

**PLAN DE NEGOCIOS EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS
DOMESTICOS MULTISERVIC LTDA UN SEGURO PARA TU HOGAR**

CARLOS ANDRES CARDONA ARIAS

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
PROGRAMA DE ESPECIALIZACION EN ADMINISTRACION DE
NEGOCIOS
VILLAVICENCIO
2016**

**PLAN DE NEGOCIOS EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS
DOMESTICOS MULTISERVIC LTDA UN SEGURO PARA TU HOGAR**

CARLOS ANDRES CARDONA ARIAS

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
Especialista en Administración de Negocios**

**LINEA DE INVESTIGACION: “CRECIMIENTO Y DESARROLLO
SOCIOECONOMICO ORINOQUENSE”**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS
ESPECIALIZACION EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
VILLAVICENCIO
2016**

AUTORIDADES ACADÉMICAS

JAIRO IVAN FRIAS CARREÑO
Rector

DORIS CONSUELO PULIDO
Vicerrector Académico

JOSE MILTON PUERTO GAITAN
Secretario General

RAFAEL OSPINA INFANTE
Decano Facultad de Ciencias Económicas

LILIA SUAREZ PUERTO
Director Escuela de Administración y Negocios

HERNANDO CASTRO GARZON
Director de la Especialización en Administración de Negocios

Nota de aceptación:

HERNANDO CASTRO GARZON
Director de Programa

Jurado

Jurado

Villavicencio, febrero 2016

TABLA DE CONTENIDO

CAPITULO 1: ESTUDIO DE MERCADO	10
1.1 DEFINICION DEL SERVICIO O SERVICIOS	10
1.2 ANALISIS DE LA DEMANDA	11
1.3 ANALISIS DE LA OFERTA	14
1.3.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA	15
1.4 COMERCIALIZACION DEL SERVICIO	17
1.4.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SUS SERVICIOS	17
1.4.2 ACCIONES DE PROMOCIÓN	17
1.4.3 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA	18
CAPITULO 2 ESTUDIO TECNICO	19
2.1 DISEÑO DEL SERVICIO.....	19
2.2 DISEÑO DE LA PRESTACION DEL SERVICIO	20
2.2.1 SUBCONTRATACIONES	20
2.2.2 DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	21
2.2.3 PROCEDIMIENTOS Y CONTROLES DE CALIDAD	22
2.3 LOCALIZACION DE LA EMPRESA	22
2.3.1 UBICACIÓN DEL LA OFICINA PRINCIPAL.....	22
2.4 TERRENOS, EDIFICIOS, INSTALACIONES.....	23
2.5 COMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DEL LOCAL	23
2.6 RELACIÓN DE CARGOS.....	24
2.7 LA SELECCIÓN DEL PERSONAL	24
CAPITULO 3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	25
3.1 CULTURA ORGANIZACIONAL	25
3.2 MISIÓN	25
3.3 VISIÓN	25
3.4 OBJETIVOS DEL NEGOCIO	25
3.5 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	25
3.6 MANUAL DE FUNCIONES.....	26
3.7 JORNADA LABORAL	27
3.8 CONTRATACIÓN Y SALARIOS.	27
3.9 CAPACITACIÓN	28
CAPITULO 4 ESTUDIO JURIDICO Y LEGAL.....	28

4.1 Apoyo a las MIPYMES:.....	28
4.2 Controles e intervención estatal.	28
4.3 Constitución y formalización.	28
4.4 GESTIONES DE FUNCIONAMIENTO, LICENCIAS ESPECIALES.	29
4.5 GESTIONES DE SEGURIDAD LABORAL, ARP, EPS, PENSIONES Y CESANTÍAS Y PROGRAMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.	29
4.6 DEFINICIONES DE LA NATURALEZA JURÍDICA.	29
CAPITULO 5 ESTUDIO FINANCIERO	31
5.1 ESQUEMA INVERSION INICIAL.....	31
5.2 PLAN DE INVERSIONES	31
5.3 ESTRUCTURA COSTOS	32
5.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	33
5.5 FLUJO DE FONDOS, FLUJO NETO Y TIR	33
CAPITULO 9 CONCLUSIONES	34
ANEXO 1.....	36

INTRODUCCION

El campo de la prestación de los servicios domiciliarios ha venido presentando un desarrollo importante en la sociedad, debido al ritmo de vida acelerado que viven las personas de la actualidad, a los cuales el tiempo ya no les alcanza para desarrollar las tareas hogareñas, uno de los factores que ha influido bastante para acrecentar la demanda de los servicios domésticos en los últimos tiempos podríamos mencionar es la liberación femenina, donde las mujeres han pasado de estar en casa y suplir las funciones del hogar como se acostumbraba en tiempos anteriores a ser mujeres profesionales con sus propios empleos fuera de casa , por lo cual esto ha abierto un brecha importante que ha acrecentado la demanda de servicios para el hogar y las familias deben recurrir a personas o empresas que puedan prestarles todo tipo de servicios domésticos.

La ciudad de Villavicencio es un campo atractivo para los negocios y para el emprendimiento de empresas, ya que ha venido presentando un crecimiento acelerado de su economía y de su población, esto producto de la cercanía a la capital y de factores como la construcción de la nueva calzada Bogotá – Villavicencio, vía que ha hecho más fácil el acceso a la ciudad tanto para los transportadores, como para el turismo y para las personas que se quieren radicar y tener esta ciudad como el lugar de su residencia. el fenómeno del petróleo en el departamento también ha sido un factor importante en la migración de personas de distintas ciudades del país hacia esta ciudad , lo que ha generado un impulso de la construcción de vivienda familiar, centro de recreación e desarrollo del sector turístico y hotelero. En los últimos años la migración de personas provenientes de ciudades como Medellín, Cali, Barranquilla, Bucaramanga, Bogotá ha generado un dinamismo en la economía local haciendo que la demanda de todo tipo de necesidades crezca y se abran nuevas oportunidades de mercado que deben están siendo aprovechadas por los empresarios y emprendedores llaneros.

Es necesario entender que existen unos clientes potenciales para este proyecto y hay claridad en las oportunidades que ofrece el mercado, el desarrollo de este proyecto es una solución a las necesidades domésticas que demandan los hogares de Villavicencio , se necesita una empresa donde encuentren todos los servicios domésticos en un solo lugar, que les brinde calidad y el mejor precio del mercado, que les brinde rapidez, confiabilidad, seguridad, y servicios que satisfagan las necesidades totales de las familias. Ese es el concepto sobre el cual se trabajara este proyecto MULTISERVIC LTDA empresa prestadora de servicios domésticos a domicilio.

LA IDEA DE NEGOCIO

La idea de negocio consiste en la creación de una empresa que asegure los hogares o viviendas frente a todos los imprevistos domésticos que puedan tener en su diario vivir. Y les preste el servicio para repararlos o dar solución inmediata al problema, además de eso ofrezca el portafolio más completo de servicios para el hogar, todos brindados por una sola empresa, teniendo un contacto permanente con los clientes a través de sus dispositivos móviles como celulares o tabletas, con los cuales podrán interactuar con profesionales del hogar para la solución de problemas domésticos, podrán interactuar con otros hogares, y también realizar cursos en labores hogareñas como cocina, costura, etiqueta, diseño de interiores, manualidades, decoración, pintura etc.

MULTISERVIC LTDA prestará sus servicios bajo dos modalidades, la primer modalidad será bajo el seguro multiservic, la cual consiste en que el usuario pague un cargo fijo mensual que le asegura su hogar frente a un número determinado de imprevistos y tendrán acceso a un precio preferencial de los servicios a domicilio los cuales se cargaran a una factura mensual, también tendrán derecho a los servicios que se presten a través de la plataforma virtual.

La segunda modalidad será la recepción de los pedidos individuales que demanden los hogares y que se presten a domicilio en los mismos y serán cancelados de manera individual.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa que ofrezca un seguro contra los imprevistos de los hogares brindando la solución inmediata y además que preste integralmente todo tipo de servicios domésticos a domicilio en la ciudad de Villavicencio (META).

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Desarrollar el estudio de mercado analizando todos los factores micro y macro económicos que incidan directamente en la creación de la empresa así como todos los componentes del marketing que incidan en la prestación del servicio.
- Realizar el estudio técnico pertinente con el fin de establecer el tamaño, localización y distribución de la organización.
- Crear el componente administrativo de la empresa que permita establecer una estructura ideal para la puesta en marcha de la misma.
- Analizar todos los aspectos legales que interfieren en la creación y constitución de la empresa como persona jurídica legalmente constituida.
- Evaluar la factibilidad del proyecto desde el punto de vista financiero con el uso de las herramientas indicadas que tracen su viabilidad en el presente y futuro.

CAPITULO 1: ESTUDIO DE MERCADO

Para el estudio de mercado se tuvieron en cuenta fuentes de información primaria y secundaria, dentro de las cuales podemos encontrar entidades como el DANE, DNP , UMATA , EEAV, pagina web de la alcaldía de Villavicencio , información de revistas, datos de libros de desarrollo económico del municipio y del departamento .

1.1 DEFINICION DEL SERVICIO O SERVICIOS

El Paquete seguro multiservic cubre los siguientes imprevistos:

- Daño en la regadera
- Reemplazo de Vidrio roto
- Destape de Baño
- Cerrajero en caso de llave rota o perdida
- Cubierta de goteras
- Limpieza de Mancha de muebles, alfombras
- Destape canales
- Alarma y Botón de pánico
- Electrodoméstico descompuesto
- Destape de sifones
- Fumigación
- Reparación taco de luz
- Reparación swuiches de luz
- Ajuste de puertas
- Instalación de televisores, ventiladores de pared.

Los servicios de reparación no incluyen la compra de repuestos en el caso que se necesiten. Pero podrán ser adquiridos a través de la empresa y cargados a la factura del mes próximo.

Además de esto el seguro multiservic da a los asegurados el beneficio de obtener un descuento en los servicios que no estén incluidos en el plan.

La empresa **MULTISERVIC LTDA** prestara el siguiente portafolio de servicios domésticos a domicilio.

- Servicio de aseo
- Servicio de albañilería
- Servicio de pintura
- Servicio de cerrajería
- Servicio de reparación general
- Servicio de electricista
- Servicio de jardinería
- Servicio de niñera
- Servicio de pago de recibos
- Servicio de domicilios
- Servicio de mantenimiento de aires acondicionados
- Servicio técnico en sistemas

1.2 ANALISIS DE LA DEMANDA

El análisis que nos ayudara a determinar la población objetivo para el proyecto, se hará a partir de los siguientes datos tomados del censo general 2005 para la ciudad de Villavicencio realizado por el DANE en 2005. Basándonos en las proyecciones establecidas por el DANE analizaremos los aspectos de tipo económico y social que interesan de manera directa al proyecto.

Grafica-1. Obras nuevas en la ciudad de villavicencio - Meta



Fuente: DANE, 2005-2009

Se evidencia que crecimiento relativo construcciones nuevas en el municipio, presentándose un incremento muy importante en el número de obras durante el año 2004 pasando de 54 obras nuevas en el 2003 a 321 en el 2004, en 2005 y 2006 disminuyo de 321 a 100 y 45 respectivamente para luego incrementarse de nuevo y continuar la tendencia, es evidente que la información de 2009 es parcial. El crecimiento del sector de la construcción genera impactos importantes sobre el resto de la economía, para el proyecto **MULTISERVIC LTDA** es importante conocer el crecimiento que ha

experimento la ciudad ya que los hogares son los clientes potenciales del servicio que se va ofrecer

Grafica – 2 Área urbana para apartamentos por estratos

año	Bajo	Medio-bajo	medio
2000	0	90	31
2001	0	100	52
2002	0	160	130
2003	0	180	140
2004	0	240	170
2005	10	360	330
2006	0	280	752
2007	58	195	37
2008	0	137	120
2009	0	91	0

Fuente, DANE, 2005-2009

La mayor cantidad de área urbana para la construcción de apartamentos, se Presenta en el estrato medio bajo, seguido del nivel medio y se observa poca Área para el estrato bajo.

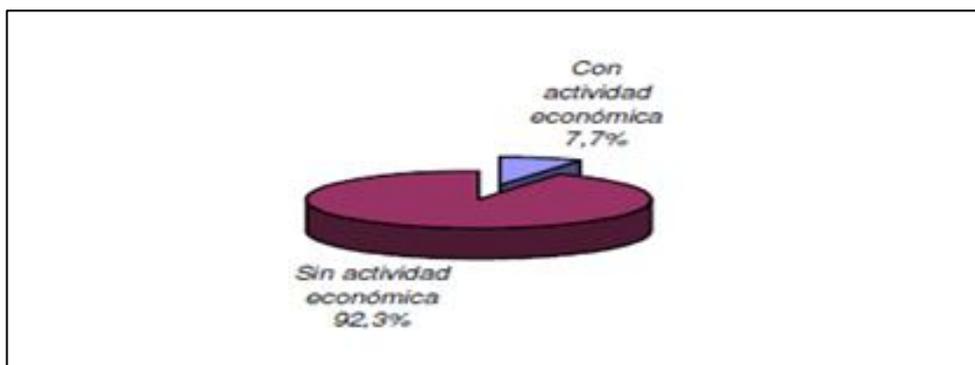
Grafica–3. numero de viviendas zona urbana en las comunas de villavicencio

COMUNAS DE VILLACENCIO	No. DE VIVIENDAS	% Part.
Comuna No. 1	9.530	9,07%
Comuna No. 2	11.372	10,83%
Comuna No. 3	7.808	7,44%
Comuna No. 4	19.536	18,60%
Comuna No. 5	18.733	17,84%
Comuna No. 6	6.352	6,05%
Comuna No. 7	16.992	16,18%
Comuna No. 8	14.692	13,99%
TOTAL	105.015	100,00%

Fuente: UMATA, 2010

En Villavicencio se encuentran diferentes tipos de vivienda en las comunas, tales como los conjuntos cerrados, las viviendas de los nuevos modelos urbanísticos, las viviendas de los barrios por auto construcción y las viviendas por asentamientos subnormales, generalmente son húmedas y se presentan los mayores índices de hacinamiento.

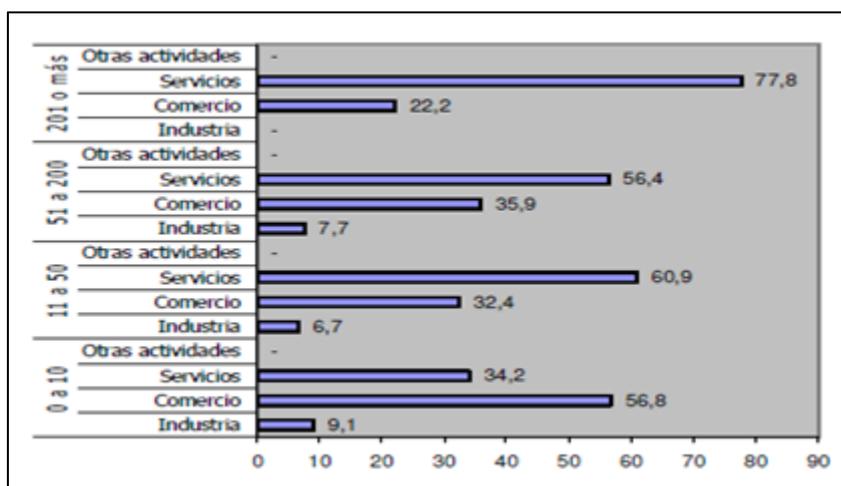
Grafica-4. Hogares con actividad económica en Villavicencio



Fuente: DANE, 2005-2009

La ciudad de Villavicencio cuenta con un fenómeno económico en su cultura y es la actividad económica que se desarrolla desde los hogares, donde se encuentran diversidad de negocios como los son pequeñas tiendas de barrio, talleres, misceláneas, droguerías que son pequeños focos económicos que le permiten a algunas familias subsistir.

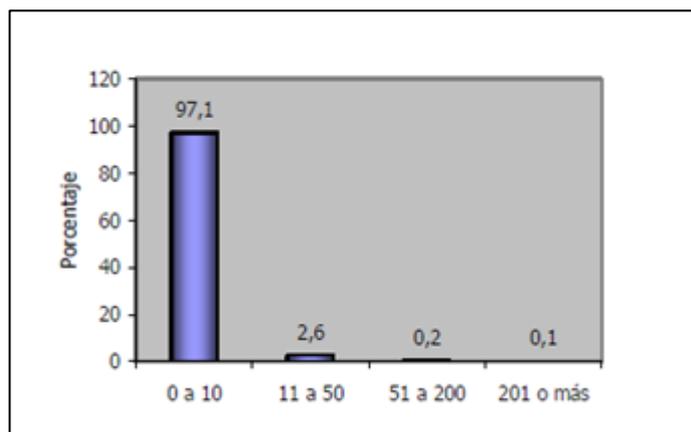
Grafica-5. Establecimientos según escala de personal por actividad económica.



Fuente : DANE,2005-2009

Respecto del número de empleados se puede constatar que en las empresas comerciales pequeñas con un número de personal de 0 a 10 empleados son las frecuentes en la ciudad, pero respecto de empresas prestadoras de servicios se observa que tienen mayor frecuencia en cuanto a que emplean más personas por empresa.

Grafica-6. Establecimientos según escala de personas ocupadas



Fuente: DANE, 2005-2009

La población objetivo del proyecto son las familias de los estratos 3, 4, 5, 6 ya que son aquellos que tienen la capacidad económica para recurrir en el gasto de un servicio como el que presta **MULTISERVIC LTDA**, las gráficas del DANE muestran la evolución positiva que ha tenido el sector de vivienda en la ciudad de Villavicencio, lo cual es importante para el proyecto ya que muestra que hay una demanda importante y también un aumento positivo en los ingresos de las familias.

1.3 ANALISIS DE LA OFERTA

El sector de servicios domésticos en la ciudad de Villavicencio es un sector en su mayoría informal, son muy pocas las empresas constituidas que prestan este tipo de servicios y casi ninguna que preste todos los servicios a la vez, lo cual es una ventaja comparativa de **MULTISERVIC LTDA** al ofrecer un portafolio amplio que cubra todas las necesidades domiciliarias donde las personas puedan encontrar todo lo que necesitan.

Dentro del análisis de la competencia las empresas que prestan servicios similares pero de manera individual es decir con las que **MULTISERVIC LTDA** va a competir, se encontraron en las páginas web de cada una de ellas las siguientes; Tuvimos en cuenta datos importantes como el tipo de servicio que prestan, su razón social, su ubicación y los teléfonos de contacto.

1.3.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

Llano Servicios Ltda

Categoría: Aseo

Dirección: CI 18 37M-20, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono: (57) (8) 6704221

Serví Aseo Los Paisas

Categoría: Aseo

Dirección: CI 39A 18B-57, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono: (57) (8) 6665022

Tempoaseo Ltda

Categoría: Aseo

Dirección: CI 38 32-41, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono: (57) (8) 6620296

Todo Aseo Villavicencio Ltda

Categoría: Aseo

Dirección: Cr 29A 46-77, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono: (57) (8) 6646266

Coaserv Ltda

Categoría: Aseo

Dirección: Villa centro L-27, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono: (57) (8) 6632324

Tempo empresa del Llano Ltda

Categoría: Aseo

Dirección: Cr 30B 41A-70, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono: (57) (8) 6643493

Con Aseo

Categoría: Aseo

Dirección: CI 11 47C-36, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono: (57) (8) 6677376

Aservipe Ltda

Categoría: Aseo

Dirección:Cl 41 28-17, Villavicencio, Meta, Colombia
Teléfono:(57) (8) 6646265

Agencia Lavameta

Categoría: Aseo

Dirección: Bo La Esperanza II M-17 C-25, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono:(57) (8) 6638780

Asearte Ltda

Categoría: Aseo

Dirección: Cl 41 29-129 L-101, Villavicencio, Meta, Colombia

Teléfono:(57) (8) 6641687

LAVANDERIAS

Lavandería Agüita&Jabon. — Villavicencio

- Ubicación: Villavicencio, Meta, Colombia
- Barrio: Calle 41 No. 31-28 Centro
- Fecha de publicación: Marzo 5
- Teléfono: 621405

LAVANDERIA Y TINTORERIA

agüita&jabon

Calle 41 no. 31-28 centro, villavicencio-meta

tel.6821405; cel. 3123834066

LAVADO DE FACHADAS VILLAVICENCIO — Villavicencio

- ubicación: villavicencio, meta, Colombia
- dirección exacta: 3214005736 3123965949
- barrio: comuneros
- teléfono: 3123965949
- lavado de : fachadas , techos, tanques profundos.
- muebles tapetes, colchones ,cortinas, sillas de oficina
- ,cojinerias de automoviles ,escaleras tapizadas ,peluches etc...servicio a domicilio servicio de pintura trabajos garantizados

CENTRO ELECTRÓNICO RCA

Cr3524A-33SanBenito
Colombia, Villavicencio

Esta información nos da a conocer la oferta de servicios que ya está establecida en la ciudad, conocer el mercado objetivo que tiene dicha oferta, también los segmentos de mercado que abarcan, también encontramos por medio de la dirección la ubicación de la competencia, podemos observar en algunos casos que hay algunas empresas que poseen infraestructura física y otras no la poseen, son simplemente virtuales, aspecto importante a la hora del montaje de la nuestra. También encontramos el tipo de constitución de algunas empresas, información que procesada puede servirnos como guía para el desarrollo de nuestro proyecto.

1.4 COMERCIALIZACION DEL SERVICIO

1.4.1 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y SUS SERVICIOS

El nombre del establecimiento **MULTISERVIC LTDA** responde a la filosofía y orientación de la empresa. El logotipo será asimismo sencillo y fácilmente legible.

Tienen el objetivo de ofrecer un trato amable a todos sus clientes, buscando en todo momento conocer las necesidades de cada usuario, adaptando tanto los servicios como los horarios de estos a las necesidades particulares de cada cliente, siempre y cuando les sea posible.

1.4.2 ACCIONES DE PROMOCIÓN

Se pretende penetrar en el mercado ofreciendo un esmerado servicio, tanto en la prestación del propio servicio como en el trato al cliente.

Los principales instrumentos publicitarios para la puesta en marcha de la empresa son los siguientes:

- Realización de visitas comerciales a personas clave como pueden ser las viviendas de los estratos 3,4,5,6 de la ciudad de Villavicencio . Para ello se llevarán tarjetas de visitas, folletos publicitarios También realizarán llamadas telefónicas.
- Se enfocara su publicidad principalmente a través de redes sociales en prensa, carteles en establecimientos públicos, guías informativas, anuncios en directorios profesionales (páginas amarillas.)

Las acciones publicitarias previstas el resto del año son las siguientes:

Redes sociales: actualización de información publicitaria a diario.

Visitas comerciales; Se realizarán un calendario de visitas mensualmente que el personal comercial se encargará de llevar a cabo.

Página Web; En la que expondrán los servicios ofertados por la empresa y le darán la posibilidad al cliente de rellenar un formulario de contacto para solicitar información y un presupuesto.

Voz a voz; Se es consciente de que la mejor publicidad para este tipo de negocios es el voz a voz” porque es el tipo de publicidad más creíble. Por este motivo, se proporcionará un servicio de calidad ya que es la mejor estrategia publicitaria que puede tener el centro.

1.4.3 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Los precios que ofrecerá la empresa **MULTISERVIC LTDA** estarán sometidos a los estándares que maneja el mercado para cada uno de los productos que se ofrecen.

Los precios se establecerán en función de

- Del tiempo necesario para la prestación del servicio
- Del lugar de residencia
- Materiales necesarios
- Inclusión de servicios accesorios como cristales, suelos, basuras etc.
- Tipo de servicio

En definitiva, el precio de venta vendrá dado:

Precio de venta = coste/hora+imputación de otros gastos+margen comercial

Para el seguro multiservic se maneja un precio promedio de \$ 50.000 pesos mensuales. Y se maneja un promedio de 250 servicios individuales y 100 asegurados mensuales aumentando anualmente en un 30 por ciento.

.

En algunos casos se subcontrataran servicios y se tarificarán en referencia a la tarifa aplicada por la empresa colaboradora subcontratada, con la que se negociará un descuento por la captación de clientes y que supondrá, por tanto, el margen de este tipo de operaciones. el margen de ganancia en caso de subcontratación se acordara con el prestador del servicio subcontratado.

CAPITULO 2 ESTUDIO TECNICO

2.1 DISEÑO DEL SERVICIO

MULTISERVIC LTDA prestara sus servicios bajo dos modalidades modalidad de seguro y modalidad a domicilio.

La modalidad seguro multiservic cubre los siguientes imprevistos:

- Daño en la regadera
- Reemplazo de Vidrio roto
- Destape de Baño
- Cerrajero en caso de llave rota o perdida
- Cubierta de goteras
- Limpieza de Mancha de muebles, alfombras
- Destape canales
- Alarma y Botón de pánico
- Electrodoméstico descompuesto
- Destape de sifones
- Fumigación
- Reparación taco de luz
- Reparación swuiches de luz
- Ajuste de puertas
- Instalación de televisores, ventiladores de pared.

Los servicios de reparación no incluyen la compra de repuestos en el caso que se necesiten. Pero podrán ser adquiridos a través de la empresa y cargados a la factura del mes próximo.

Además de esto el seguro multiservic da a los asegurados el beneficio de obtener un descuento en los servicios que no estén incluidos en el plan.

La modalidad de servicio a domicilio ofrece el siguiente portafolio de servicios

- Servicio de aseo
- Servicio de albañilería
- Servicio de pintura

- Servicio de cerrajería
- Servicio de reparación general
- Servicio de electricista
- Servicio de jardinería
- Servicio de niñera
- Servicio de pago de recibos
- Servicio de domicilios
- Servicio de mantenimiento de aires acondicionados
- Servicio técnico en sistemas

Promedio de precios por servicios.

Servicio de aseo	\$ 50.000
Servicio técnico en sistemas	\$ 50.000
Servicio de pintura	\$ 200.000
Servicio de cerrajería	\$ 45.000
Servicio de reparación general	\$ 45.000
Servicio de electricista	\$ 45.000
Servicio de jardinería	\$ 50.000
Servicio de niñera	\$ 40.000
Servicio de pago de recibos	\$ 5.500
Servicio de domicilios	\$ 5.500
Servicio de mantenimiento de aires acondicionados	\$ 90.000
Servicio de albañilería	\$ 50.000

Fuente: el proyecto

Para el análisis financiero se trabajara un valor promedio de \$ 50.000.00. y los servicios prestados de manera individual y los clientes afiliados por medio del seguro se analizaran como uno solo.

2.2 DISEÑO DE LA PRESTACION DEL SERVICIO

2.2.1 SUBCONTRATACIONES

Algunos de los servicios que oferta la empresa sobre todo durante las etapas de inicio de actividad, se subcontratarán.

Para controlar los procesos de subcontratación se debe dejar claro a la empresa que se subcontrata, que siempre actuará en representación de nuestra empresa y se controlará su actividad de prestación del servicio.

Se contratará una póliza de responsabilidad civil, por los problemas que pueda originar la prestación de la propia actividad. El seguro puede tramitarse con la compañía que se desee en base a esa actividad.

2.2.2 DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El proceso de prestación del servicio será, en su conjunto, muy sencillo:

1º Organización de un calendario de visitas comerciales: el responsable comercial diseñará un calendario de visitas de potenciales clientes. En esta visita se presentarán al cliente tanto la empresa como toda la gama servicios ofertados por ella. El proceso comercial se considera un elemento de ventaja competitiva clave.

2º Recepción del pedido: el cliente, a través de cualquier vía (personalmente, teléfono, fax, correo electrónico, por la plataforma o la aplicación móvil) realiza una petición de oferta.

El responsable de recepción se encarga de hacer una revisión previa, de la cual se deducirán datos como: peticionario, tipo de servicio/producto requerido, y también valorará si la organización está capacitada o no para realizarla.

Con estos datos el responsable de recepción decidirá si se procede a realizar la oferta en cuestión. En caso negativo, se rechazaría, comunicándose al peticionario.

La recepción de pedidos se efectúa también de forma directa (sin previa solicitud de oferta). Los clientes realizan sus pedidos vía fax, por correo electrónico o teléfono, o bien acudiendo de forma directa a las oficinas de la empresa.

3º Base de datos de clientes: en el momento de la recepción del pedido, el responsable de recepción comprobará: Si el cliente está incluido en la Base de Clientes de la Administración o si es un asegurado. Los nuevos clientes, serán incluidos en la Base de datos .

4º Elaboración de ofertas: si es un cliente asegurado se procede a enviar el operario al domicilio de la persona si es un cliente no asegurado el Responsable de coordinación realiza el presupuesto a partir de la información recogida. Una copia del presupuesto se archiva en la carpeta de "Presupuestos" en Administración y la otra copia se entrega al cliente preferiblemente en mano, o, si esto no fuera posible, por correo o por fax para su evaluación.

5º Revisión por parte del cliente: el cliente estudia y revisa el presupuesto, y decide si lo acepta o no, o si quiere alguna modificación. Cuando el cliente acepta la oferta, se solicitará de éste su aceptación por escrito firmando el presupuesto, quedando con una copia la organización y con otra el cliente.

6º Redacción del contrato: una vez realizadas las comprobaciones previas y llegado a un acuerdo, tienen lugar la redacción del contrato, bien por parte del cliente, bien por parte de la organización, y la firma del citado contrato por parte de ambos.

7º Prestación del servicio: se prestarán los servicios según las condiciones que se hayan estipulado. La prestación del servicio es muy importante en el negocio, ya que su resultado será directamente percibido por el cliente y de él dependerá el éxito del negocio. Los requisitos básicos exigidos serán: Nivel de calidad del servicio, amplia gama de servicios, cumplimiento de plazos y horarios previstos, formación del personal y tecnología utilizada.

8º Seguimiento y control de todos los trabajos realizados: buscando como objetivo la máxima satisfacción por parte del cliente.

2.2.3 PROCEDIMIENTOS Y CONTROLES DE CALIDAD

Se va implantar un sistema de gestión de calidad, buscando con ello la máxima objetividad en el control del servicio y ofrecer al cliente un sistema de seguimiento la prestación del servicio.

El control de calidad se realiza sobre tres niveles:

1. Control de satisfacción del usuario.
2. cumplimiento de horarios y fechas
3. rapidez en la prestación del servicio
4. actitud del operario que realiza el servicio.

Se Han diseñado unas tarjetas firmadas por el operario que ha realizado el servicio. Estas tienen un teléfono donde acudir en el caso de que el cliente encuentre alguna deficiencia. Este sistema responsabiliza al operario del trabajo efectuado y posibilita la satisfacción inmediata en caso de deficiencia indeseada.

2.3 LOCALIZACION DE LA EMPRESA

2.3.1 UBICACIÓN DE LA OFICINA PRINCIPAL

Se ha considerado como un factor clave la ubicación del local, ya que permitirá de acuerdo a su ubicación reflejar confianza en los clientes potenciales, por lo que se ha optado en situarse en el sector del barrio el barzal ya que es una zona caracterizada comercialmente por estar constituido en su mayoría de empresas prestadoras de servicios de salud, financieros, y todo tipo de almacenes.

Grafica-7 local comercial



Fuente: el autor 2016

La captación del cliente se hará principalmente vía red comercial, utilizándose el local Principalmente como oficina. Los clientes que estiman que captarán vía entrada en el local serán prácticamente residuales.

2.4 TERRENOS, EDIFICIOS, INSTALACIONES

El local será contratado en régimen de alquiler, será un local pequeño aproximadamente 4 metros de frente por 4 metros de fondo, ascendiendo su costo a \$ 700.000 de pesos mensuales.

Estará acondicionado con

- 1 acondicionamiento
- 1 computador con software
- 1 impresora
- 1 escritorio
- 1 sala de atención cuatro sillas
- 1 teléfono
- 1 fax
- Kit de escritorio
- Papelería

2.5 COMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DEL LOCAL

Destacar la facilidad de acceso al local, por lo que únicamente resta referirnos a las infraestructuras de que dispone la zona:

- Facilidad del acceso en automóvil.
- Servicio de autobuses.
- Banda ancha; lo que permite disponer de una buena conexión a Internet, lo cual abre posibilidades de cara a una posible recepción de pedidos en Web.

2.6 RELACIÓN DE CARGOS

Se ha determinado que para la puesta en marcha de MULTISERVIC los puestos de trabajo que se necesitaran son;

1 GERENTE
1 COORDINADOR
1 RECEPCIONISTA
3 OPERARIOS

Están previstas incorporaciones durante el periodo objeto de estudio, salvo que haya una mayor demanda a la estimada, optándose por contrataciones a media jornada que permitan dar respuesta a la clientela.

GERENTE

Se encargará de definir la estrategia y objetivos de la empresa. Además se responsabilizará de de la gestión financiera. De esta forma, será el encargado de tratar con los bancos y otras fuentes de financiación, y conseguir una eficiente gestión de la tesorería y del control de costes.

COORDINADOR

Se encargara del proceso de subcontratación de los servicios, coordinar la prestación del servicio a los clientes y así mismo del proceso de recaudo del dinero y pagos.

RECEPCIONISTA

Se encargara de recibir a los clientes casuales y los clientes en llamadas telefónicas y por medio de la web, de tomar los pedidos de los servicios e informarlos a la coordinadora de dar la información pertinente de los servicios que presta la empresa.

OPERARIOS

Serán los encargados de llevar a cabo la operación en campo estos serán las personas capacitadas para prestar el servicio en los hogares.

2.7 LA SELECCIÓN DEL PERSONAL

La selección del personal estará a cargo del gerente y el coordinador por medio de métodos establecidos para tal fin como lo son los exámenes de rigor y las entrevistas.

CAPITULO 3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1 CULTURA ORGANIZACIONAL.

3.2 MISIÓN

Proporcionar la mejor prestación de servicios domésticos en la ciudad de Villavicencio bajo los conceptos de calidad, rapidez, cobertura y excelencia, proporcionen a los clientes la satisfacción total de sus necesidades.

3.3 VISIÓN

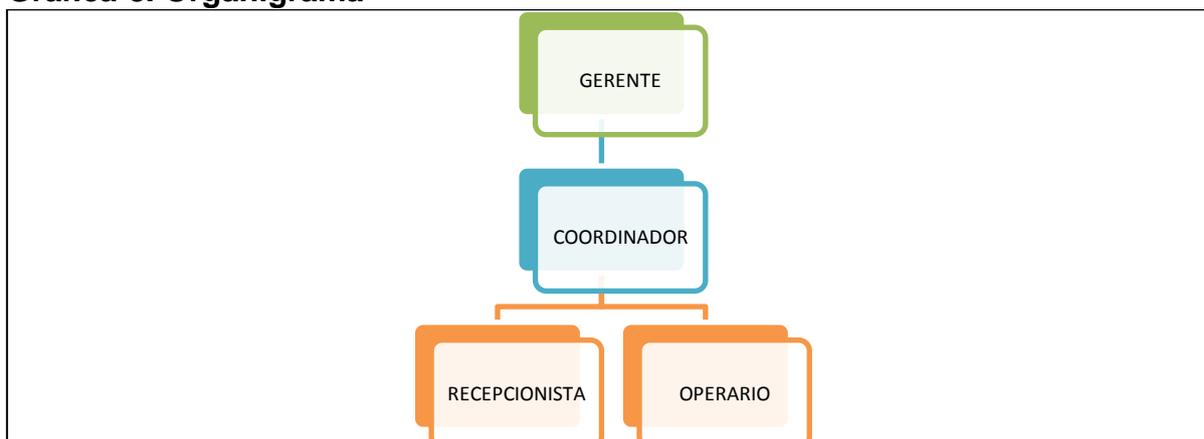
Para el 2020 Ser reconocidos a nivel nacional como una empresa líder en el mercado de prestación servicios domésticos y como proveedores de un servicio de calidad confiable y seguro para los hogares .

3.4 OBJETIVOS DEL NEGOCIO

Crear un portafolio de servicios domésticos amplio que cumpla a cabalidad con todas las necesidades de los clientes en sus hogares.

3.5 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

Grafica-8. Organigrama



Fuente: el autor 2016

El organigrama de la empresa es jerárquico funcional define las funciones década uno de los puestos de trabajo creados.

3.6 MANUAL DE FUNCIONES

CARGO GERENTE

Área Administrativa.

Identificación del cargo: GERENTE

Finalidad del cargo: Responsable del correcto funcionamiento de la empresa

Funciones:

- Responsable por los ingresos y egresos de la empresa
- Dirigir personal a cargo.
- Responder por facturación.
- Supervisar la ejecución de las labores propias de la empresa
- Representar la empresa
- Responder por bienes y equipos del local.
- Atender a los clientes.
- Coordinar actividades de operación, logística y mantenimiento..
- Elaborar informe mensual.
- Recibir recaudo por concepto de ventas.
- Realizar cuadro de cuentas de facturación.
- Realizar y diligenciar todos los documentos correspondientes a la empresa
- Seguimiento a clientes antiguos y nuevos.
- Actualizar listados de facturación

REQUERIMIENTOS

Educación:

Estudios: Profesional en administración de empresas o carreras afines.

Conocimientos: Relaciones públicas, servicio al cliente, mercadeo, manejo de Computador.

Idiomas: Inglés.

Experiencia: 1 año

CARGO COORDINADOR

Área administrativa

Identificación del cargo: coordinador

Finalidad del cargo: hacer seguimiento al proceso de prestación de servicios.

Funciones:

- Subcontratación de personal
- Cobros
- Facturación
- Rendir informes .

Requerimientos:

Educación:

Estudios: profesional.

Conocimientos: Ventas, contabilidad, manejo de computador.

Idiomas: Inglés.

Experiencia: 1 año de experiencia.

CARGO OPERARIO

Área operativa

Identificación del cargo: OPERARIO

Finalidad del cargo: prestar el servicio personal en el domicilio

Funciones:

- prestar los servicios requeridos en los domicilios
- Retroalimentar en la empresa sobre el servicio prestado
- Las demás que sean asignadas por su jefe inmediato.

Requerimientos:

Educación:

Estudios: bachiller.

Conocimientos: básicos en las labores específicas

Idiomas: Español

Experiencia: No es obligatoria.

CARGO RECEPCIONISTA

Área operativa

Identificación del cargo: RECEPCIONISTA

Finalidad del cargo: atención al cliente, recepción de pedidos

Funciones:

- Atender a los clientes.
- Guiarlos a través del proceso.
- Ofrecer y promocionar los servicios
- Asesorar en la experiencia de compra.
- alimentar los informes
- Las demás que sean asignadas por su jefe inmediato.

Requerimientos:

17. Educación:

Estudios: Estudiantes universitarios.

Conocimientos:, relaciones públicas, manejo de computador.

Idiomas: Inglés.

18. Experiencia: 1 año.

3.7 JORNADA LABORAL

La jornada laboral de los empleados estarán ajustadas a las disposiciones legales.

3.8 CONTRATACIÓN Y SALARIOS.

Con el gerente, el coordinador, recepcionista y operarios se pactará un contrato a término indefinido con cláusulas que permitan en algún momento dado que cualquiera de las partes decida terminar con el contrato.

- se tendrá en cuenta la opción de subcontratar personal.

Lo que se pretende con esta política es reducir al máximo los costos laborales.

3.9 CAPACITACIÓN

Todos los empleados recibirán capacitación sobre el funcionamiento del servicio y las políticas por las que se rigen **MULTISERVIC LTDA**. Esta capacitación estará dirigida por el gerente y se hará énfasis en los puntos críticos que llevarán al éxito del negocio tales como el servicio al cliente, Satisfacción, la excelencia etc.

CAPITULO 4 ESTUDIO JURIDICO Y LEGAL

4.1 Apoyo a las MIPYMES:

El ministerio de desarrollo económico, en concordancia con las políticas económicas para el desarrollo de las PYMES, promovidas por el plan de gobierno, amplió los beneficios y comodidades para acceder a las diversas líneas de crédito promovidas por el Instituto de Fomento Industrial (IFI), actualmente en liquidación, y creó el fondo nacional de garantías con el fin de servir como respaldo, solidez y confianza a los empresarios que pretenden acceder a créditos mediante intermediarios financieros.

4.2 Controles e intervención estatal.

Actualmente no se han encontrado obstáculos para el desarrollo de este tipo de actividades y de empresas de servicios por parte de las entidades gubernamentales como el ministerio de educación y la superintendencia de industria y comercio.

4.3 Constitución y formalización.

La constitución y formalización de la empresa debe seguir cuatro pasos fundamentales:

1. Gestiones comerciales y tributarias (de orden nacional y distrital). Se realizan ante la cámara de comercio y notarias.

Implica:

- Reunir los socios para constituir la sociedad (personas jurídicas).
- Verificar en la cámara de comercio de Villavicencio que no existan un nombre o Razón social igual o similar a la empresa de servicios.
- Elaborar una minuta de constitución y presentarla en la notaria.
- Obtener escritura pública autenticada en la notaria (la inscripción causa un

- registro del 0.7% sobre el valor del capital).
- Matricular e inscribir la sociedad en el registro mercantil de la cámara de comercio (diligenciamiento del formulario del registro mercantil).
 - Registrar los libros de contabilidad en la cámara de comercio de Villavicencio (diario, mayor, inventarios y balances y actas).
 - Renovar anualmente (antes del 31 de marzo de cada año) las matriculas Mercantiles de la empresa.

4.4 GESTIONES DE FUNCIONAMIENTO, LICENCIAS ESPECIALES.

El proceso de legalizar el negocio comienza con solicitar un concepto de uso del suelo por medio de una curaduría urbana, quien expedirá un certificado donde expresa la conveniencia y legalidad de establecer este tipo de negocios en la zona escogida.

El costo de este trámite tiene un valor aproximado de \$150.000 y varía dependiendo de la zona. Cuando la curaduría urbana da un concepto afirmativo

con el cual aprueba el montaje del negocio, se procede a realizar la inscripción del impuesto de industria y comercio avisos y tableros ante la secretaría de hacienda de la alcaldía de Villavicencio . Posteriormente debe solicitar un concepto sanitario de la dirección local de salud pertinente. Este tramita es requisito para todo tipo de negocios y no tiene costos. Por último (si es el caso), una vez se hayan adelantado todos los tramites antes descritos, se debe adelantar la solicitud de la resolución de aprobación por parte de la secretaria de educación.

4.5 GESTIONES DE SEGURIDAD LABORAL, ARP, EPS, PENSIONES Y CESANTÍAS Y PROGRAMAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL.

Implica:

- Realizar la inscripción ante la administración de riesgos profesionales (privado o ISS).
- Afiliar a los empleados al sistema de seguridad social y de pensiones ante las Entidades promotoras de salud (EPS), fondo de pensiones, fondos de cesantías y caja de compensación familiar.
- (elaborar reglamento de trabajo, de higiene y realizar inscripción al programa de salud ocupacional).

4.6 DEFINICIONES DE LA NATURALEZA JURÍDICA.

La empresa aquí planteada será una sociedad comercial de responsabilidad limitada, en este caso **MULTISERVIC LTDA** . Esta decisión se ha tomado teniendo en cuenta el número de integrantes que conforman la sociedad y las

intenciones que se tienen en cuanto a la responsabilidad en el monto de los aportes.

Las características principales de este tipo de sociedad son las siguientes:

- La responsabilidad de los socios está limitada al monto de los respectivos aportes.
- El capital debe pagarse totalmente cuando se constituye la sociedad.
- El capital se divide en cuotas de igual valor, cada una de las cuales tienen derecho a un voto.
- Se constituye mínimo por dos (2) personas y máximo por veinticinco (25).
- Los impuestos sobre renta y patrimonio se gravan sobre cada socio de acuerdo con su participación en la compañía.
- La sociedad paga un porcentaje sobre las utilidades.

Se han establecido las siguientes pautas y especificaciones generales para tener en cuenta a la hora de realizar la minuta y acta de constitución para la conformación de la empresa MULTISERVIC LTDA.

- *Acto:* Constitución de una sociedad de responsabilidad limitada.
- *Razón social:* MULTISERVIC LTDA.
- *Capital:* 50% cada socio
- *Socios:* CARLOS ANDRES CARDONA , LUISA RAMIREZ
- *Responsabilidad sobre los aportes:* hasta el monto de su aportes
 - o CARLOS ANDRES CARDONA : 50%
 - o LUISA RAMIREZ : 50%
- *Domicilio:* Villavicencio – Meta – Colombia.
- *Representante Legal:* CARLOS ANDRES CARDONA
- *Objeto Social:* prestación de servicios domésticos y empresariales
- *Duración:* Cuarenta (40) años a partir del día y fecha de la firma en que se Constituye la empresa.

CAPITULO 5 ESTUDIO FINANCIERO

Para el desarrollo de este análisis financiero se debe tener presente que se trabajó con variables del mercado actual como los son la inflación de un 7% el incremento del salario mínimo con un 7% y la carga impositiva para la empresa que sería de un 35%, otras variables fueron manejadas por los autores sobre supuestos del mercado esperado, como los son una demanda de servicios para el primer año de 250 servicios mensuales y una afiliación de 100 asegurados mensuales, además de esto un incremento en estos valores de un 30% por ciento anual. Para el cálculo del VAN se usó la tasa de captación del 8,26 anual de la superintendencia financiera febrero – marzo de 2016. Para el análisis financiero se trabajara un valor promedio de \$ 50.000.00 Por servicio a domicilio y afiliados por seguro es decir se analizaran como uno solo.

5.1 ESQUEMA INVERSION INICIAL

ITEM	VALOR
1 acondicionamiento	\$ 1.000.000
1 computador con software	\$ 5.000.000
1 impresora	\$ 300.000
1 escritorio	\$ 600.000
1 sala de atención cuatro sillas	\$ 800.000
1 teléfono	\$ 100.000
1 fax	\$ 300.000
Kit de escritorio	\$ 200.000
Papelería	\$ 100.000
publicidad	\$ 2.000.000
arriendo	\$ 2.000.000

5.2 PLAN DE INVERSIONES

PLAN DE INVERSIONES		\$ 33.400.000
INVERSION FIJA		\$ 8.100.000
ACONDICIONAMIENTO INSTALACIONES		\$ 1.000.000
MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA		\$ 7.100.000
OTRAS INVERSIONES FIJAS		\$ 0
IMPREVISTOS		
INVERSION DIFERIDA		\$ 5.300.000
COSTO DE CONSTITUCION		\$ 1.000.000
GASTOS PREOPERATIVOS		\$ 4.300.000
INTERESE OPERATIVOS		\$ 0
CAPITAL DE TRABAJO		
EFFECTIVO		\$ 20.000.000

5.3 ESTRUCTURA COSTOS

VARIABLES		AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
precio del servicio	\$ 50.000,00	\$ 50.000,00	\$ 53.385,00	\$ 56.999,16	\$ 60.858,01	\$ 64.978,10	\$ 69.377,11
Numero de servicios	350	4200	5460	7098	9227,4	11995,62	15594,306
COSTOS OPERATIVOS \$/MES	CONSUMO MENSUAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERGIA ELECTRICA	60.000,00	\$ 720.000	768.744	820.788	876.355	935.685	999.030
AGUA	30.000,00	\$ 360.000	384.372	410.394	438.178	467.842	499.515
ARRENDAMIENTOS	700.000,00	\$ 8.400.000	8.968.680	9.575.860	10.224.145	10.916.320	11.655.355
MANTENIMIENTO %/ AÑO	50.000	\$ 600.000	640.620	\$ 683.990	\$ 730.296	\$ 779.737	\$ 832.525
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS \$/ MES	MESUAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SUELDOS PRESTACIONES EMPLEADOS	10.000.000,00	\$ 120.000.000	\$ 128.400.000	\$ 137.388.000	\$ 147.005.160	\$ 157.295.521	\$ 168.306.208
GASTOS GENER ADMON Y VENTAS	1.000.000,00	\$ 12.000.000	\$ 12.812.400	\$ 13.679.799	\$ 14.605.922	\$ 15.594.743	\$ 16.650.507
DEPRECIACION(DIAS)	DURACION DEP	AÑO 0	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MEJORAS LOCATIVAS	10	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00	100.000,00
MUEBLES Y EQPOS OFICINA	5	1.420.000,00	1.420.000,00	1.420.000,00	1.420.000,00	1.420.000,00	1.420.000,00
AMORTIZACION DIFERIDOS	10	530.000,00	530.000,00	530.000,00	530.000,00	530.000,00	530.000,00
VALOR SALVAMENTO	0						
PARAMETROS			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INFLACION		7%	7%	7%	7%	7%	7%
INCREMENTO SALARIO MINIMO		7%	7%	7%	7%	7%	7%
IMPUESTO		35%	35%	35%	35%	35%	35%

La estructura de costos de la organización está sujeta a unas variables que deben ser tenidas en cuenta para su análisis las cuales son la inflación del año anterior es decir la reportada en 2015, el incremento del salario mínimo y los impuestos. En segundo lugar es importante recalcar que las variables precio y cantidad del servicio son sugeridas por los autores de acuerdo al análisis del mercado potencial y de los datos obtenidos en la encuesta.

5.4 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE P Y G	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS X VENTAS	\$ 210.000.000	\$ 291.482.100	\$ 404.580.070	\$ 561.561.182	\$ 779.452.537
(-)MENOS COSTO DE VENTAS	\$ 10.080.000	\$ 10.762.416	\$ 11.491.032	\$ 12.268.974	\$ 13.099.584
UTILIDAD BRUTA	\$ 199.920.000	\$ 280.719.684	\$ 393.089.038	\$ 549.292.208	\$ 766.352.953
(-)MENOS GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 132.000.000	\$ 141.212.400	\$ 151.067.799	\$ 161.611.082	\$ 172.890.264
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 67.920.000	\$ 139.507.284	\$ 242.021.239	\$ 387.681.126	\$ 593.462.689
IMPUESTOS(-)	\$ 23.772.000	\$ 48.827.549	\$ 84.707.434	\$ 135.688.394	\$ 207.711.941
UTILIDAD NETA	\$ 22.074.000	\$ 45.339.867	\$ 78.656.903	\$ 125.996.366	\$ 192.875.374

5.5 FLUJO DE FONDOS, FLUJO NETO ,TIR, VAN

FLUJO DE FONDOS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
FUENTES		\$ 24.124.000	\$ 47.389.867	\$ 80.706.903	\$ 128.046.366	\$ 194.925.374	\$ 289.007.052
1 UTILIDAD NETA		\$ 22.074.000	\$ 45.339.867	\$ 78.656.903	\$ 125.996.366	\$ 192.875.374	\$ 286.957.052
2.DEPRESIACION DE ACTIVOS FIJOS		\$ 1.520.000	\$ 1.520.000	\$ 1.520.000	\$ 1.520.000	\$ 1.520.000	\$ 1.520.000
3.AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 530.000	\$ 530.000	\$ 530.000	\$ 530.000	\$ 530.000	\$ 530.000
4. VALOR DE SALVAMENTO							
USOS	\$ 33.400.000						
ACTIVOS FIJOS	\$ 8.100.000						
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 5.300.000						
ACTIVOS CIRCULANTES	\$ 20.000.000						
		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO		-\$ 33.400.000	\$ 24.124.000	\$ 47.389.867	\$ 80.706.903	\$ 128.046.366	\$ 194.925.374
TIR	TIR		131%				
VNA	VNA		\$ 186.141.905				
TASA	8,26%						

La estructura de costos que maneja la empresa es relativamente aceptable en términos a que obedecen a valores razonables, siendo estos soportables por lo menos en el primer semestre de trabajo, donde se está iniciando con la penetración del mercado y los ingresos son bajos y en ocasiones nulos.

El estado de pérdidas y ganancias fue proyectado a 5 años y está fundamentado en la proyección de las ventas y la estructura de costos planteada, este a su vez reporta utilidades netas en el primer periodo pero desde luego no significativas debido a la inversión inicial, a partir del segundo año se reporta una utilidad inicial y en los años siguientes se observa que la empresa empieza a tener una estabilidad financiera que permite maximizar las utilidades de los socios.

Para el análisis financiero del plan de negocios se tuvieron en cuenta las razones financieras que miden el desempeño del dinero a través del tiempo como los son el VAN y la TIR calculados en un horizonte de 5 años, de esta manera se indago la factibilidad del proyecto desde el punto de vista financiero. El análisis del VNA evaluado a una tasa del 8,26% anual arroja un valor superior a cero lo que indica que el proyecto es viable, ya que actualizados cada uno de los flujos netos al día de hoy descontada la inversión el valor es positivo. En cuanto al análisis de la TIR del proyecto indica que el proyecto es factible ya que su valor es superior a la tasa de descuento.

Como resultado final de este estudio se puede concluir que este proyecto es viable desde el punto de vista económico y que si se cumplen con los parámetros y variables analizadas en él, la empresa será sostenible en el mercado y generara utilidades para los socios en el futuro. A partir del quinto periodo de funcionamiento la organización debe entrar en una etapa de expansión ya que contara con los recursos necesarios para hacerlo ya que debe ampliar su cobertura y crecer a un ritmo mayor del 30 % anual que se planteó inicialmente y alcanzar un número de clientes mayor so pena de entrar en un estancamiento.

CAPITULO 9 CONCLUSIONES

A partir de los diferentes estudios realizados se puede observar la viabilidad del proyecto en condiciones estables de la economía. Según el análisis del mercado se observa que Villavicencio es una ciudad con un gran potencial para el mercado objetivo de la organización, el auge de la construcción y el crecimiento acelerado que ha venido experimentando la ciudad la hace un espacio atractivo para los negocios y la misión de la organización, ya que los clientes potenciales de esta son los hogares de los estratos 3,4,5,6 los cuales son los que presentan mayor crecimiento en la última década, por esta razón en principio se podría decir que hay una demanda asegurada y condiciones favorables para emprender el negocio.

Desde el punto de vista del estudio técnico se puede concluir que en realidad la inversión en los conceptos técnicos necesarios para la puesta en marcha del negocio no son altos, dado el caso de requerir un crédito financiero para la organización en su etapa inicial, este tendrá un bajo impacto en la liquidez de la empresa. Uno de los aspectos técnicos de relevancia que es importante destacar es el diseño de la prestación del servicio sobre el cual la empresa tiene que trabajar día a día con el fin de que el cliente tenga un acceso más fácil a los servicios que presta la organización, estos es desarrollando herramientas tecnológicas que permitan que la interacción con los clientes sea mas fácil para ellos y la empresa sea la primera opción que ellos elijan.

Toda empresa debe analizar la forma jurídica que es más conveniente para su constitución esto con el fin de no tener percances en el futuro que impidan su desarrollo eficiente en el mercado, el estudio jurídico hecho arrojó que el modelo más factible para la constitución de la empresa es bajo la figura de una sociedad limitada, por razones como lo son la responsabilidad de los socios, el capital, y la distribución de la utilidades, por tal razón la empresa será una sociedad limitada y toda su organización estará sujeta a esta forma jurídica prevista en el código de comercio.

En razón a la viabilidad financiera del proyecto los resultados esperados son favorables, esto sujeto a objetivos y metas trazadas que la organización debe cumplir para alcanzar un nivel óptimo en la ventas, como un crecimiento anual mínimo del 30% en cuanto a servicios prestados de manera individual y un incremento anual del 30% en cuanto a afiliaciones en el modo del seguro. De ser así se empezaran a percibir utilidades a partir del segundo año. Es necesario hacer un esfuerzo inicial en el tema de mercadeo y en el tema publicitario que permita la captación de un número de clientes que nos permitan llegar al punto de equilibrio lo más pronto posible dentro del primer año, ya que las inversiones son hechas con recursos propios de los socios y cualquier falta de liquidez tendrá como consecuencia el tener que recurrir a un crédito financiero.

ANEXO 1.

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESPECIALIZACION EN NEGOCIOS



PLAN DE NEGOCIOS MULTISERVIC LTDA EMPRESA INTEGRAL DE SERVICIOS DOMESTICOS	ENCUESTA A CIUDADANOS VILLAVICENCES
---	--

El objetivo de esta encuesta es captar información acerca de las principales necesidades en servicios domésticos a domicilio que tienen los ciudadanos y familias de la ciudad de Villavicencio Meta

INSTRUCCIONES

Conteste las siguientes preguntas marcando con una x una sola respuesta, responda las preguntas de forma sincera de acuerdo al conocimiento que tenga sobre el tema.

1. UTILIZA ALGUN SERVICIO DOMESTICO A DOMICILIO EN ESPECIAL? (MARQUE CON UNA X EL QUE UTILIZA CON MAS FRECUENCIA)

ASEO ___ SEGURIDAD ___ ELECTRICISTA ___ LAVANDERIA ___
ALBAÑIL ___ PINTURA ___ MENSAJERIA ___ DOMICILIOS ___
ALQUILER ___ REPARACION ___ SISTEMAS ___ CERRAJERIA ___
MASCOTAS ___ JARDINERIA ___ NIÑERA ___ ELECTRICISTA ___

OTROS CUAL _____

**2. CON QUE FRECUENCIA SOLICITA UN SERVICIO DOMESTICO ?
(marque con una x)**

- A. TODOS LOS DIAS
- B. 1 VEZ POR SEMANA
- C. 2 VECES POR SEMANA
- D. 1 VEZ POR MES
- E. 2 VECES POR MES

3. QUE ES LO MAS IMPORTANTE PARA USTED CUANDO SOLICITA UN SERVICIO DOMESTICO?

- A. BUENA ATENCION
- B. COSTO DEL SERVICIO
- C. RAPIDEZ
- D. GARANTIA
- E. CALIDAD

4. CUAL ES EL PRECIO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UN SEGURO CONTRA IMPREVISTOS EN EL HOGAR ?

- A 10.000 a 15.000 diarios
- B 15.000 a 19.999 diarios
- C 20.000 a 29.000 diarios
- D 30.000 a 45.000 diarios
- E 46.000 a 60.000 diarios
- F OTRO PRECIO cuanto _____

5. POR QUE MEDIO CONOCIO DE LAS EMPRESAS QUE LE PRESTAN SERVICIOS DOMESTICOS A DOMICILIO?

- A. TARJETAS
- B. VOLANTES
- C. TELEVISION
- D. RADIO
- E. INTERNET
- F. DIRECTORIO TELEFONICO
- G. OTRO _____ CUAL _____

TABULACION DE LA ENCUESTA

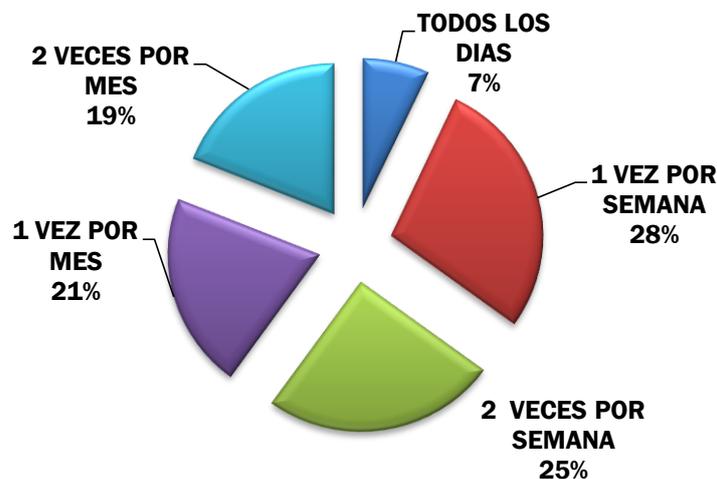
Tamaño de la muestra = 100

1. UTILIZA ALGUN SERVICIO DOMESTICO A DOMICILIO EN ESPECIAL?



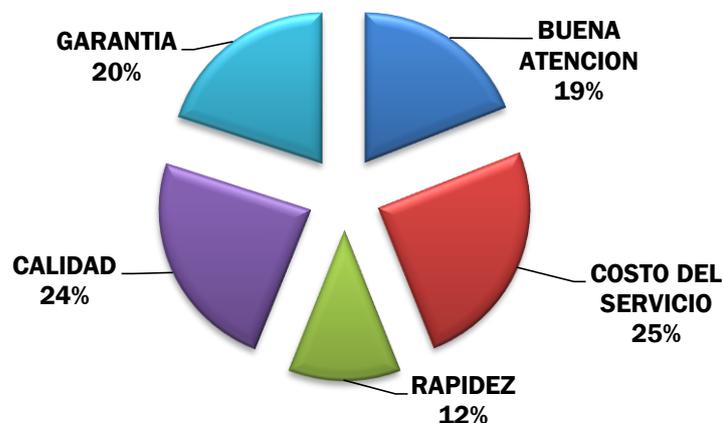
La finalidad de la pregunta hecha es con el fin de identificar qué servicio doméstico es el de uso más frecuente por parte de las personas y también conocer el servicio con menos uso, el resultado arrojado indica que dentro de los servicios más utilizados están, el de aseo, domicilios y electricista. Esta información es indispensable para la empresa a la hora del reclutamiento del talento humano para la organización.

2. CON QUE FRECUENCIA SOLICITA UN SERVICIO DOMESTICO?



La frecuencia relativa y absoluta son indicadores estadísticos que sirven para determinar una demanda estimada del servicio, el propósito de la pregunta es conocer el número de servicios domésticos solicitados por hogar en el lapso semanal y mensual. En los datos arrojados se analiza que la mayor frecuencia de servicios se encuentra entre uno y dos servicios semanales lo que nos podría estimar una demanda aproximada por hogar de entre 4 y 8 servicios al mes.

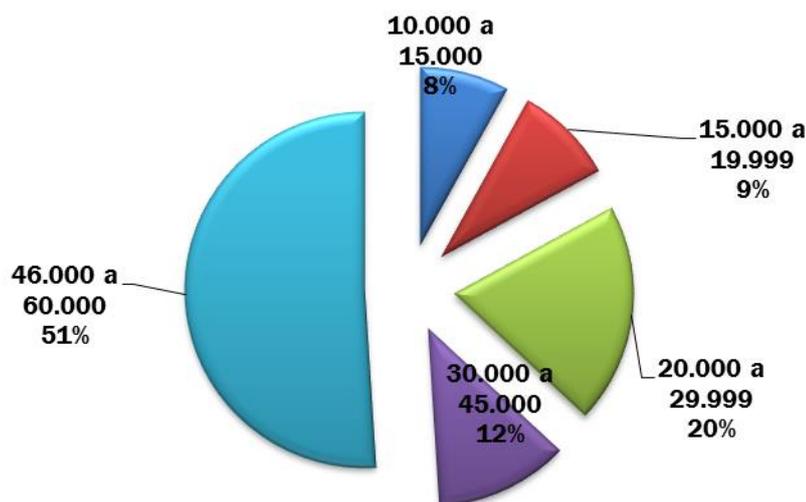
3. QUE ES LO MAS IMPORTANTE PARA USTED CUANDO SOLICITA UN SERVICIO DOMESTICO?



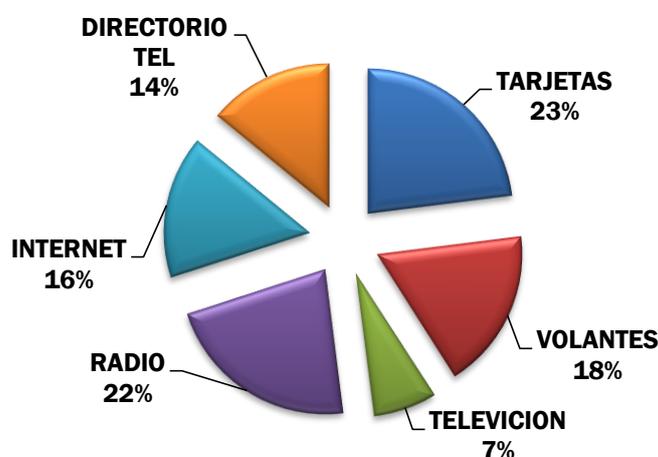
El objetivo de esta pregunta fue determinar qué es lo que el cliente espera de la empresa y del servicio prestado, cual es el punto donde su necesidad es satisfecha de manera completa, esto con el fin de trabajar en indicadores de gestión que involucren la necesidad del cliente, como resultado del análisis de la información recolectado se encontró que se debe trabajar en los costos de la prestación del servicio con el fin de ofrecer un precio razonable a los clientes para los cuales el costo del servicio es un factor determinante a la hora de solicitar un servicio doméstico a domicilio.

4. CUAL ES EL PRECIO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UN SEGURO CONTRA IMPREVISTOS EN EL HOGAR ?

El propósito de la pregunta es conocer cuánto está dispuesto a pagar el cliente por la prestación de este servicio, que como se puede observar en la gráfica se indica en su mayoría que el cliente tiene una disposición presupuestaria entre \$ 46.000 a \$ 60.000 por la prestación de este servicio en un día.



5. POR QUE MEDIO CONOCIO DE LAS EMPRESAS QUE LE PRESTAN SERVICIOS DOMESTICOS A DOMICILIO?



El objetivo de esta pregunta es analizar cuál es el medio más efectivo en cuanto a la publicidad que la empresa se debe usar para promocionar sus servicios, donde las tarjetas, radio y volantes son las más frecuentes.