra actividad, además el costo de las instalaciones incluyendo los servicios públicos nos permiten funcionar de una manera óptima

2.8 ESTUDIO FINANCIERO

2.8.1 COSTO DE MANO DE OBRA

Concepto	Gasto Mensual	Cantidad	Costo Año
	Auxiliar operativo		Costo anual
Salario base	566.700	2	13.600.800
Aporte Salud	70.838	2	1.700.100
Aporte Pensión	90.672	2	2.176.128
Auxilio de transporte	63.800	2	1.531.200
Riesgos Prof.	30.828	2	739.884
Caja de Comp.	22.668	2	544.032
SENA	11.334	2	272.016
ICBF	17.001	2	408.024
Prima	566.700	2	1.133.400
Vacaciones	283.350	2	566.700
TOTAL			22.672.284

Cuadro 3. Costo de mano de obra

Mano de Obra Operativa: Se necesitara una asistente administrativa y contable, una archivista, en lo posible aprendices SENA.

Directores: Los directores (Comercial, Administrativo y Financiero) no recibirán salarios durante el primer año de funcionamiento, ya que son los socios fundadores de la empresa, para el segundo año recibirán salario por prestación de servicios según el volumen de actividad de la empresa.

2.8.2 COSTOS SERVICIOS

Nombre	Precio/Mes	Precio Año
Arriendo	1.800.000	21.600.000
Teléfono e Internet	160.000	1.920.000
Agua	120.000	1.440.000
Luz	260.000	3.120.000
Total Costos		28.080.000

Cuadro 4. Costos servicios

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y reparaciones en la ciudad de Barranquilla.

2.8.3 PRESUPUESTO INDICATIVO DEL PROYECTO

ACTIVIDAD	COSTO INDICATIVO	2012-2013					
		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
Tramites constitución legal de la empresa	\$ 4.000.000						
Selección/arrendamiento de local	\$ 36.000.000						
Adecuación local	\$ 15.000.000						
Amueblamiento y equipamiento	\$10.000.000						
Selección/contratación/capacitación del recurso humano	\$ 15.000.000						
Gestión recursos capital de trabajo inicial	\$ 5.000.000						
Plan de Promoción y Mercadeo	\$ 15.000.000						
Inicio de operaciones (Imprevistos)	\$ 25.000.000						
Total presupuesto indicativo	\$ 125.000.000						

Cuadro 5. Presupuesto indicativo del proyecto

2.8.4 PRESUPUESTO DE LA MEZCLA DE MERCADOS

Estrategias	Costos
Servicio Telefónico Y Fax	\$ 90.000
Página Web Y Correo Electrónico	\$ 2.500.000
Visitas A Empresas	\$ 2.000.000
Gastos Varios de Publicidad	\$ 2.000.000
Total Estrategias De Servicios	\$ 2.590.000
Total Estrategia De Comunicación	\$ 4.000.000
Total Servicios	\$ 6.590.000

Cuadro 6. Presupuesto de la mezcla de mercados

2.9 INVERSIONES FIJAS

2.9.1 Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total	Función
Escritorios	4	\$ 300,000	\$ 1,200,000	función administrativa
Sillas Directores	3	\$ 160,000	\$ 480,000	función administrativa
Silla Asistente Administrativa	2	\$ 95,000	\$ 190,000	función administrativa
Sillas Clientes	8	\$ 80,000	\$ 640,000	atención al Cliente
Sillón de Espera	1	\$ 450,000	\$ 450,000	atención al Cliente
Archivador	1	\$ 150,000	\$ 150,000	función administrativa
Tablero	1	\$ 60,000	\$ 60,000	Instruir al personal
Útiles Oficina		\$ 400,000	\$ 400,000	función administrativa
Papelería	1	\$ 200,000	\$ 200,000	Labor empresarial
Total			\$ 4,310,000	

Cuadro 7. Inversiones fijas

2.9.2 EQUIPO DE OFICINA.

Detalle	Cantidad	Valor Unidad	Valor Total	Función
Portátiles	3	\$ 1,200,000	\$ 3,600,000	función administrativa
Computador Escritorio	1	\$ 700.000	\$ 700.000	función administrativa
Multifuncional	1	\$ 750.000	\$ 750.000	función administrativa
Total			\$5,050,000	

Cuadro 8. Equipo de oficina

- Muebles y Enseres = \$ 4,310,000
- Equipos de Oficina = \$ 5,050,000

TOTAL INVERSIONES FIJAS: 9´360.000

2.10 PROYECCIÓN DE INGRESOS

En este cuadro se presenta la proyección de ingresos en donde se pronostica un crecimiento en los precios de 10% a partir del segundo año y durante los próximos 3 años de la puesta en marcha del negocio, es decir que el incremento es durante 4 años, vale mencionar que la proyección de la oferta es de aproximadamente 15% anual.

PROYECCIONES DE INGRESOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIOS					
Servicios Anuales	60	69	79	91	105
Precio	4000000	4000000	4400000	4840000	5324000
Subtotal	240000000	276000000	349140000	441662100	558702557
Total Servicios Realizados	60	69	79	91	105
Total Ingresos	240000000	276000000	349140000	441662100	558702557

Cuadro 9. Proyecciones de ingresos

2.11 Responsabilidad del servicio.

VAN (Valor actual neto)	
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	18 meses
Nivel de endeudamiento inicial del negocio	\$ 0
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio.	24 meses
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	48 meses

Las pólizas de cumplimiento o de amparo es una herramienta clave para poder acceder algún contrato en su efecto la venta del servicio, permite garantizar nuestro servicio de los perjuicios que se puedan ocasionar en el desarrollo del trabajo ocasionado por el incumplimiento del contratista, que gracias a la compañía aseguradora, los reconocerá hasta el monto del valor asegurado.

En la prestación de nuestros servicios sería manejados las pólizas de responsabilidad civil I, conocida como la póliza de Predios, Labores y Operaciones –PLO-, es un seguro todo riesgo que protege la responsabilidad civil del asegurado por los daños materiales, lesiones personales o perjuicios económicos que se ocasionen a raíz de siniestros sucedidos durante la vigencia de la póliza y que tengan origen en hechos del desarrollo del servicio.

2.12 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio Financiero del proyecto se realiza en dos escenarios:

1. Con Capital Aportado por los Socios.
2. Con Capital Financiado por el Sistema Financiero (Prestamos en Bancos)

2.12.1 ESTUDIO FINANCIERO CON CAPITAL APORTADO POR LOS SOCIOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	125.000.000	245.666.540	481.574.019	705.767.991	989.015.199	1.346.070.901
Total Activo Corriente:	125.000.000	245.666.540	481.574.019	705.767.991	989.015.199	1.346.070.901
Muebles y Enseres	0	4.310.000	4.310.000	4.310.000	4.310.000	4.310.000
Depreciación Acumulada		-862.000	-1.724.000	-2.586.000	-3.448.000	-4.310.000
Muebles y Enseres	0	3.448.000	2.586.000	1.724.000	862.000	0
Equipo de Oficina	0	5.050.000	5.050.000	5.050.000	5.050.000	5.050.000
Depreciación Acumulada		-1.683.333	-3.366.667	-5.050.000	-5.050.000	-5.050.000
Equipo de Oficina	0	3.366.667	1.683.333	0	0	0
Total Activos Fijos:	0	6.814.667	4.269.333	1.724.000	862.000	0
ACTIVO	125.000.000	252.481.207	485.843.353	707.491.991	989.877.199	1.346.070.901
Pasivo						
Impuestos X Pagar	0	42.068.798	99.348.040	125.897.860	160.038.882	202.524.568
PASIVO	0	42.068.798	99.348.040	125.897.860	160.038.882	202.524.568
Patrimonio						
Capital Social	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	8.541.241	28.711.904	54.272.984	62.500.000
Utilidades Retenidas	0	0	51.247.445	172.271.421	325.637.905	544.860.089
Utilidades del Ejercicio	0	85.412.408	201.706.627	255.610.807	324.927.428	411.186.244
PATRIMONIO	125.000.000	210.412.408	386.495.313	581.594.131	829.838.317	1.143.546.333
PASIVO + PATRIMONIO	125.000.000	252.481.207	485.843.353	707.491.991	989.877.199	1.346.070.901

Cuadro 10. Balance general

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y reparaciones en la ciudad de Barranquilla.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	240.000.000	303.600.000	384.054.000	485.828.310	614.572.812
Materia Prima, Mano de Obra	103.433.460	0	0	0	0
Depreciación	2.545.333	2.545.333	2.545.333	862.000	862.000
Utilidad Bruta	134.021.207	301.054.667	381.508.667	484.966.310	613.710.812
Gasto de Ventas	6.540.000	0	0	0	0
Utilidad Operativa	127.481.207	301.054.667	381.508.667	484.966.310	613.710.812
Utilidad antes de impuestos	127.481.207	301.054.667	381.508.667	484.966.310	613.710.812
Impuestos (35%)	42.068.798	99.348.040	125.897.860	160.038.882	202.524.568
Utilidad Neta Final	85.412.408	201.706.627	255.610.807	324.927.428	411.186.244

Cuadro 11. Estado de resultado

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y reparaciones en la ciudad de Barranquilla.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		127.481.207	301.054.667	381.508.667	484.966.310	613.710.812
Depreciaciones		2.545.333	2.545.333	2.545.333	862.000	862.000
Impuestos		0	-42.068.798	-99.348.040	125.897.860	-160.038.882
Neto Flujo de Caja Operativo		130.026.540	261.531.202	284.705.960	359.930.450	454.533.930
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	0	-4.310.000	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	-5.050.000	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	0	-9.360.000	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	0	-9.360.000	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Dividendos Pagados		0	-25.623.723	-60.511.988	-76.683.242	-97.478.228
Capital	125.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	125.000.000	0	-25.623.723	-60.511.988	-76.683.242	-97.478.228
Neto Periodo	125.000.000	120.666.540	235.907.479	224.193.972	283.247.208	357.055.702
Saldo anterior		125.000.000	245.666.540	481.574.019	705.767.991	989.015.199
Saldo siguiente	125.000.000	245.666.540	481.574.019	705.767.991	989.015.199	1.346.070.901

Cuadro 12. Flujo de caja

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y reparaciones en la ciudad de Barranquilla.

2.12.2 ESTUDIO FINANCIERO CON CAPITAL FINANCIADO POR EL SISTEMA FINANCIERO (PRESTAMOS EN BANCOS)

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	125.000.000	194.387.495	399.102.198	594.686.095	851.458.518	1.184.022.895
Total Activo Corriente:	125.000.000	194.387.495	399.102.198	594.686.095	851.458.518	1.184.022.895
Muebles y Enseres	0	4.310.000	4.310.000	4.310.000	4.310.000	4.310.000
Depreciación Acumulada		-862.000	-1.724.000	-2.586.000	-3.448.000	-4.310.000
Muebles y Enseres	0	3.448.000	2.586.000	1.724.000	862.000	0
Equipo de Oficina	0	5.050.000	5.050.000	5.050.000	5.050.000	5.050.000
Depreciación Acumulada		-1.683.333	-3.366.667	-5.050.000	-5.050.000	-5.050.000
Equipo de Oficina	0	3.366.667	1.683.333	0	0	0
Total Activos Fijos:	0	6.814.667	4.269.333	1.724.000	862.000	0
ACTIVO	125.000.000	201.202.162	403.371.531	596.410.095	852.320.518	1.184.022.895
Pasivo						
Impuestos X Pagar	0	33.396.713	92.699.547	121.176.185	157.044.994	201.102.676
Obligaciones Financieras	125.000.000	100.000.000	75.000.000	50.000.000	25.000.000	0
PASIVO	125.000.000	133.396.713	167.699.547	171.176.185	182.044.994	201.102.676
Patrimonio						
Utilidades Retenidas	0	0	47.463.814	179.209.533	351.426.597	574.620.846
Utilidades del Ejercicio	0	67.805.449	188.208.170	246.024.376	318.848.928	408.299.373
PATRIMONIO	0	67.805.449	235.671.985	425.233.909	670.275.524	982.920.219
PASIVO + PATRIMONIO	125.000.000	201.202.162	403.371.531	596.410.095	852.320.518	1.184.022.895

Cuadro 13. Balance general

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y reparaciones en la ciudad de Barranquilla.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	240.000.000	303.600.000	384.054.000	485.828.310	614.572.812
Materia Prima, Mano de Obra	103.433.460	0	0	0	0
Depreciación	2.545.333	2.545.333	2.545.333	862.000	862.000
Utilidad Bruta	134.021.207	301.054.667	381.508.667	484.966.310	613.710.812
Gasto de Ventas	6.540.000	0	0	0	0
Utilidad Operativa	127.481.207	301.054.667	381.508.667	484.966.310	613.710.812
Intereses	26.279.045	20.146.950	14.308.105	9.072.388	4.308.763
Otros ingresos y egresos	-26.279.045	-20.146.950	-14.308.105	-9.072.388	-4.308.763
Utilidad antes de impuestos	101.202.162	280.907.717	367.200.561	475.893.922	609.402.049
Impuestos (35%)	33.396.713	92.699.547	121.176.185	157.044.994	201.102.676
Utilidad Neta Final	67.805.449	188.208.170	246.024.376	318.848.928	408.299.373

Cuadro

14. Estado de resultado

Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y reparaciones en la ciudad de Barranquilla.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		127.481.207	301.054.667	381.508.667	484.966.310	613.710.812
Depreciaciones		2.545.333	2.545.333	2.545.333	862.000	862.000
Impuestos		0	-33.396.713	-92.699.547	121.176.185	-157.044.994
Neto Flujo de Caja Operativo		130.026.540	270.203.287	291.354.453	364.652.125	457.527.818
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Muebles	0	-4.310.000	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	0	-5.050.000	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	0	-9.360.000	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	0	-9.360.000	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	125.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-25.000.000	-25.000.000	-25.000.000	-25.000.000	-25.000.000
Intereses Pagados		-26.279.045	-20.146.950	-14.308.105	-9.072.388	-4.308.763
Dividendos Pagados		0	-20.341.635	-56.462.451	-73.807.313	-95.654.678
Neto Flujo de Caja Financiamiento	125.000.000	-51.279.045	-65.488.584	-95.770.557	107.879.701	-124.963.442
Neto Periodo	125.000.000	69.387.495	204.714.702	195.583.897	256.772.424	332.564.376
Saldo anterior		125.000.000	194.387.495	399.102.198	594.686.095	851.458.518
Saldo siguiente	125.000.000	194.387.495	399.102.198	594.686.095	851.458.518	1.184.022.895

Cuadro 15. Flujo de caja

CAPITULO 3

3.1 DISEÑO DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

3.1.2.1 CONCEPTO DEL NEGOCIO:

SERVICE AND SOLUTIONS S.A.S será una empresa de servicios integrales de mantenimiento, reparación y reconstrucción dirigida al interior del hogar que presta el servicio adicional de personal de atención doméstico a los estratos 5 y 6 de la ciudad y a las pequeñas y medianas empresas de la ciudad y al público que pueda hacerse a sus servicios. Los servicios a ofrecer serán Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes. Destacándose entre estos el servicio de Personal de atención doméstico que será ofrecido únicamente por nuestra empresa en el mercado. El servicio a prestar es por Outsourcing destacando así un riguroso proceso de selección de personal para el tipo de servicio a prestar. Las instalaciones de la empresa estarán ubicadas en el Norte de la ciudad de Barranquilla en el Departamento del Atlántico.

- **MISIÓN**

Somos una empresa de servicios integrales de mantenimiento, reparación y reconstrucción dirigida al interior del hogar que presta el servicio adicional de personal de atención doméstico que brinda asesoría en los diferentes aspectos que permiten el funcionamiento óptimo del hogar, la empresa o el Público en general.

Contamos con los recursos y las herramientas necesarias, que nos permite ofrecer un amplio paquete de servicios de calidad accesibles, a todos los hogares de los estratos 5 y 6 y a las pequeñas y medianas empresas y el personal profesional adecuado, para responder a las necesidades de nuestros clientes.

- **VISIÓN**

Ser dentro de 5 años, los líderes en los servicios integrales de mantenimiento, reparación y reconstrucción dirigida al interior del hogar, y de consultoría y acompañamiento para las organizaciones PYMES a nivel Regional y uno de los primeros a nivel nacional, para ello contamos con un personal de alta calidad humana y profesional, dispuesto a atender en forma oportuna, organizada y personalizada a cada uno de nuestros clientes en sus necesidades, apoyados en la experiencia, tecnología y conocimientos de nuestro equipo de profesionales.

3.1.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Grafico 15. Organigrama

3.2 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

3.2.1 ANÁLISIS DOFA

DEBILIDADES

- Somos nuevos en el mercado

Impacto Estimado: Posible difícil acceso debido al miedo de los empresarios y los usuarios del servicio en contar con los servicios de una empresa nueva en el mercado.

Estrategia: Promoción de nuestro servicio a través de los medios y por reuniones individuales y masivas con gerentes, y el público que puede hacerse a nuestro servicio para darnos a conocer en el mercado rápidamente.

- Contar con un equipo de trabajo joven y experto.

Impacto Estimado: Poca aceptación por parte de los Clientes asimilan con edad.

Estrategia: Garantizar nuestro trabajo, con el fin de producir niveles de confianza en los clientes.

OPORTUNIDADES

- Pocas empresas ofrecen un amplio paquete de servicios y algunas se dedican a un sector diferente al nuestro.

Impacto Estimado: Rápido crecimiento en el corto plazo y buena aceptación en el mercado.

Estrategia: Ajustar los precios de acuerdo a las necesidades de los clientes y del tipo de servicio que este requiera.

- La coyuntura económica actual, la recuperación de la economía y el TLC.

Impacto Estimado: Un incremento en la demanda de nuestros servicios, lo que nos llevaría a un crecimiento antes de lo previsto.

Estrategias: Elaborar un plan contingencia, el cual incluirá una expansión antes de lo presupuestado y un aumento del personal al servicio de la empresa.

FORTALEZAS

- Ofrecemos diferentes servicios y de alta calidad.

Impacto Estimado: Ser reconocidos en el corto plazo por la calidad de nuestros servicios.

Estrategia: Contar con los servicios de profesionales altamente capacitados y gran calidad humana.

- Garantizar nuestros servicios y ofrecer.

Impacto Estimado: Hacer que los empresarios y el público reconozcan nuestros servicios.

Estrategia: Establecer características particulares en nuestros servicios.

AMENAZAS

- La competencia tratara de hacer lo mismo que hacemos.

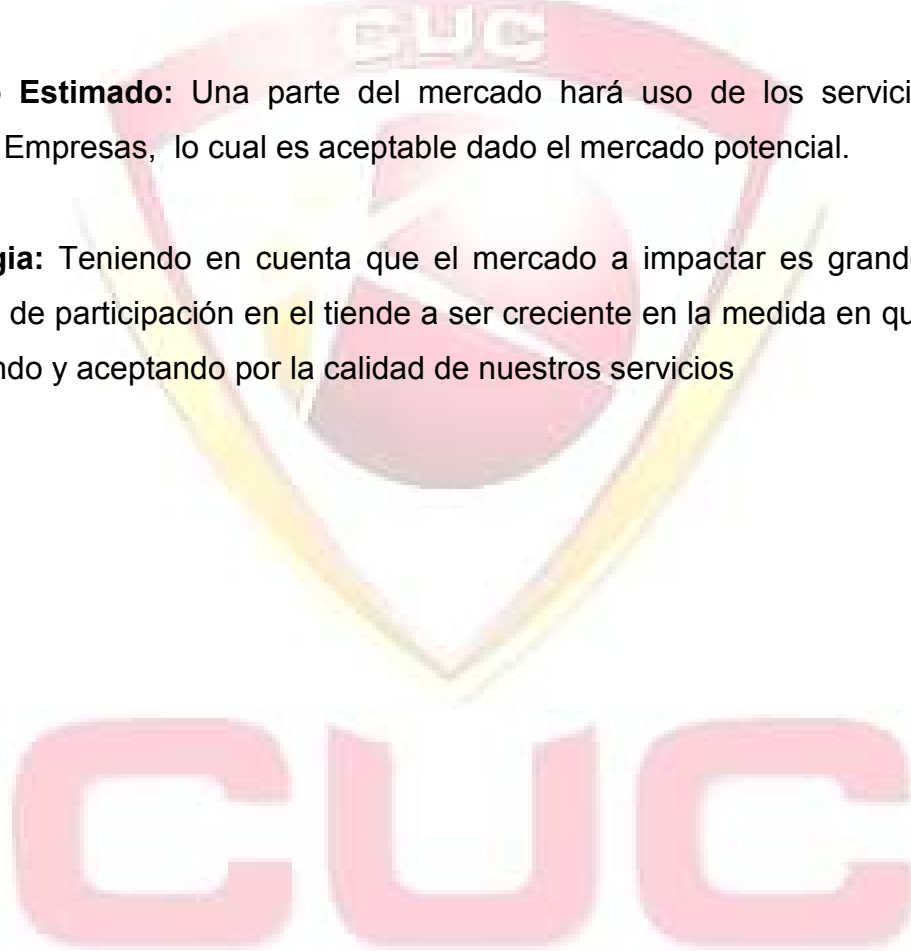
Impacto Estimado: Ofrecerán servicios similares al nuestro para evitar nuestra participación en el mercado.

Estrategia: La originalidad de nuestros servicios nos permite dada nuestra experiencia garantizar la calidad de los mismos.

- Las Empresas existentes buscaran su participación en este mercado haciendo uso de su experiencia y su prestigio.

Impacto Estimado: Una parte del mercado hará uso de los servicios de las grandes Empresas, lo cual es aceptable dado el mercado potencial.

Estrategia: Teniendo en cuenta que el mercado a impactar es grande, nuestro volumen de participación en el tiende a ser creciente en la medida en que nos van conociendo y aceptando por la calidad de nuestros servicios



4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Realizado el todos los estudios podemos decir que el ***Estudio de Factibilidad para el Montaje de una Empresa de Servicios Integralesde Mantenimiento, Reparación Y Reconstrucción Dirigida Al Interior Del Hogar en la Ciudad de Barranquilla*** es viable en cuanto permite obtener un alto nivel de rentabilidad, en el corto plazo y es auto sostenible en el largo, pudiendo incluso cumplir con todas las metas trazadas. La información primaria y secundaria que arroja el estudio permiten tener la confianza, de desarrollar la oportunidad de negocio que nos presenta el mercado de la ciudad de Barranquilla, cabe resaltar que las empresas que están en el sector mantienen un crecimiento continuo cada día debido a la alta demanda de este tipo de servicio, que a pesar de tener elevados precios es una actividad casi exclusiva de ciertos estratos.

SE RECOMIENDA:

1. Se tenga en cuenta este estudio para realizar la inversión teniendo en cuenta que la información contenida en él proviene de, las entidades oficiales, de la competencia, el mercado potencial y el mercado objetivo.
2. Los resultados obtenidos revelan la opinión y la percepción de los usuarios de este tipo de servicio lo que permite tener certeza y confianza en ellos.
3. El mercado es amplio y permite la inserción de nuevas empresas.
4. Los estratos considerados demandan ampliamente el servicio.
5. Las pequeñas y medianas empresas de la ciudad son un sector creciente que prefiere este tipo de servicio ya que les ahorra costos y les garantiza calidad en servicio y es una forma de inserción en otros ámbitos empresariales.

5. BIBLIOGRAFIA.

- A.A.V.V. de Cultural S.A“DICCIONARIO DE MARKETING”,, Pág. 110.
- ANDRADE, Simón Tercera Edición. “DICCIONARIO DE ECONOMÍA”. Editorial Andrade, Pág. 257
- CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA. 2011.
- DANE. Boletín Censo General 2005. Proyección Nov. 2010.
- GARCÍA DEL JUNCO, Julio. CASANUEVA ROCHA, Cristóbal. “PRÁCTICAS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL”. Mc Graw Hill, Pág. 3.
- KOTLER, Philip. BLOOM, Paul. HAYES, Thomas. “EL MARKETING DE SERVICIOS PROFESIONALES”. Editorial Paidós SAICF, 2004, Págs. 9 y 10
- 1 KOTLER, ARMSTRONG, CÁMARA Y CRUZ “Marketing”, Décima Edición, Prentice Hall, Pág. 10.
- LAMB, Charles. HAIR, Joseph. MCDANIEL Carl “MARKETING” ,.Sexta Edición. International Thompson Editores, 2002. Pág. 344.
- MANKIW, Gregory “Principios de Economía”. Tercera Edición, Mc Graw Hill, Pág. 41.
- ROMERO, Ricardo. “MARKETING”. Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 9
- RUBINFELD L, Daniel. PYNDICK, Robert S. “Microeconomía”. 5ta Edición. Pearson.
- 1 REID, Allan L. “Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones”. Editorial Diana México, Pág. 500.
- SANDHUSEN L, Richard. Primera Edición “MERCADOTECNIA”.. Compañía Editorial Continental, 2002. Pág. 385.
- STANTON, William. ETZEL, Michael. WALKER, Bruce “FUNDAMENTOS DE MARKETING”..13va. Edición. Mc Graw Hill, 2004. Págs. 333 y 334.

ANEXOS.

FORMATO DE ENCUESTA.

ENCUESTA DIRIGIDA A HABITANTES DE ESTRATO 5 Y 6 DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA

Distinguido(a) encuestado(a): El presente cuestionario forma parte de un estudio Académico tendiente a verificar el uso de servicios de Personal de atención doméstico, Fontanería, Albañilería y Reformas al interior del hogar (reparaciones eléctricas, trabajos de construcción), Instalación y Mantenimiento de Aires Acondicionados, Mantenimiento de Sistemas y Redes, esto nos permite establecer la validez, pertinencia y trascendencia de estos servicios en su hogar.

Su opinión es necesaria para lograr un diagnóstico objetivo que permita diseñar una estrategia académica. Por ello, encarecidamente solicitamos su valiosa colaboración.

NOMBRE: _____

1	¿Vive Usted en el estrato 5 o 6 de la Ciudad de Barranquilla?	SI	NO
2	¿Usted mismo realiza mantenimiento a su hogar?	SI	NO
3	¿Le gustaría que una sola empresa se encargue de realizar todos los mantenimientos de su hogar?	SI	NO
4	¿Cuándo se le presenta un daño ya sea (eléctrico, tuberías, etc.) acude? 7. A una persona recomendada (empleado informal) 8. Una entidad especializada en el asunto 9. Consulta las páginas amarillas?	Si	No
		Si	No
		Si	No
5	¿ Con que frecuencia usted realiza mantenimiento a su hogar: 5. Una vez al mes 6. Una vez cada seis meses 7. Una vez por año 8. No realizo mantenimiento a mi hogar	si	no
		si	no
		si	no
		si	no
6	Cuándo adquiere un servicio que es lo más importante para usted : a. Precio b. Calidad c. Garantía d. Otro: (Por favor diga cual) _____		
		si	no
		si	no
		si	no

PRESUPUESTO INDICATIVO DEL PROYECTO

ACTIVIDAD	COSTO INDICATIVO
Transportes	\$ 200.000
Internet	\$ 360.000
Información Dane	\$ 100.000
Papelería	\$ 150.000
Salario de 3 Personas Durante la Investigación	\$ 21'600.000
TOTAL PRESUPUESTO INDICATIVO	\$ 22'410.000

CRONOGRAMA.

Cronograma de Actividades					
ACTIVIDAD	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO
Recolección de información básica					
Organización de información Presentación previa					
Presentación de anteproyecto					
Evaluación de las conclusiones- implementación de cambios					
Aplicación de encuestas					
Diseño y desarrollo de estudios complementarios					
Presentación del proyecto					