

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
MANTENIMIENTO Y ADECUACION DE ESPACIOS EN EDIFICACIONES EN  
LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO EN EL AÑO 2015**

**JHONNY DANIEL FAJARDO ROMO**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SAN JUAN DE PASTO  
2017**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
MANTENIMIENTO Y ADECUACION DE ESPACIOS EN EDIFICACIONES EN  
LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO EN EL AÑO 2015**

**JHONNY DANIEL FAJARDO ROMO**

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de  
Administrador de Empresas**

**Asesor:  
ESP: FABIO JESUS IBARRA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
SAN JUAN DE PASTO  
2017**

## **NOTA DE RESPONSABILIDAD**

Las ideas y conclusiones aportadas en este trabajo de grado son de responsabilidad son responsabilidad del autor.

Artículo 1 del acuerdo número 324 de octubre 11 de 1966, emanado del honorable consejo directivo de la Universidad de Nariño.

Nota de Aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

---

Firma del Presidente del Jurado

---

Firma del Jurado

---

Firma del Jurado

San Juan de Pasto, Febrero de 2017

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por darme la oportunidad y el mundo entero para satisfacer a mi antojo mis deseos y sueños. A mis padres que siempre han estado allí, sin importar las dificultades que haya que sobrepasar, enseñando los valores del trabajo honesto, basados en la responsabilidad, la felicidad, la pasión y el amor. A mis hermanos que con la sinceridad y el acompañamiento logran sacar lo mejor de mí. A mis amigos por ser la motivación constante y quienes nunca dudan al tender la mano en momentos críticos. A los docentes que preparan clase día a día para el beneficio de la comunidad y a toda persona que cree en un mundo de felicidad.

## DEDICATORIA

Dedicado a **Frank Fajardo** por ser el dueño de esta gran idea. Además de ser quien tuvo la frialdad y el talento para emprender y darle vida real algo que parecía a veces imposible y a **Helmer Fajardo** quien es la cabeza permanente de este bonito proyecto.

## RESUMEN

El plan de negocio para la creación de una empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones, está orientado para su implementación y prestar los diferentes servicios en la ciudad de Pasto - Nariño. Forjando cobertura para todo el departamento de Nariño y suroccidente colombiano.

Está dirigido a hogares de estratos 3, 4, 5 y 6 (viviendas 86.541<sup>1</sup> de las cuales se tomó una muestra de 382 hogares) y empresas (14.066).<sup>2</sup> en cámara de comercio Pasto de las cuales se tomó como muestra 373 empresas).

La construcción y adecuación en espacios han venido en incremento generando empleo para empresas especializadas en varias áreas como la construcción, ebanistería, metálicas, marquetería entre otros. Se ve la necesidad del mantenimiento correctivo y preventivo de los diferentes espacios ya sea en hogares o empresas.

En la nueva empresa se encuentra todas especializaciones integralmente y en un solo lugar; con el propósito de evitar contratiempos y sobrecostos en las diferentes obras; garantizando asesoría y calidad en cada servicio prestado.

---

<sup>1</sup> DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

<sup>2</sup> CÁMARA DE COMERCIO PASTO. [en línea] [citado 2016-05-05] Disponible en internet: [www.camaradecomerciodepasto.gov.co](http://www.camaradecomerciodepasto.gov.co)

## **ABSTRACT**

The business plan for the creation of a company for maintenance and adaptation of spaces in buildings, is oriented to its implementation and to provide the different services in the city of Pasto - Nariño. Forging coverage for the entire department of Nariño and southwestern Colombia.

It is aimed at households in strata 3, 4, 5 (houses 86,541 of which a sample of 382 households were taken) and companies (14,066 in Chamber of Commerce Pasto of which was taken as sample 373 companies).

The construction and adaptation in spaces have increased, generating employment for companies specialized in various area such as construction, cabinetmaking, metal, marquetry and others. We see the need for corrective and preventive maintenance of the different spaces already in homes or companies.

In the new company all the specializations are found integrally and in one place; With the purpose of avoiding setbacks and cost overruns in the different works; Guaranteeing advice and quality in each service provided.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN .....	23
1. ASPECTOS GENERALES.....	24
1.1 TEMA DE INVESTIGACION .....	24
1.2 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN:.....	24
1.3 LÍNEA Y SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....	24
1.3.1 Línea de investigación. ....	24
1.3.2 Sub línea de investigación. ....	24
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	24
1.4.1 Descripción de la situación actual.....	24
1.4.2 Formulación del problema:.....	27
1.4.3. Sistematización del problema: .....	27
1.5 OBJETIVOS.....	28
1.5.1. Objetivo general.....	28
1.5.2 Objetivos específicos .....	28
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	29
1.7 DELIMITACIÓN DEL PROYECTO .....	29
1.7.1 Delimitación. ....	29
2. MARCO REFERENCIAL.....	31
2.1. MARCO CONTEXTUAL.....	31
2.1.1 Reseña histórica. Pasto. ....	31

2.1.2. Entornos de investigación:.....	32
2.2 MARCO TEÓRICO .....	36
2.2.1 Fundamentación Teórica .....	36
2.3 MARCO LEGAL .....	40
2.4 MARCO CONCEPTUAL .....	55
3. PROCESO METODOLÓGICO .....	57
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	57
3.2 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	57
3.2.1 Fuentes primarias. ....	57
3.2.2 Fuentes secundarias.....	57
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA .....	58
3.4 TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	59
3.4.1 Técnica. ....	59
3.4.2 Instrumento. ....	59
4. RECURSOS ADMINISTRATIVOS.....	60
4.1 PRESUPUESTO .....	60
4.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	60
5. ESTUDIO DE MERCADO.....	61
5.1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO .....	61
5.1.1 Adecuación y mantenimiento de espacios. ....	61
5.1.2 Mantenimiento de infraestructura. ....	62

5.1.3 Asesoría y diseño de espacios. ....	63
5.2. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	64
5.3 ANÁLISIS DE MERCADO.....	66
5.3.1 Mercado objetivo y justificación de la elección.....	66
5.4 COMPETENCIA.....	68
5.4.1 Análisis de la competencia.....	68
5.4.2 Estrategias de Precio:.....	75
5.4.3. Análisis competitivo de precios. ....	76
5.4.4. Estrategia de distribución.....	77
5.4.5. Estrategias para ofrecer el servicio:.....	77
5.4.6. Estrategias de venta. ....	78
5.4.7. Estrategia de promoción. ....	78
5.4.8 Estrategia de comunicación:.....	80
5.4.9. Estrategia de servicio.....	81
5.4.10. Estrategia de aprovisionamiento.....	82
5.5 CLIENTES .....	82
5.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	83
5.6.1 Análisis de encuesta a familias:.....	83
5.6.2. Análisis de encuesta a empresas: .....	91
5.7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	101
6. ESTUDIO TECNICO.....	102
6.1 TAMAÑO.....	103

6.2 LOCALIZACIÓN.....	104
6.2.1 Macro localización. ....	104
6.2.2. Micro localización.....	105
6.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA .....	106
6.4 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO .....	106
6.4.1 Descripción del proceso construcción y adecuación de espacios.....	106
6.4.2 Flujo grama de proceso de adecuación y/o construcción. ....	109
6.4.3 Flujograma de proceso de mantenimiento .....	113
6.4.4 Necesidades y Requerimientos. ....	114
7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	118
7.1 CONSTITUCIÓN LEGAL .....	118
7.1.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales.....	118
7.2 ESTATUTO TRIBUTARIO .....	121
7.3 PLATAFORMA ESTRATEGICA .....	122
7.3.1 Misión.....	122
7.3.2 Visión. ....	122
7.3.3 Valores corporativos. ....	122
7.4 POLÍTICAS .....	123
7.4.1 Política de calidad.....	123
7.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL. ....	123
7.6 MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS .....	124
7.7 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE) .....	144

7.8 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI).....	145
7.9 MATRIZ DE DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS (DOFA).....	146
8. ESTUDIO FINANCIERO.....	148
8.1 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	148
8.1.1 Punto de equilibrio en pesos:.....	148
8.2 INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS.....	149
8.3 GASTOS DE ADMINISTRACION.....	150
8.4 PROYECCIÓN DE VENTAS.....	151
9. ESTADOS FINANCIEROS.....	153
10. EVALUACION FINANCIERA.....	157
10.1 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD.....	157
10.2 CONCLUSIONES FINANCIERAS.....	159
11. ANALISIS DE IMPACTO.....	161
11.1 IMPACTO ECONÓMICO.....	161
11.2 IMPACTO SOCIAL.....	162
11.3 IMPACTO AMBIENTAL.....	162
11.4 MATRIZ LEOPOLD.....	167
12. CONCLUSIONES.....	170
13. RECOMENDACIONES.....	171

BIBLIOGRAFÍA.....172  
NETGRAFÍA .....173

## LISTA DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Salarios y prestaciones año 2015 .....	46
Tabla 2. Pago horas extras .....	46
Tabla 3. Pago dominicales.....	47
Tabla 4. Pago de vacaciones.....	47
Tabla 5. Pago prestaciones a cargo del empleador.....	48
Tabla 6. Prestaciones a cargo de terceros y parafiscales.....	49
Tabla 7. Presupuesto para la investigación .....	60
Tabla 8. Cronograma de actividades de la investigación.....	60
Tabla 9. Servicio y mercado objetivo .....	67
Tabla 10. Análisis de la competencia.....	68
Tabla 11. Matriz de perfil competitivo mpc.....	69
Tabla 12. Análisis de precios .....	71
Tabla 13. Análisis de costos .....	72
Tabla 14. ¿Cuál es el nivel de satisfacción que le genera el proveedor de servicios?.....	73
Tabla 15. ¿Qué calificación merece el precio del servicio ofrecido?.....	73
Tabla 16. Segmento al cual está dirigida la competencia .....	74
Tabla 17. Nivel de tecnología usada por la competencia.....	74
Tabla 18. Precio por servicio.....	76
Tabla 19. Presupuesto.....	80
Tabla 20. Estrato al que pertenece .....	83

Tabla 21. ¿Quién atendió su necesidad de adecuación o mantenimiento? .....	85
Tabla 22. ¿Cuántas veces al año requiere de servicios de adecuación o mantenimiento de espacios? .....	86
Tabla 23. Demanda .....	102
Tabla 24. Proyecciones .....	102
Tabla 24. Matriz de macro localización .....	104
Tabla 26. Maquinaria y equipos .....	114
Tabla 27. Muebles y enseres .....	115
Tabla 28. Equipos de oficina.....	115
Tabla 29. Mano de obra requerida.....	116
Tabla 30. Inversiones Diferidas.....	116
Tabla 31. Gastos administrativos.....	117
Tabla 32. Gastos de ventas .....	117
Tabla 33. DOFA .....	147
Tabla 34. Punto de equilibrio en unidades.....	148
Tabla 35. Maquinaria y equipo.....	149
Tabla 36. Muebles y enseres .....	149
Tabla 37. Equipos de oficina.....	149
Tabla 38. Inversiones anticipadas.....	150
Tabla 39. Resumen de las inversiones .....	150
Tabla 40. Gastos administrativos.....	150
Tabla 41. Gastos por ventas .....	151
Tabla 42. Resumen de costos .....	151

Tabla 43. Resumen de Gastos .....	151
Tabla 44. Depreciación .....	151
Tabla 45. Proyección de precio.....	152
Tabla 46. Proyección en unidades.....	152
Tabla 47. Proyección en pesos.....	152
Tabla 48. Estado de resultados .....	153
Tabla 49. Balance general .....	154
Tabla 50. Flujo de efectivo .....	155
Tabla 51. Evaluación .....	158
Tabla 52. Sensibilización. ....	158
Tabla 53. Indicadores de validación financiera .....	158
Tabla 54. Indicadores de evaluación financiera .....	159
Tabla 55. Indicadores de evaluación financiera .....	159

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico .....	35
Cuadro 2. Normas que rigen la construcción en Colombia.....	51
Cuadro 3. Servicios que se requirieron en el último año.....	84
Cuadro 4. ¿Su proveedor le ofrece servicio de diseño real en 3 dimensiones?....	87
Cuadro 5. ¿Le gustaría mirar las obras en 3 dimensiones con diseños, medidas, colores y materiales proyectados de manera real, antes de invertir en las obras?	88
Cuadro 6. ¿Cuál es su actual nivel de satisfacción, respecto a la prestación de los servicios de adecuación y mantenimiento de su hogar y/o empresa? Marque su respuesta. ....	89
Cuadro 7. ¿Cuál es el costo promedio de los servicios anualmente?.....	90
Cuadro 8. ¿Número de trabajadores? .....	91
Cuadro 9. ¿Tipo de empresa? .....	92
Cuadro 10. ¿Cuál es la actividad económica de su empresa? .....	93
Cuadro 11. ¿Cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizo en el último año? .....	94
Cuadro 12. ¿Quién atendió su necesidad de adecuación o mantenimiento? .....	96
Cuadro 13. ¿Cuántas veces al año requiere de servicios de adecuación o mantenimiento de espacios? .....	96
Cuadro 14. ¿Su proveedor le ofrece servicios de diseño real en 3 dimensiones?.	97
Cuadro 15. ¿Le gustaría mirar las obras en 3 dimensiones con diseños, medidas, colores y materiales proyectados de manera real, antes de invertir en las obras?	98
Cuadro 16. ¿Cuál es su actual nivel de satisfacción, respecto a la prestación de los servicios de adecuación y mantenimiento de su empresa? .....	99
Cuadro 17. ¿Cuál es el costo promedio de los servicios anualmente?.....	100

Cuadro 18. Calculo de la demanda y la oferta Demanda: .....	103
Cuadro 19. Proceso: construcción y adecuación de espacios .....	106
Cuadro 20. Descripción del proceso de mantenimiento de espacios físicos.....	110
Cuadro 21. Parámetros de medición .....	111
Cuadro 22. Escala de valorización del impacto .....	163
Cuadro 23. Clasificación de los impactos en construcción. ....	163
Cuadro 24. Impactos potenciales ambientales durante la construccion. ....	168

## LISTA DE GRAFICAS

Pág.

Grafica 1. Crecimiento del PIB del sector de la construcción y de servicios inmobiliarios y de alquileres de vivienda Nariño 2003 – 2013pr .....	26
Grafica 2. Índice de precios al consumidor .....	33
Grafica 3. Empleo .....	34
Grafica 4. Censo de edificaciones .....	34
Grafica 5. Estrato social.....	83
Grafica 6. ¿Cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizo en el último año en la empresa? .....	85
Grafica 7. Quien presto el servicio .....	86
Grafica 8. Requerimiento del servicio al año .....	87
Grafica 9. Servicio de diseño real en 3D.....	88
Grafica 10. Le gustaría mirar las obras en 3D .....	88
Grafica 11. Calidad del servicio .....	89
Grafica 12. Costo promedio de servicios anualmente.....	90
Grafica 13. Aceptación nueva empresa .....	91
Grafica 14. Número de trabajadores.....	92
Grafica 15. Tipo de Empresa .....	93
Grafica 16. Actividad económica.....	94
Grafica 17. ¿Cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizo en el último año en la empresa? .....	95
Grafica 18. Quien presto el servicio .....	96
Grafica 19. Requerimiento del servicio al año .....	97

Grafica 20. Le ofrecen servicios de diseño en 3D.....	97
Grafica 21. Le gustaría mirar las obras en 3D .....	98
Grafica 22. Calidad del servicio .....	99
Grafica 23. Costo promedio de los servicios anualmente .....	100
Grafica 24. Aceptación de la empresa .....	101
Grafico 25. Punto de equilibrio.....	149

**LISTA DE ANEXOS**

**Pág.**

ANEXO A. ENCUESTAS .....176

## INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se desarrolla un plan de negocio para la creación de una empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto, durante el año 2015, donde se realizó un estudio de mercado para determinar el mercado objetivo y la demanda del servicio, un estudio técnico para determinar el tamaño óptimo de la empresa y la ubicación, se realizó un estudio financiero para determinar los presupuestos costos de gastos entre otros y además se realizó un análisis de sensibilidad con el fin de determinar la viabilidad del negocio en este nicho de mercado y se analizan variables como comportamiento de la demanda en este tipo de servicios en la ciudad de Pasto.

Con la formulación del plan de negocios se puede conocer los beneficios de la nueva empresa que se pretende realizar, además de la generación de empleo que esta puede brindar a los habitantes de la ciudad, de igual manera ayuda a tener una idea del mundo empresarial y de las condiciones de mercado y financieras que se adquieren con la creación de una empresa.

En este plan de negocios se tiene en cuenta la facilidad con la cual los hogares familiares y empresas pueden encontrar varios servicios en un solo lugar como son (Diseño, construcción, mantenimiento, adecuación de espacios carpintería, forja, asesoría entre otros). Este plan de negocios dirigido a familias de estratos 3 en adelante y a empresas públicas, privadas y mixtas que se encuentran en la ciudad de Pasto.

Para la formulación de este plan de negocios se tuvo en cuenta una estructura administrativa que ayudara a la realización de las actividades para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

En el plan de negocios se tuvo en cuenta la normatividad que regirá la empresa de acuerdo a las leyes de la república de Colombia al prestar los servicios.

# 1. ASPECTOS GENERALES

## 1.1 TEMA DE INVESTIGACION

Plan de negocios

## 1.2 TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

Plan de negocio para la creación de una empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015

## 1.3 LÍNEA Y SUB LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

**1.3.1 Línea de investigación.** Dinámica empresarial

**1.3.2 Sub línea de investigación.** Gestión gerencial

## 1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

**1.4.1 Descripción de la situación actual.** La economía globalizada y la competencia entre países dan pie para fortalecer los sistemas productivos y de ahí la concepción de empresas, la empleabilidad e ingresos que conducen a implementar mejores sitios de trabajo e infraestructuras adecuadas para trabajar y de igual forma el descanso en hogares que generen satisfacción en todo momento.

De esta forma la construcción ha venido creciendo y es un puntal para la economía de colombiana, durante el año 2014 el Producto Interno Bruto creció en 4,6% respecto al año 2013. En este periodo, los mayores crecimientos se presentaron en construcción con 9,9%; explicado por el aumento en la construcción de obras civiles en 12,0% y en edificaciones en 7,4%.<sup>3</sup>

“Durante los últimos cinco años la demanda de materiales creció 5,8% en promedio, impulsada principalmente por la construcción de edificaciones que utiliza aproximadamente del 42% de la oferta de materiales y obras civiles que precisan alrededor del 32%”.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> DANE. Op. Cit.

<sup>4</sup> Ibid.

Las exportaciones colombianas de materiales de construcción se han mantenido en torno a los US\$ 370 millones (precios FOB), teniendo como principales destinos Estados Unidos con 19%, Ecuador con 17% y Venezuela con 16% del total de exportaciones del sector.

“La industria de construcción de Colombia es la tercera de mayor tamaño en América Latina y el Caribe”<sup>5</sup>.

“En el último quinquenio el tamaño de la construcción creció a una tasa promedio de 16,8%, muy por encima del crecimiento promedio de la región, que fue de 10,2%”<sup>6</sup>

- La construcción se ha incrementado en el país por cuenta del impulso que le han dado las obras civiles, que han crecido a una mayor tasa que la construcción de edificaciones.

- “La construcción de viviendas creció 12,7% anualmente mientras que la construcción de edificaciones no residenciales alcanzó tasas de crecimiento anual de 9,7%.”<sup>7</sup>

- El Gobierno está comprometido con la mitigación de déficit habitacional, en ese sentido tiene como meta completar la entrega de un millón de viviendas de interés social en el 2015.

Con respecto al crecimiento del PIB total y del sector de la construcción, el PIB de la construcción tiene un comportamiento mucho más volátil que el PIB total, evidenciando que dicho sector es más sensible a choques externos y a las señales de mercado. Los mayores crecimientos del sector construcción se dieron en los años 2002 (12.3%) y 2006 (12.1%), y se presentó un descenso en el año 2010. Después de crecer a tasas superiores del 7% desde el año 2002 hasta el año 2008, el sector de la construcción registró una variación negativa de 0.1% en el 2010, recuperándose en el 2011, donde el PIB del sector creció en 10.0% y en el 2012 creció un 6.4%.<sup>8</sup>

En el departamento de Nariño En el año 2014, la producción real creció 1,8%, aunque sus ventas reales cayeron en 0,9%, la recuperación obedece a reactivación del sector de la construcción en los últimos meses. “En diciembre de 2014, las licencias aumentaron en 20,8%, por la reactivación de la construcción

---

<sup>5</sup> BUSINESS MONITOR INTERNATIONAL. [en línea] 2013. [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.bmiresearch.com/](http://www.bmiresearch.com/)

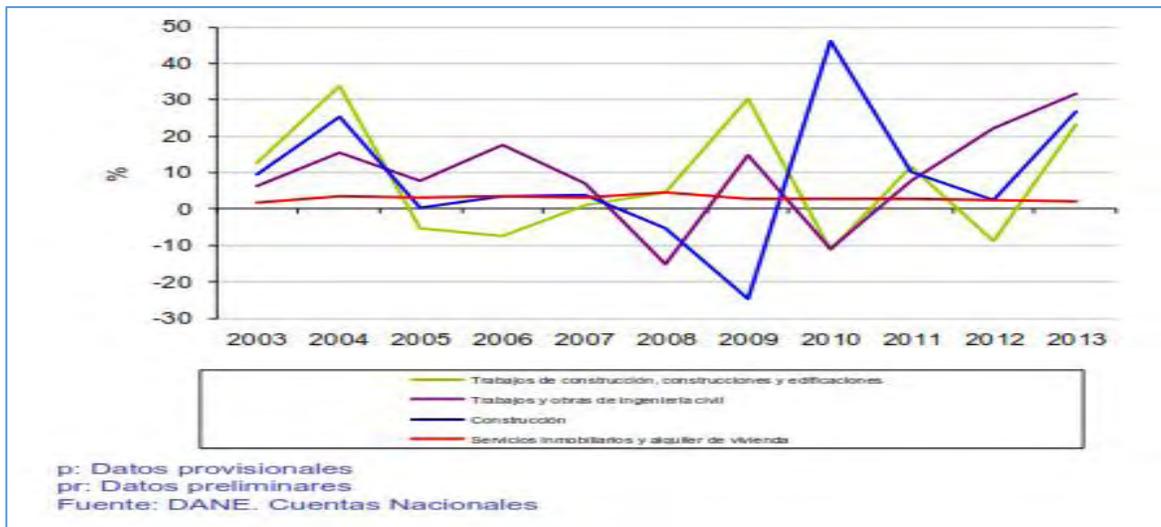
<sup>6</sup> Ibíd.

<sup>7</sup> DANE, Op. Cit.

<sup>8</sup> CENAC. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.cenac.org.co/](http://www.cenac.org.co/)

para vivienda. No obstante, las licencias aprobadas aumentaron 2,4% en los últimos 12 meses a diciembre de 2014”.<sup>9</sup>

**Grafica 1. Crecimiento del PIB del sector de la construcción y de servicios inmobiliarios y de alquileres de vivienda Nariño 2003 – 2013pr**



La actividad constructora en el municipio de Pasto para el periodo Enero- Abril 2014 presenta 241 licencias de construcción expedidas con un área por construir de 121.115 metros cuadrados. La construcción de vivienda alcanzó 230 licencias con un área por construir de 115.250 metros cuadrados. En comparación para el mismo periodo del año 2013 se puede notar en el periodo Enero- Abril 2014 un incremento de 174 licencias (75%). Para la ciudad de Ipiales el sector de la construcción presentó un total de licencias de construcción de 37, este comportamiento refleja que la ciudad de Ipiales en comparación con la ciudad de Pasto lleva una diferencia considerable a la hora de construir esto se puede explicar por el gran desarrollo de infraestructura que se está dando en la Ciudad de Pasto. En el mismo sentido el área a construir para el año 2013 fue 1.186 metros lo que representa únicamente un 8.16% del total de metros que se construye en la ciudad de Pasto. Contrariamente en Ipiales se presentó un incremento de 30 licencias correspondiente a 81% en comparación con el mismo periodo del año 2013.

La construcción de vivienda de interés social (VIS) para el municipio de Pasto únicamente representó el 9,1% en referencia al número de licencias aprobadas,

<sup>9</sup> INFORME DE INDUSTRIA ENERO-DICIEMBRE. [en línea] 2014. [citado 2016-03-09] Disponible en internet: [www.informedeindustria.com](http://www.informedeindustria.com).

con una variación respecto al periodo Enero – Abril de 2013. Es decir, la actividad de la construcción se soporta en mayor medida en la construcción de otros tipos de vivienda (NO VIS), para el periodo en cuestión se presenta una variación positiva en el número de licencias frente al año 2013.

“Para el municipio de Ipiales, la construcción de vivienda de interés indica una variación del 428% en cuanto a número de licencias aprobadas, al pasar de 7 en el 2013 a 37 para el 2014”<sup>10</sup>

El incremento de las construcciones en la ciudad de Pasto ha dejado desatendido el sector de mantenimiento y adecuación, ya que los ingenieros, técnicos, maestros y ayudantes están siendo contratados en su mayoría por las empresas constructoras; descuidando el mantenimiento y la adecuación de espacios.

Además se observa que obras que se realizan en la ciudad por el Sistema Estratégico de Transporte Público SETP; ocasionan deterioros a inmuebles en consecuencia la necesidad de sus propietarios por contratar los servicios de la empresa a crear; que cubrirá a cabalidad este importante nicho de mercado.

#### **1.4.2 Formulación del problema:**

- ¿Cuáles serían las condiciones de mercado que se tendrían en cuenta para la Formulación de un plan de negocio para la creación de una empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015?

#### **1.4.3. Sistematización del problema:**

- ¿Cuál es el estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda para la creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015?
- ¿Cuál sería el estudio técnico que permita determinar el tamaño óptimo y localización de la empresa?
- ¿Cuál sería la estructura administrativa que ayudara al logro de objetivos de la futura empresa?
- ¿Cuál es el estudio financiero para determinar el presupuesto de inversión costos, gastos, utilidades y viabilidad, generados en la creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de

---

<sup>10</sup> DANE, Op. Cit.

San Juan de Pasto en el año 2015?

- ¿Cuál sería la viabilidad financiera después de hacer el análisis de sensibilidad inversión en la creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015?
- ¿Cuáles serían los impactos sociales, económicos y ambientales que tendría el plan de negocios?

## **1.5 OBJETIVOS**

**1.5.1. Objetivo general.** Elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015

### **1.5.2 Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial, análisis de precios para la creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de Pasto en el año 2015.
- Establecer un estudio técnico para la determinar el tamaño óptimo y la localización dentro de la ciudad, para la creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015
- Definir la estructura administrativa de la empresa para la creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015
- Realizar un estudio financiero para determinar el presupuesto de inversión costos, gastos y utilidades que generaría la creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015.
- Establecer un análisis de sensibilidad para definir la viabilidad financiera del proyecto en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015
- Evaluar cuáles son los aspectos sociales, económicos y ambientales que tendrá la creación de la empresa en la ciudad de San Juan de Pasto en el año

2015.

## **1.6 JUSTIFICACIÓN**

La creación de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto en el año 2015 surge a partir de la oportunidad que se presenta en el sector de la construcción (adecuación y mantenimiento) en edificaciones de empresas, casas, conjuntos residenciales y apartamentos. Debido a las obras que se realizan en la ciudad por el Sistema Estratégico de Trasporte Público SETP; que a su paso han ocasionado desperfectos físicos a inmuebles; además por el crecimiento del sector en la ciudad y de la misma forma siguiendo el Plan de Ordenamiento Territorial POT de la ciudad de Pasto se ve venir un incremento en construcción y adecuación de edificaciones y espacios, la empresa por lo tanto aprovechara un mercado desatendido que ha dejado la construcción de apartamentos casas, centros comerciales, conjuntos residenciales etc.

Actualmente en la ciudad se ofrece este tipo de servicios de manera informal por parte de los Maestros de Construcción, de igual manera hay profesionales en arquitectura que ejecutan labores similares de manera independiente o en empresas muy poco visibles; en este sentido se ha identificado alto grado de insatisfacción entre los clientes que han adquirido este tipo de servicios. A partir de la identificación de esta problemática se estructurara los servicios y procesos de la empresa, con una orientación total a la calidad y cumplimiento en la prestación de servicios.

Esta propuesta se caracteriza por ser única e innovadora, es una empresa que generara confianza en los clientes. Ya que los servicios ofrecidos están orientados a satisfacer de manera integral las necesidades de adecuación de espacios comerciales o familiares integrando varias especializaciones (diseño, construcción, carpintería, forja, asesoría entre otros) sin generar altos costos, riesgos y contratiempos a sus clientes.

## **1.7 DELIMITACIÓN DEL PROYECTO**

**1.7.1 Delimitación.** Durante el desarrollo del presente trabajo se utilizara la formulación y evaluación de proyectos dando énfasis a los estudios técnicos, financieros, de mercado y viabilidad del proyecto. Para esto se utilizaran encuestas, libros, y otras fuentes de información que permitan explicar y analizar mejor el problema planteado.

El proyecto se llevara a cabo en la ciudad de San Juan de Pasto departamento de Nariño.

El presente trabajo se llevara a cabo durante el periodo de agosto a diciembre 2015 en la ciudad de San Juan de Pasto.

## 2. MARCO REFERENCIAL

### 2.1. MARCO CONTEXTUAL

**2.1.1 Reseña histórica. Pasto.** Oficialmente San Juan de Pasto, es una ciudad de Colombia, capital del departamento de Nariño. La ciudad ha sido centro administrativo cultural y religioso de la región desde la época de la colonia. Es también conocida como «Ciudad sorpresa de Colombia» Como capital departamental, alberga las sedes de la Gobernación de Nariño, la Asamblea Departamental, el Tribunal del Distrito Judicial, la Fiscalía General, y en general sedes de instituciones de los organismos del Estado.

El municipio de Pasto, se encuentra ubicado al suroccidente del país y específicamente en la subregión centro junto con municipios como Chachagui, La Florida, Nariño, Tangua y Yacuanquer; siendo Pasto, el municipio de mayor importancia y epicentro de las cinco subregiones del Departamento.

“Respecto a su condición política y administrativa se encuentra conformado y/u organizado por 12 comunas y 17 corregimientos”<sup>11</sup>

El municipio está situado en el suroccidente de Colombia, en medio de la Cordillera de los Andes en el macizo montañoso denominado nudo de los Pastos y la ciudad está situada en el denominado Valle de Atriz, al pie del volcán Galeras y está muy cercana a la línea del Ecuador. El territorio municipal en total tiene 1.181 km<sup>2</sup> de superficie de la cual el área urbana es de 26.4 km<sup>2</sup>.

**Clima:** Debido a que la ciudad está en un valle interandino a una altitud de 2.527 msnm y se encuentra al pie del volcán Galeras, la nubosidad es bastante alta. La precipitación varía en todo el municipio, siendo moderada (cercana a 800 mm) en la cabecera municipal, perteneciente a la Región Andina y media en el Lago Guamuez o Laguna de la Cocha, conectada fuertemente con la Región Amazónica. La temperatura promedio anual es de 13,3 °C, la visibilidad es de 10 km y la humedad es de 60% a 88%.

**Infraestructura:** Acueducto y alcantarillado a través de la Empresa de Obras Sanitarias de Pasto, en el área urbana el 93% goza de servicios de acueducto y alcantarillado. En la zona rural la cobertura de acueducto es de 74% y de alcantarillado es de 33%.

---

<sup>11</sup> ALCALDIA DE PASTO. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.alcaldiadepasto.gov.co](http://www.alcaldiadepasto.gov.co)

## **Transporte y vías de acceso:**

**Acceso terrestre:** Pasto está conectado hacia el norte por vía terrestre con Popayán y hacia el sur, a 78 km de distancia con Ipiales en la frontera con la república del Ecuador a través de la Carretera panamericana. La distancia de Pasto a la capital de la república, Bogotá, por la vía panamericana es de 798 km<sup>12</sup> para un tiempo promedio de viaje de 18 horas. Hacia el occidente la ciudad se comunica con el puerto de Tumaco sobre el océano Pacífico, por medio de una carretera pavimentada de 284 km, y hacia el oriente con Mocoa en el departamento de Putumayo con una carretera de aproximadamente 145 km. Para el transporte intermunicipal nacional terrestre existe un terminal en el que operan las principales empresas y por el cual pasan aproximadamente 2 millones de pasajeros al año.

**Acceso aéreo:** El Aeropuerto Antonio Nariño a 35 km de la ciudad, en la localidad cercana de Chachagüí, ofrece conexiones aéreas nacionales a través de empresas aéreas colombianas como Avianca y Satena.

### **2.1.2. Entornos de investigación:**

- **Aspecto económico**

El desarrollo económico del municipio de Pasto ha estado fundamentado en el sector terciario de la economía como es el comercio y los servicios públicos y algunas pequeñas industrias o microempresas, de las cuales cerca del 50% corresponden a la manufactura artesanal. Las empresas nariñenses de mayor tamaño se localizan en Pasto y corresponden principalmente a productos alimenticios, bebidas y fabricación de muebles<sup>13</sup>

En el municipio el 11,1% de los establecimientos se dedica a la industria; el 56,0% a comercio; el 28,9% a servicios y el 4,1% a otra actividad.

En el área urbana las principales actividades económicas son el comercio y los servicios con algunas pequeñas industrias o microempresas, de las cuales cerca del 50% corresponden a la manufactura artesanal. Las empresas nariñenses de mayor tamaño se localizan en Pasto, y corresponden principalmente a productos alimenticios, bebidas y fabricación de muebles. Para desarrollo de la actividad comercial, principalmente con el vecino país de Ecuador, existen varios centros

---

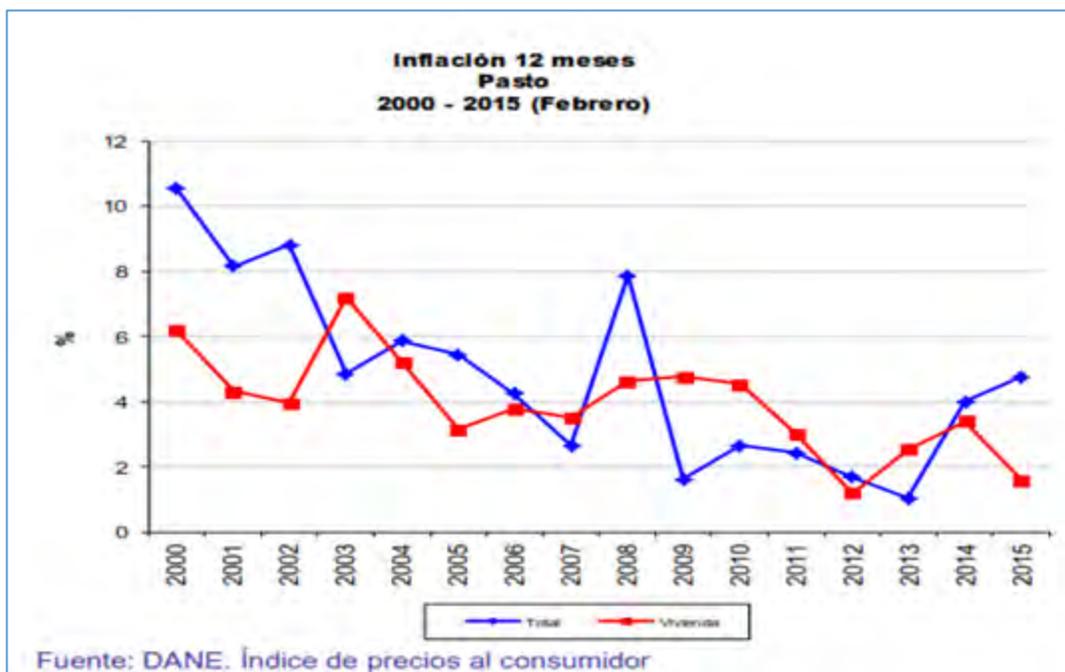
<sup>12</sup> INSTITUTO NACIONAL DE VÍAS- INVIAS. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.institutonacionaldevias.gov.co](http://www.institutonacionaldevias.gov.co)

<sup>13</sup> PLAN TERRITORIAL DE SALUD 2012-2015. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.planterritorialdesalud.gov.co](http://www.planterritorialdesalud.gov.co)

comerciales. La Cámara de Comercio de Pasto fue instituida en 1918 y según su anuario estadístico para el 2008 contaba con 14.066 establecimientos comerciales de los cuales el 58.5 % estaban dedicados al comercio y reparación de vehículos. En la zona rural predominan las actividades agrícolas y de ganadería. En pequeña escala hay actividad minera.

“El PIB de Pasto en el departamento de Nariño, ha venido creciendo a partir del año 2007, pasando de 46,4% en el 2010 a 53,4 en el 2015”<sup>14</sup>

**Grafica 2. Índice de precios al consumidor**

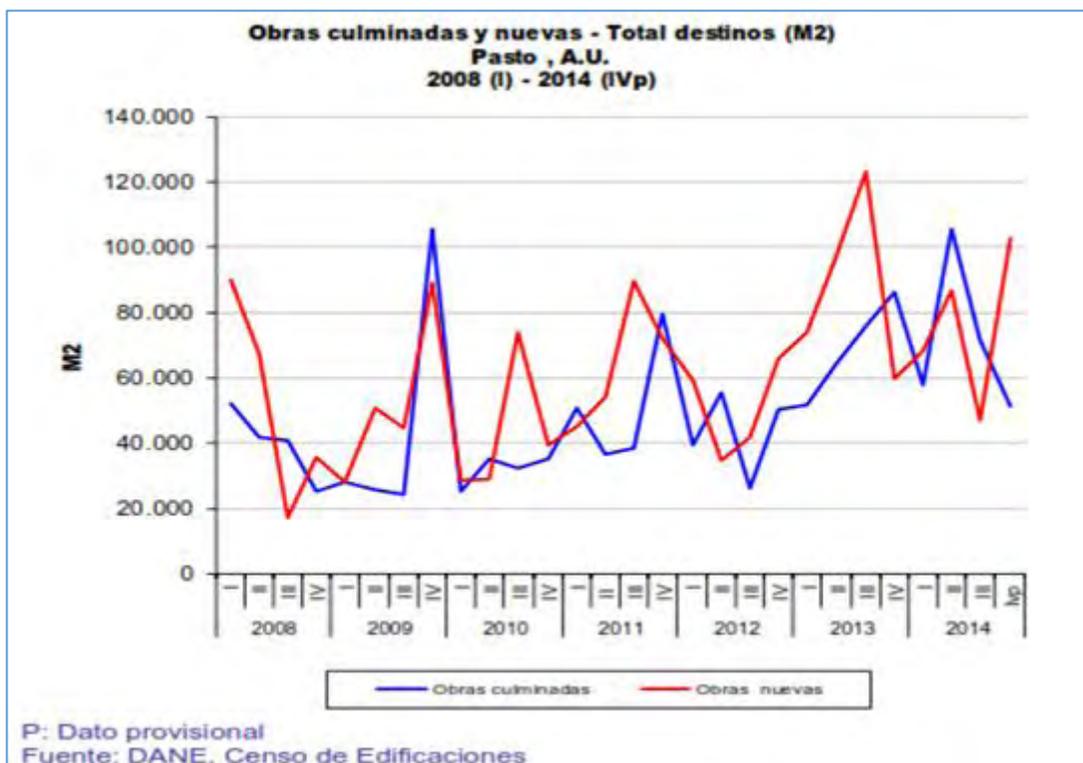


<sup>14</sup> Ibíd.

**Grafica 3. Empleo**



**Grafica 4. Censo de edificaciones**



## Cuadro 1. Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico

Distribución del total de viviendas según estrato socioeconómico (Según el servicio de energía eléctrica) 2015 (Enero)							
Ciudad	Estrato - % viviendas						Total
	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	
Bogotá D.C.	7,0	35,0	36,0	13,6	4,7	3,7	100,0
Medellín	11,2	33,6	30,2	11,6	8,7	4,6	100,0
Cali	17,6	25,7	32,2	12,8	6,5	3,0	100,0
Barranquilla	32,3	21,5	24,2	13,3	4,7	4,0	100,0
Bucaramanga	14,3	19,1	24,7	32,8	3,3	5,8	100,0
Cartagena	37,9	30,1	17,1	6,4	3,8	4,7	100,0
Cúcuta	28,5	40,6	19,5	9,4	1,8	0,1	100,0
Pereira	14,0	29,0	21,6	17,3	11,2	6,9	100,0
Ibagué	16,5	46,7	24,5	10,1	1,8	0,4	100,0
Manizales	9,2	22,1	40,1	15,1	5,1	8,5	100,0
<b>Pasto</b>	<b>17,2</b>	<b>38,4</b>	<b>30,5</b>	<b>10,2</b>	<b>3,7</b>	<b>0,0</b>	<b>100,0</b>
Villavicencio	22,4	28,1	36,9	7,2	2,6	0,8	100,0
Armenia	22,5	25,9	30,0	10,0	10,2	1,4	100,0

Fuente: Superintendencia de Servicios Públicos - Sistema Único de Información de Servicios Públicos, SUI

**Salud:** En la ciudad está la mayoría de instituciones que configuran la red hospitalaria del departamento de Nariño con 6 hospitales y cuatro clínicas para los niveles dos y tres de atención; para la prestación del servicio en el nivel uno se encuentra además de los anteriores, siete centros y dos puestos de salud que ofertan en total 1332 camas hospitalarias para cubrir la demanda de medicina interna, cirugía, pediatría, obstetricia, partos y psiquiatría básicamente.

En el municipio la red la oferta de instituciones públicas está organizada cuatro redes para la prestación del servicio: Red norte, coordinada por el Hospital Civil incluidos tres puestos de salud y un centro; la red sur, coordinada por el Centro de Salud de la Rosa incluidos tres puestos de salud, un centro y una unidad móvil; la red suroriente coordinada por el Centro de Salud Lorenzo de Aldana incluidos cinco puestos de salud y un centro y la red de occidente coordinada por el Centro de Salud Tamasagra incluidos cinco centros de salud y el Centro de Zoonosis.<sup>20</sup> Entre los principales centros hospitalarios están:

- Hospital Universitario Departamental de Nariño ESE HUDN.
- Clínica Nuestra Señora de Fátima
- Fundación Hospital San Pedro
- Hospital Infantil Los Ángeles
- Hospital Mental Nuestra Señora del Perpetuo Socorro (Salud mental femenina)
- Hospital San Rafael de Pasto (Salud mental masculina)
- Hospital Civil

**Geografía:** En relación con la ubicación geográfica la población del municipio de Pasto se ubica en un 82% en la zona urbana y un 18% en la zona rural, lo que indica que solo cerca de una quinta parte de la población está en el campo. Los habitantes del campo requieren mejorar sus condiciones de vida disponer de acceso a la salud y la educación, posibilidades de desarrollo que les permita permanecer en su tierra, a lado de los cultivos y animales que sirven para su alimentación, la de su familia y la que se traslada para vender en la ciudad. Cuidan de las fuentes de agua que sirven para surtir a los habitantes de la ciudad. Su permanencia en el campo bajo condiciones dignas garantiza un equilibrio ambiental en la ciudad, menor demanda de servicios y un mejor orden social.

**Demografía:** “La población total del municipio para la cabecera municipal y el resto es de 439.993 (Urbana y rural) estimada para 2015 según proyección del DANE 2005”<sup>15</sup>

Según las cifras presentadas por el DANE del censo 2005, la composición étnográfica de la ciudad es:<sup>16</sup>

- Blancos y Mestizos (97,6%)
- Afrocolombianos (1,6%)
- Indígenas (0,8%)

## 2.2 MARCO TEÓRICO

### 2.2.1 Fundamentación Teórica

**Plan de negocios:** Un plan de negocio es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. “Se emplea internamente por la administración para la planificación de la empresa y complementariamente, es útil para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores (p. Ej. Los business angels o las empresas de capital riesgo), para que aporten financiación al negocio”<sup>17</sup>.

---

\* Basadas en la extrapolación del comportamiento de conciliación del periodo 1985-05

<sup>16</sup> DANE, Boletín censo general 2005. Perfil Municipal de Pasto, Proyección de población para el 2010. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

<sup>17</sup> ARTÍCULO SOBRE LOS PLANES DE NEGOCIO COMO HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN PARA LAS NUEVAS EMPRESAS. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.google.com](http://www.google.com)

El plan de negocio puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

Usualmente los planes de negocio quedan obsoletos, por lo que una práctica común es su constante renovación y actualización. Una creencia común dentro de los círculos de negocio es sobre el verdadero valor del plan, ya que lo desestiman demasiado, sin embargo se cree que lo más importante es el proceso de planificación, a través del cual el administrador adquiere un mejor entendimiento del negocio y de las opciones disponibles.

### **El prototipo del plan de negocio es:**

- Tener definido el modelo de negocio y sus acciones estratégicas.
- Determinar la viabilidad económica- financiera del proyecto empresarial.
- Definir la imagen general de la empresa ante terceras personas.

A diferencia de un Proyecto de Inversión, que ha sido un documento típico del análisis económico-financiero típico de la última parte del siglo XX, el plan de negocios está menos centrado en los aspectos cuantitativos e ingenieriles, aunque los contiene, y está más focalizado en las cuestiones estratégicas del nuevo emprendimiento, como una forma de asegurar su consistencia en el sentido de Arieu (consistencia estratégica).

**Aplicaciones:** Las principales aplicaciones que presenta un plan de negocio son las siguientes:

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al inicio de la inversión.
- Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- Facilita la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.
- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.

- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

**Procedimiento de elaboración:** La elaboración o el esbozo del plan empresarial o portafolios les competen a los agentes económicos que proponen proyectar la actividad. Dicho programa debe contener el funcionamiento de las diferentes áreas de la organización. Estas funciones mantienen relaciones de dependencia, por tanto es imprescindible dotar al plan de un orden funcional. Seguidamente se presenta un esquema de desarrollo donde se recoge lo expuesto:

#### **a. Estructura del órgano de administración**

- Redactar los Estatutos de la sociedad.
- Estructurar el funcionamiento del órgano administrador.
- Adjudicar las funciones de los órganos societarios.

#### **b. Área jurídico-mercantil**

- Tramitación administrativa y formalidades de constitución.
- Tramitación mercantil.
- Tramitación fiscal.

#### **c. Área económica**

- Análisis y evaluación del entorno económico.
- Análisis del objeto de la actividad.
- Análisis de la competencia o sectorial.

#### **d. Área de marketing.**

- Análisis y segmentación de mercado de la oferta.
- Análisis y segmentación de la demanda.
- Política de precios.
- planificar y presupuestar los sistemas y medios de promoción.
- planificar y presupuestar los sistemas y medios de distribución.

#### **e. Área de ventas.**

- Estimación de ventas.
- Sistemas de ventas.
- Política de ventas y de cobro.
- Presupuesto de los medios de ventas.

#### **f. Área de producción.**

- Estructurar las secciones de producción.
- Diseñar las técnicas y procesos de producción.
- Estimar los costos de producción y los costos estructurales.
- Distribución de los costos a la producción sistemas de contabilidad analítica.
- Sistemas de valoración, amortización y depreciación de la estructura patrimonial.

#### **d. Área de recursos humanos.**

- Diseño y clasificación del personal.
- Diseño de sistemas de evaluación para la contratación laboral.
- Adjudicación y coordinación de puestos.
- Sistemas de formación cualitativa del personal.
- Política y sistemas de retribución.

#### **e. Área contable-financiera.**

- Estructuración o composición del capital social.
- Calcular el coste medio del capital social (propio y ajeno).
- Dotación y repartición de los desembolsos exigibles por la actividad.
- Calcular los Flujos de caja (cobros y pagos).
- Actualizar los flujos de caja.
- Valoración de la inversión.
- Evaluación del proyecto.

## 2.3 MARCO LEGAL

Para la creación de empresas en Colombia se debe realizar los siguientes procedimientos:

- a) Legalización en cámara de comercio.
  - b) Legalización ante notaria
  - c) Solicitud del Nit. y Rut. Ante la DIAN.
  - d) Registro de industria y comercio, registro de uso del suelo, condiciones sanitarias y de seguridad ante la secretaria de hacienda alcaldía municipal.
- **Ley 590, las PYMES:** por el cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos. Así como el estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, MIPYMES.
  - **Ley 1429 de 2010:** la presente ley tiene por objeto la formalización la generalización de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.
  - **Ley 590 de 2000** (Julio 10) Reglamentada por el Decreto Nacional 2473 de 2010 "Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa".

Artículo 1°. Objeto de la ley. La presente ley tiene por objeto:

- a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;
- b) Modificado por el art. 1, Ley 905 de 2004, Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes;
- c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;

**d)** Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;

**e)** Modificado por el art. 74, Ley 1151 de 2007. Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de micro, pequeñas y medianas empresas;

**f)** Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;

**g)** Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a micro, pequeñas y medianas empresas.

**h)** Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

**i)** Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;

**j)** Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

- **Ley 155 de 24 de diciembre de 1959**

**Artículo 1º.** Modificado: Artículo 1 Decreto 3307 de 1963. Quedan prohibidos los acuerdos o convenios que directa o indirectamente tengan por objeto limitar la producción, abastecimiento, distribución o consumo de materias primas, productos, mercancías o servicios nacionales o extranjeros y, en general, toda clase de prácticas, procedimientos o sistemas tendientes a limitar la libre competencia y a mantener o determinar precios inequitativos.

- **Parágrafo.** El Gobierno, sin embargo, podrá autorizar la celebración de acuerdos o convenios que no obstante limitar la libre competencia, tengan por fin defender la estabilidad de un sector básico de la producción de bienes o servicios de interés para la economía general (Decreto 1302 de 1964, Artículo 1º.).

- **Artículo 2º.** Las empresas que produzcan, abastezcan, distribuyan o consuman determinado artículo o servicio, y que tengan capacidad para determinar precios en el mercado, por la cantidad que controlen del respectivo artículo o servicio, estarán sometidas a la vigilancia del Estado para los efectos de la presente ley.
- **Artículo 3º.** El Gobierno intervendrá en la fijación de normas sobre pesas y medidas, calidad, empaque y clasificación de los productos, materias primas y artículos o mercancías con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas.

#### **Fondo emprender:**

- Acuerdo 007 de 2011
- "Por el cual se modifica el Acuerdo 0004 de 2009"
- Artículo primero.- Modificar el artículo 2 del Acuerdo 004 de 2009, el cual quedará así

"Artículo 2º. Beneficiarios; Podrán acceder a los recursos del Fondo Emprender, los ciudadanos Colombianos, mayores de edad, que estén interesados en iniciar un proyecto empresarial desde la formulación de su plan de negocio o que su empresa no supere los doce meses (12) de haberse constituido legalmente en cualquier región del país y que acrediten al momento del aval del plan de negocios. Alguna de las siguientes condiciones'

- Estudiante Sena matriculado en un programa de Formación Titulada, que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, así como egresados de estos programas, cuyo título haya sido obtenido durante los últimos 60 meses
- Estudiante que se encuentre cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior de pregrado, reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.
- Estudiantes que hayan concluido, dentro de los últimos doce (12) meses, de un programa de educación superior de pregrado. reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.

- Técnico Profesional, Tecnólogo o Profesional universitario, cuyo título haya sido obtenido durante los últimos 60 meses, de un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.
- Estudiantes que se encuentren cursando especialización, maestría y/o Doctorado, así como egresados de estos programas, que hayan culminado y obtenido el Título dentro de los últimos 60 meses.
- Estudiante SENA del programa Jóvenes Rurales y Línea de Formación Líderes del desarrollo, que haya completado 200 horas del programa de formación o egresados de este programa cuyo Título haya sido obtenido dentro de los últimos 60 meses
- Egresados del programa de formación SENA para Población en situación de desplazamiento por la violencia, que hayan completado 90 horas del proceso de formación y cuyo Título haya sido obtenido dentro de los últimos 60 meses.

**Parágrafo primero:** La presentación de un plan de negocio podrá realizarse de manera individual o asociativa. En el caso de las asociaciones estas tendrán que estar compuestas mayoritariamente por aprendices; el resto de la asociación podrá integrarse con los demás beneficiarios de que trata el artículo 2° del presente acuerdo.

**Artículo segundo:** Modificar el artículo 4 del Acuerdo 0004 de 2009, el cual quedará así:

"Artículo 4°. Destinación de los recursos, De conformidad con lo señalado en el artículo 40 de la Ley 789 de 2002, los recursos entregados por el Fondo Emprender tendrán como objeto exclusivo financiar iniciativas empresariales, que provengan de.

- Estudiante Sena matriculado en un programa de Formación Titulada, que haya finalizado la etapa lectiva de un programa de formación, así como egresados de estos programas, cuyo título haya sido obtenido durante los últimos 60 meses
- Estudiante que se encuentre cursando los dos (2) últimos semestres en un programa de educación superior de pregrado, reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen

- Estudiantes que hayan concluido, dentro de los últimos doce (12) meses, de un programa de educación superior de pregrado, reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.
- Técnico Profesional, Tecnólogo o Profesional universitario, cuyo título haya sido obtenido durante los últimos 60 meses, de un programa de educación superior reconocido por el Estado de conformidad con las Leyes 30 de 1992 y 115 de 1994 y demás que las complementen, modifiquen o adicionen.
- Estudiantes que se encuentren cursando especialización, maestría y/o Doctorado, así como egresados de estos programas, que hayan culminado y obtenido el Título dentro de los últimos 60 meses.
- Estudiante SENA del programa Jóvenes Rurales y Línea de Formación Líderes del desarrollo, que haya completado 200 horas del programa de formación o egresados de este programa cuyo Título haya sido obtenido dentro de los últimos 60 meses
- Egresados del programa de formación SENA para Población en situación de desplazamiento por la violencia, que hayan completado 90 horas del proceso de formación y cuyo Título haya sido obtenido dentro de los últimos 60 meses.

**Artículo tercero:** Modificar el artículo 12 del Acuerdo 0004 de 2009, el cual quedará así.

"Artículo 12, **Registro y presentación de planes de negocio para la línea de capital** semilla. Los planes de negocios deberán ser presentados según las condiciones que para tal fin se establezcan en cada convocatoria, y quienes los presenten deberán cumplir los siguientes requisitos.

- No haber sido beneficiado(s) con los recursos del Fondo Emprender
- Que la formación certificada con base en los parámetros del artículo 20 del presente acuerdo, tenga relación con el plan de negocio
- Haber surtido la etapa de estudio por parte del comité Regional de Evaluación de proyectos, cuya conformación y objeciones serán establecidas en el Manual de Operación del Fondo Emprender, el cual deberá estar compuesto por actores externos al SENA, que hagan parte de la Red de emprendimiento en la Región, quienes revisarán el cumplimiento del perfil emprendedor y sus actitudes y aptitudes

como persona emprendedora, además la viabilidad técnica del plan de negocio, para el posterior aval en el sistema de información del Fondo Emprender por parte del jefe de la unidad de emprendimiento de las instituciones señaladas en el Artículo 10° del presente Acuerdo.

- No estar incurso en ninguna causal de inhabilidad o incompatibilidad consagradas en la ley para contratar con el Estado.
- No existir ningún tipo de vinculación laboral o Contractual con el Grupo de Emprendimiento, Empresarismo y Fondo Emprender del Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.
- Señalar la dedicación de los beneficiarios al proyecto. la cual se debe expresar claramente en la formulación del plan de negocio, indicando si es dedicación de tiempo completo o de tiempo parcial. Para el caso de tiempo parcial se debe indicar el número de horas mensuales dedicadas al proyecto

**Artículo Cuarto:** Líneas de Financiación: La financiación de los recursos del Fondo Emprender podrán hacerse bajo las siguientes líneas.

- **Línea de capital semilla:** Destinados a la financiación de las iniciativas empresariales por parte de los beneficiarios del Fondo Emprender el cual podrá ser reembolsable o no reembolsable, siempre y cuando la destinación que se les dé corresponda a lo establecido en el plan de negocios aprobado por el Consejo Directivo del Servicio Nacional de Aprendizaje Sena, en su calidad de Consejo de Administración del Fondo Emprender y cumpla con los indicadores de gestión formulados en el mismo.

- **Salarios y Prestaciones Sociales - Mínimo legal- Año 2015 - Colombia<sup>18</sup>**

**Tabla 1. Salarios y prestaciones año 2015**

SALARIOS	VALOR	DEFINICION
Salario mínimo año 2015. Art 145 CST.	\$644.350	Jornada Ordinaria 48 horas semanales, 8 horas diarias. Ley 50 de 1990, Art.20
SALARIO MINIMO DIA	\$21.478,33	Jornada Ordinaria Día 8 horas
SALARIO MINIMO HORA ORDINARIA	\$2.684,79	Jornada ordinaria 6 a.m.-10 p.m. Ley 789 de 2002, Art. 25
SALARIO MINIMO HORA NOCTURNA Ley 50 de 1990 Art. 24	\$3.624,47	Jornada Nocturna 10p.m - 6 a.m. Valor Hora Ordinaria+35% de recargo

Fuente. Este estudio

- **Horas extras**

**Tabla 2. Pago horas extras**

HORAS EXTRAS	VALOR	DEFINICION
ORDINARIA Ley 50 de 1990 Art.24	\$3.355,99	Valor Hora Ordinaria+25% de recargo
NOCTURNA Ley 50 de 1990 Art. 24	\$4.698,39	Valor hora ordinaria+75% de recargo
DOMINICAL Y FESTIVO ORDINARIA	\$5.369,58	Valor hora ordinaria+75% por festivo+25% recargo diurno
DOMINICAL Y FESTIVO NOCTURNA	\$6.711,98	Valor hora ordinaria+75% por festivo+75% recargo nocturno

Fuente. Este estudio

<sup>18</sup> CONSULTAS LABORAELS. [en línea] [citado 2015-01-09] Disponible en internet: [http://consultas-laborales.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=405:salarios-y-prestacione-sociales-ano-2015&catid=1:laboral&Itemid=86](http://consultas-laborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=405:salarios-y-prestacione-sociales-ano-2015&catid=1:laboral&Itemid=86)

- **Dominicales**

**Tabla 3. Pago dominicales**

<b>DOMINICAL Y FESTIVO</b>	<b>VALOR</b>	<b>DEFINICION</b>
ORDINARIA	\$4.698,39	Si se trabaja Hora básica+75% de recargo
NOCTURNA	\$5.638,06	Hora básica+75% recargo festivo 35% recargo nocturno

Fuente. Este estudio

- **Vacaciones:**

**Tabla 4. Pago de vacaciones**

<b>DESCANSO</b>	<b>VALOR</b>	<b>DEFINICION</b>
Vacaciones Art.186 C.S.T.	Provisión mensual \$26.848	15 días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas por cada año de servicios

Fuente. Este estudio

- Prestaciones a cargo del empleador:

**Tabla 5. Pago prestaciones a cargo del empleador**

PRESTACIONES	VALOR	DEFINICION
<p>CESANTIAS Artículo 249 C.S.T</p>	<p>Provisión Mensual \$59.863</p>	<p>Un mes de salario por cada año de servicios y proporcionalmente por fracciones de año</p>
<p>Intereses de CESANTIAS Ley 52 de 1975</p>	<p>Provisión Mensual \$7.184</p>	<p>Intereses legales del 12% anual sobre el valor de la cesantía acumulada al 31 de diciembre de cada año</p>
<p>PRIMA DE SERVICIOS Art. 306 C.S.T</p>	<p>Provisión Mensual \$59.863</p>	<p>Un mes de salario pagaderos por semestre calendario así: 15 días el último día de junio y 15 días en los primeros 20 días de diciembre de cada año</p>
<p>DOTACION Ley 11 de 1984, Art 7.</p>	<p>Un par de zapatos y un vestido de labor Entregas así: 30 de abril, 31 de agosto, 20 de diciembre</p>	<p>Se entrega a quienes devenguen hasta \$1.288.700 (2 salarios mínimos mensuales). Con más de 3 meses de servicio.</p>

Fuente. Este estudio

- **Prestaciones a cargo de terceros y parafiscales:**

**Tabla 6. Prestaciones a cargo de terceros y parafiscales**

PRESTACION	VALOR	DEFINICION
<p>SALUD Ley 1122 del 2007 Art. 10</p>	<p>Por salario mínimo mes (\$80.500) Empleador:\$ 54.700 Trabajador:\$25.800</p>	<p>Con la Ley 1607 de 2012, art. 25, quedan exonerados excepcionalmente de aportes a salud: - Las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes del impuesto de renta y complementarios. -Las personas naturales empleadoras que tengan dos o más empleados. Requisito: No superen los 10 Salarios mínimos Ver Concordancia., otros beneficiados</p>
<p>PENSIONES Ley 797 de 2003Art.7</p>	<p>Por salario mínimo mes \$ 103,300 Empleador:\$77,200 Trabajador:\$25,800</p>	<p>Cotización: 16%. Empleador:12% Trabajador:4% Decreto 4982 de 2007</p>
<p>RIESGOS PROFESIONALES Decreto 1772 de 1994 Art 13</p>	<p>VALOR INICIAL Salario Mínimo Riesgo I:\$ 3.400 Riesgo II:\$ 6.700 Riesgo III:\$ 15.700 Riesgo IV:\$ 28.000 Riesgo V:\$ 44.800</p>	<p>VALOR INICIAL Según Actividad Económica Riesgo I :0.522% Riesgo II: 1.044% Riesgo III: 2.436% Riesgo IV: 4.350% Riesgo V: 6.960% A cargo del Empleador</p>

<p style="text-align: center;"> <b>APORTE ICBF</b>  Ley 89 de 1988  <b>SENA</b>  Ley 21 de 1982  Cajas de  Compensación  Familiar </p>	<p style="text-align: center;"> 3% ICBF  2% SENA  4% Cajas  A cargo de la empresa.  Base: Sobre los pagos que  constituyan salario.  \$ 58.000 </p>	<p> Con la Ley 1607 de 2012, art. 25, quedan exonerados excepcionalmente de aportes al ICBF y SENA:  - Las sociedades y personas jurídicas y asimiladas contribuyentes del impuesto de renta y complementarios.  -Las personas naturales empleadoras que tengan dos o más empleados.  Requisito: No superen los 10 Salarios mínimos  Ver Concordancia., otros beneficiados </p>
<p style="text-align: center;"> <b>SUBSIDIO FAMILIAR</b>  Ley 21 de 1982 y  Ley 789 de 2002Art.  3 </p>	<p style="text-align: center;"> Se paga por las Cajas de Compensación Familiar en dinero a quienes devenguen hasta \$2.577.400 ( 4 salarios mínimos legales mes)  Resultante del aporte que la empresa hace a las Cajas </p>	<p style="text-align: center;"> Suma de dinero, pagos en especie y en servicios, que paga la Caja de Compensación Familiar al trabajador </p>

Fuente. Este estudio

- Normas que rigen la construcción en Colombia<sup>19</sup>

**Cuadro 2. Normas que rigen la construcción en Colombia**

Resolución 020 de 1951	Reglamenta los artículos 349 y 359 del Código Sustantivo de Trabajo.
Resolución No.02413 de mayo 22 de 1979	Reglamento de higiene y seguridad para la industria de la construcción, cuyo contenido es: Aspectos generales de la Construcción, Aspectos Médicos y Paramédicos, Habilitación Ocupacional, Organización del programa de Salud Ocupacional, Obligaciones de los trabajadores, De los Campamentos Provisionales, De las Excavaciones, De los Andamios, Medidas para disminuir altura de libre caída, Escaleras, De la Demolición y Remoción de escombros, Protección para el público aceras, Explosivos, Medidas de Seguridad, Quemaduras, Vibraciones, ruido, Maquinaria Pesada, De las Herramientas Manuales, De la Ergonomía en la Construcción, de los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad, Equipos de Protección Personal Cinturones de Seguridad, Herrajes, Cascos de Seguridad, Otros Elementos de Protección Personal: Guantes para Trabajo en General, Botas de Seguridad, Primeros Auxilios, el trabajador menor en la construcción y Sanciones.
Resolución No. 02400 de mayo 22 de 1979	Normas sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo. Dicha Resolución contiene los siguientes títulos o apartados: Disposiciones Generales, Campo de Aplicación, Obligaciones de los Patronos, Obligaciones de los Trabajadores, De los inmuebles destinados a establecimientos de trabajo, Edificios y locales, Servicios de Higiene, Servicios permanentes, De la higiene en los lugares de trabajo. Orden y limpieza, Evacuación de residuos o desechos, De los campamentos de los trabajadores, Normas generales sobre riesgos establecimientos de trabajo: De la temperatura, humedad y calefacción, De la ventilación, De la iluminación, De los ruidos y vibraciones, De las radiaciones ionizantes, Radiaciones no ionizantes: ultravioleta, infrarroja y radiofrecuencia, De la electricidad, Alterna, Continua y Estática, De las Concentraciones Máximas Permisibles, Contaminación Ambiental, De las Substancias Infecciosas y Tóxicas, De las Substancias Inflamables y Explosivas, De la ropa de trabajo - Equipos y elementos de protección, De la ropa de trabajo, De los equipos y elementos de protección, De los colores de seguridad, Código de colores, De la prevención y extinción de incendios, De los explosivos, Del Manejo de los Explosivos, Del Transporte de los Explosivos, De los Locales Destinados a Polvorines, De los Barrenos y Voladuras, De las Máquinas-Equipos y Aparatos en General, De las Máquinas- Herramientas y Máquinas Industriales, De los Equipos-Tanques y Recipientes de

<sup>19</sup> Ibíd.

	almacenamiento, De las Tuberías y conductos, De las herramientas en general, De las Herramientas de Mano, De las Herramientas de Fuerza Motriz, Del manejo y transporte de materiales, Del Manejo y Transporte Manual de Materiales, Del Manejo y Transporte Mecánico de Materiales, De las Instalaciones Industriales Operaciones y Procesos, De los generadores de vapor, De los recipientes y tuberías sometidos a presión, De los cilindros para gases comprimidos, De los hornos y secadores, De la soldadura eléctrica autógena y corte de metales, De los trabajos en aire comprimido, De los trabajos de pintura a presión, De la Construcción, De la Demolición y Remoción de Escombros, De las Excavaciones, De los Andamios y Escaleras, De los Túneles y Trabajos Subterráneos, De las Canteras y Trituración, Del trabajo de Mujeres y Menores, Disposiciones Finales.
Resolución 08321 de agosto 4 de 1993	Normas sobre protección y conservación de la audición, de la salud y bienestar de personas
Resolución 132 de enero 18 de 1984	Normas sobre presentación de informe de accidente de trabajo.
Resolución 02013 de Junio 6 de 1986	Reglamento para la organización y funcionamiento de los comités, de medicina, higiene y seguridad industrial en lugares de trabajo.
Resolución 01016 de marzo 31 de 1989	Reglamento de la organización, funcionamiento y forma de los programas de Salud Ocupacional.
Resolución 13824 de octubre de 1989	Medidas de protección de salud
Resolución 001792 de 3 de mayo de 1990	Valores límites permisibles para la exposición ocupacional al ruido.
Resolución 09013 de 12 de julio de 1990	Normas y procedimientos relacionados con el funcionamiento y operación de equipos de rayos X y otros emisores de radiaciones ionizantes.
Resolución 006398 de 20 de diciembre de 1991	Procedimiento en materia de salud ocupacional.
Resolución 1075 de marzo 24 de 1992	Actividades en materia de salud ocupacional.
Resolución 2284 de abril 14 de 1994	Por la cual se le delega y reglamenta la expedición de licencias de salud ocupacional para personas naturales y jurídicas, y su supervisión y vigilancia por las direcciones seccionales y locales de salud.
Resolución 003465 de octubre 5 de 1994	Integra Juntas de Calificación de Invalidez.

Resolución 3716 de noviembre de 1994	Por el cual se establece un procedimiento para la realización del examen médico pre ocupacional del embarazo.
Resolución 3941 de noviembre 24 de 1994	Por el cual queda prohibido la práctica de la prueba de embarazo como pre requisito para la mujer pueda acceder a un empleo.
Resolución 4050 diciembre 6 de 1994	Reglamenta el examen de ingreso.
Resolución 4252 noviembre 12 de 1997	Normas técnicas, científicas y administrativas para los requisitos esenciales.
Resolución 1830 de junio 26 de 1999	Se adopta la codificación única de especialidades en salud, ocupacionales, actividades económicas y medicamentos esenciales.
Resolución 1995 de julio 8 de 1999	Se establecen normas para el manejo de Historia Clínica.
Resolución 1745 de junio 30 del 2000	Modifica la vigencia del artículo 20 de la Resolución 412/2000.
Resolución 1192 de diciembre 20 del 2001	Se elimina la obligatoriedad de algunas normas Técnicas Colombianas Oficiales obligatorias.
Resolución 730 de julio 7 del 2002	Se prorroga la fecha de cumplimiento de codificación, de clasificación internacional de enfermedades, de la Resolución 1895/2001. DO 44845.

Fuente. Este estudio

- **Código sustantivo del trabajo<sup>20</sup>:**

Adoptado por el Decreto Ley 2663 del 5 de agosto de 1950 "Sobre Código Sustantivo del Trabajo", publicado en el Diario Oficial No 27.407 del 9 de septiembre de 1950, en virtud del Estado de Sitio promulgado por el Decreto Extraordinario No 3518 de 1949.

NOTA: La expresión "patrono" se entiende reemplazada por el término "empleador", de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 107 de la Ley 50 de 1990

- **Artículo 1o. objeto.** La finalidad primordial de este Código es la de lograr la justicia en las relaciones que surgen entre empleadores y trabajadores, dentro de un espíritu de coordinación económica y equilibrio social.
- **Artículo 2o. aplicación territorial.** El presente Código rige en todo el territorio de la República para todos sus habitantes, sin consideración a su nacionalidad.
- **Artículo 3o. relaciones que regula.** El presente Código regula las relaciones

<sup>20</sup> ALCALDIA DE BOGOTA. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

de derecho individual del Trabajo de carácter particular, y las de derecho colectivo del Trabajo, oficiales y particulares.

- **Artículo 4o. servidores públicos.** Las relaciones de derecho individual del Trabajo entre la Administración Pública y los trabajadores de ferrocarriles, empresas, obras públicas y demás servidores del Estado, no se rigen por este Código, sino por los estatutos especiales que posteriormente se dicten.
- **Artículo 5o. definición de trabajo.** El trabajo que regula este Código es toda actividad humana libre, ya sea material o intelectual, permanente o transitoria, que una persona natural ejecuta conscientemente al servicio de otra, y cualquiera que sea su finalidad, siempre que se efectúe en ejecución de un contrato de trabajo.
- **Artículo 6o. trabajo ocasional.** Trabajo ocasional, accidental o transitorio, es el de corta duración y no mayor de un mes, que se refiere a labores distintas de las actividades normales del empleador.
- **Artículo 7o. obligatoriedad del trabajo.** El trabajo es socialmente obligatorio.
- **Artículo 8o. libertad de trabajo.** Nadie puede impedir el trabajo a los demás, ni que se dediquen a la profesión, industria o comercio que les plazca, siendo lícito su ejercicio, sino mediante resolución de autoridad competente encaminada a tutelar los derechos de los trabajadores o de la sociedad, en los casos que se prevean en la ley.
- **Artículo 9o. protección al trabajo.** El trabajo goza de la protección del Estado, en la forma prevista en la Constitución Nacional y las leyes. Los funcionarios públicos están obligados a prestar a los trabajadores una debida y oportuna protección para la garantía y eficacia de sus derechos, de acuerdo con sus atribuciones.

**Artículo 23. Elementos esenciales.** Para que haya contrato de trabajo se requiere que concurren estos tres elementos esenciales

**a.** La actividad personal del trabajador, es decir, realizada por sí mismo;

**b.** La continuada subordinación o dependencia del trabajador respecto del patrimonio, que faculta a éste para exigirle el cumplimiento de órdenes, en cualquier momento, en cuanto al modo, tiempo o cantidad de trabajo, e imponerle reglamentos, la cual debe mantenerse por todo el tiempo de duración del contrato; y un salario como retribución del servicio.

Una vez reunidos los tres elementos de que trata este artículo, se entiende que existe contrato de trabajo y no deja de serlo por razón del nombre que se le dé ni de otras condiciones o modalidades que se le agreguen.

- **Artículo 32. Representantes del empleador.** Modificado por el art. 1, Decreto 2351 de 1965. El nuevo texto es el siguiente: Son representantes del patrono y como tales lo obligan frente a sus trabajadores además de quienes tienen ese carácter según la ley, la convención o el reglamento de trabajo, las siguientes personas:

**a)** Las que ejerzan funciones de dirección o administración, tales como directores, gerentes, administradores, síndicos o liquidadores, mayordomos y capitanes de

barco, y quienes ejercitan actos de representación con la aquiescencia expresa o tácita del patrono;

**b) Los intermediarios.**

**Artículo 32.** Son representantes del patrono, y como tales lo obligan frente a sus trabajadores, además de quienes tienen ese carácter según la ley o los reglamentos de trabajo, las siguientes personas:

**a) Los empleados al servicio del patrono que ejercen funciones de dirección o administración, tales como directores, gerentes, administradores, mayordomos y capitanes de barco, y quienes ejerciten actos de representación con la aquiescencia expresa o tácita del patrono.**

## **2.4 MARCO CONCEPTUAL**

**Plan de negocios:** “Un plan de negocios se define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo de o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa.”<sup>21</sup>

**Investigación de mercados:** “Se define como "el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa”<sup>22</sup>

**Estudio financiero:** “El análisis financiero es una ciencia y un arte, el valor de éste radica en que se pueden utilizar ciertas relaciones cuantitativas para diagnosticar los aspectos fuertes y débiles del desempeño de una compañía.”<sup>23</sup>

**Estudio técnico:** Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

“Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.”<sup>24</sup>

---

<sup>21</sup> FLEITMAN, Jack. Negocios Exitosos. México: Mc. Graw Hill, 2000.

<sup>22</sup> KOTLER, Philip. Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. México: Prentice Hall, 2002. p. 65.

<sup>23</sup> WESTON, Fred. Fundamentos de Administración Financiera. La Habana: s.n., 2000.

<sup>24</sup> Ibíd.

**Mantenimiento:** “Se define el mantenimiento como: todas las acciones que tienen como objetivo mantener un artículo o restaurarlo a un estado en el cual pueda llevar a cabo alguna función requerida”.<sup>25</sup> Estas acciones incluyen la combinación de las acciones técnicas y administrativas correspondientes.

**Adecuación:** “Ajuste o adaptación de un sitio o espacio con las especificaciones requeridas para el desarrollo de las actividades desarrolladas en dicho espacio”<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> MANTENIMIENTO. [en línea] [citado 2015-06-08] Disponible en internet: Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Mantenimiento>

<sup>26</sup> RECURSOS FISICOS. [en línea] [citado 2015-05-05] Disponible en internet: Disponible <https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/RECURSOS%20FISICOS/PROCEDIMIENTOS/PRF.08.pdf>

### 3. PROCESO METODOLÓGICO

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se va a realizar para este estudio es descriptivo por qué se va a identificar las características más relevantes de la población, área de interés y este estudio proporciona resultados que permitirán ejecutar acciones encaminadas a minimizar el impacto del entorno y generar condiciones favorables para un mejor desarrollo dentro del sector analizado y llevar a cabo de una manera más eficiente el proceso de la formulación de un plan de negocios.

**Paradigma:** La investigación utilizó un paradigma cuantitativo que se basa en analizar diversos elementos que pueden ser medidos y cuantificados, de esta manera trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, en el caso del plan de negocios analizar las variables económicas que pueden afectar positiva o negativamente el funcionamiento de la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de Pasto

**Enfoque:** Se clasificó dentro del enfoque empírico analítico, el cual se basa en la experiencia y en la observación de los hechos en el proceso de investigación, el resultado fundamentalmente de la experiencia. Estos métodos posibilitan revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de estudio.

**Método:** El método que se utiliza para este trabajo es inductivo-deductivo ya que se va a aplicar conocimientos adquiridos en la universidad y a aplicarlos en la empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de San Juan de Pasto.

#### 3.2 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

**3.2.1 Fuentes primarias.** Como fuentes primarias utilizaremos la encuesta ya que con esta se podrá obtener la mayor información posible de la población objeto de estudio. La recolección de información se hará con el diseño de cuestionario donde se colocaran preguntas relevantes para la obtención de la información necesaria para el respectivo análisis y toma de decisiones con propuestas acordes a las expectativas.

**3.2.2 Fuentes secundarias.** Las fuentes secundarias utilizadas para este trabajo son trabajos de grado sobre planes de negocios en otras empresas.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población en este caso serán 2 una de viviendas de la ciudad de Pasto y la otra las empresas de la ciudad de Pasto.

Para el número de viviendas en la ciudad de pasto de estratos 3 en adelante es de 86.541<sup>27</sup>; Para el número de empresas se tiene: 14.066.<sup>28</sup>

#### Muestra para hogares:

##### Formula:

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Tamaño de la población

**Z**= Nivel de confianza

**P**= Probabilidad de éxito

**Q**= Probabilidad de fracaso

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{\varepsilon^2 * (N - 1) + z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{86.541 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (86.541 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 382$$

#### Muestra para empresas:

##### Formula:

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Tamaño de la población

**Z**= Nivel de confianza

**P**= Probabilidad de éxito

**Q**= Probabilidad de fracaso

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{\varepsilon^2 * (N - 1) + z^2 * P * Q}$$

$$\frac{14.066 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (14.066 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 373$$

---

<sup>27</sup> DANE, Op. Cit., p. 3.

<sup>28</sup> CÁMARA DE COMERCIO PASTO, Op. Cit., p. 10.

La muestra para las unidades familiares de los estratos 3 en adelante es de 382.  
La muestra para empresas es de 373 empresas.

### **3.4 TÉCNICA E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

**3.4.1 Técnica.** Se realizara a partir de encuestas a los hogares familiares de estratos 3 en adelante y a empresas de la ciudad de pasto, con preguntas que faciliten la obtención rápida de la información, para su interpretación.

**3.4.2 Instrumento.** Se llevaran a cabo 2 encuestas, una para los hogares familiares de estratos 3 en adelante y otra para las empresas de la ciudad de pasto, con la finalidad de tabular y graficada para ser interpretada.

## 4. RECURSOS ADMINISTRATIVOS

### 4.1 PRESUPUESTO

Tabla 7. Presupuesto para la investigación

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
500	Impresiones	150	75.000
150	fotocopias de encuestas	50	7.500
1	Memoria USB	20.000	20.000
1	Cd	700	700
4	Lapiceros	700	2.800
4	Carpetas	800	3.200
-	Imprevistos	-	200.000
Total			<b>309.200</b>

Fuente. Este estudio

### 4.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 8. Cronograma de actividades de la investigación

Nº	Actividades	Mes															
		1				2				3				4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Recolección de la información de la ciudad de san juan de Pasto	■															
2	Clasificación de la información		■														
3	Aplicar encuesta			■	■												
4	Tabulación de información recogida					■											
5	Identificación optima de la ubicación de la empresa						■										
6	Diseñar estructura administrativa							■	■								
7	Realizar estudio económico financiero									■	■	■					
8	Estructurar un plan de puesta en marcha													■	■		

Fuente. Este estudio

## 5. ESTUDIO DE MERCADO

### 5.1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

Es preciso aclarar que los servicios que se prestan no solamente nacen como respuesta a las falencias de las constructoras; sino que además sirven de apoyo de a estas en momentos en las cuales requieren de profesionales para sus servicios que les garantice calidad.

Se abren oportunidades de trabajo cuando hay insatisfacción en entregas finales por parte de la competencia. Cuando es necesario acabados de alta calidad y obras personalizadas en mantenimiento de infraestructura, remodelaciones, decoración, servicio integral (una o más especializaciones) de adecuación, obras menores a cien millones las cuales no interesan a las empresas constructoras.

**5.1.1 Adecuación y mantenimiento de espacios.** Con el ánimo de satisfacer las expectativas, se ofrece desde la planeación, hasta la puesta en marcha y entrega a satisfacción de proyectos de adecuación, remodelación o construcción de espacios familiares y empresariales; de acuerdo a las necesidades, viabilizamos el cumplimiento de las normas aplicables a la empresa y facilitamos el acceso y tránsito de personas en situación de discapacidad, en espacios familiares y empresariales.

Como valor agregado y de acuerdo a los requerimientos expresados por El cliente, le brindamos asesoría profesional y opciones de diseño sistematizadas, que le permitirán tener una visualización real (3D) de la obra, y tomar la mejor decisión, respecto al aprovechamiento de espacios, estética, colores, iluminación, materiales, tendencias, seguridad, durabilidad, etc. (La asesoría y el diseño sistematizado son gratuitos, para los proyectos de adecuación o remodelación que ejecute la empresa).

Instalación de:

- Pisos: Flotantes, porcelanato, cerámica, esquinas en media caña, etc.
- Sistemas de construcción en seco: Panel yeso - Superboard – Drywall.
- Cocinas: Integrales, muebles, lavaplatos, mesones, enchapes, etc.  
Paredes: Pintura, enchapes, drywall, pintura epoxica, entre otros.
- Baños: Enchapes, muebles, unidades sanitarias, grifería, divisiones, etc.
- Muebles: De calidad, confortables, ergonómicos, acordes al espacio; para

cocinas, baños, habitaciones, salas, comedor, estudios, oficinas, y espacios en general etc.

- Carpintería Metálica y en Madera: Puertas, ventanas, escaleras, barrederas, muebles, closets, cocinas, mallas de seguridad, estructuras, escaleras, etc.
- Cristalería y Aluminio Arquitectónico: Divisiones, ventanas, puertas, para oficinas, baños y otros espacios.
- Iluminación: Para sala, comedor, habitaciones, oficinas, estudios, etc.
- Cielos rasos y cubiertas en diferentes materiales.
- Redes eléctricas, voz, datos, comunicaciones, gas, hidráulicas y sanitarias.
- Cámaras de seguridad y circuitos cerrados de televisión.
- Canchas sintéticas, Tanques de abastecimiento, Cajas fuertes, Chimeneas, Señalización, etc.

**5.1.2 Mantenimiento de infraestructura.** Con el fin de eliminar riesgos y reducir los costos de mantenimiento, mediante la evaluación profesional de espacios, y la ejecución oportuna de un mantenimiento técnico legal, preventivo, modificativo, correctivo e integral.

Servicio de Mantenimiento por “Out sourcing” Prestamos el servicio de mantenimiento preventivo y correctivo de su hogar y empresa, brindándole atención permanente y garantizada. El costo del contrato de “out sourcing” incluye:

- Diagnóstico
- Mantenimiento preventivo
- Asesoría profesional para el diseño y aprovechamiento de sus espacios empresariales y/o su hogar.
- Pintura de fachada y espacios interiores.
- Atención permanente y garantizada.

El servicio de out sourcing no cubre costos de materiales.

- Mantenimiento general de espacios.
- Pintura de espacios.
- Reparación y rehabilitación de espacios y muebles.
- Eliminación de Humedades e Impermeabilizaciones
- Plomería, cerrajería y ebanistería.
- Mantenimiento de Zonas Verdes
- Mantenimiento de canchas sintéticas

**5.1.3 Asesoría y diseño de espacios.** Con profesionalismo y ajustándonos a las necesidades de cada cliente, diseñamos alternativas de adecuación (3D), remodelación y construcción, partiendo de los conceptos de la estética, el adecuado uso de espacios, colores, iluminación, materiales, tendencias, seguridad, durabilidad, etc.

**Hogar:** Alcobas para niños y matrimoniales, Salas, Cocinas, Comedor, baños, etc.

**Empresas:** Distribución de la infraestructura física de acuerdo a las normas aplicables y a la optimización de la cadena de procesos, diseño de espacios de acuerdo a la Imagen Corporativa, Fachadas, Recepciones, Estantes, Oficinas, Puestos de trabajo, Cubículos, etc.

Diseño de espacios familiares y empresariales, adecuados para personas en situación de discapacidad

Diseño de Planos Arquitectónicos, estructurales, y de instalaciones eléctricas, hidráulicas y sanitarias; Además, se ofrece el servicio postventa.

Mediante los siguientes comunicados dirigidos a los clientes por diferentes medios:

Construimos los espacios de sus sueños, de manera ágil y al mejor precio, basados en el profesionalismo y la responsabilidad; la planeación y el seguimiento profesional del proyecto, evitará que usted asuma costos y tiempos imprevistos.

Brinda garantía en todos sus servicios, a diferencia de los contratistas informales, puesto que es una empresa formalmente constituida y que trabaja con ética, bajo los principios de los Sistemas de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud ocupacional, y Responsabilidad Social (Normas ISO 9001 - ISO 18001 – ISO 26000).

Todos los trabajos serán culminados con el aseo del inmueble, de tal manera que se facilite el uso inmediato de sus espacios.

Una vez terminado el proyecto, usted aportará al mejoramiento continuo de la empresa, evaluando el nivel de satisfacción que le brindó el servicio prestado.

Después de un periodo determinado, se hará seguimiento a la obra, y en los casos que se evidencie fallas, cuya responsabilidad sea de la empresa, se cubrirá los costos requeridos para entregar la obra a satisfacción.

Esta empresa promueve el desarrollo de competencias y el bienestar de su talento humano, lo cual afianza la excelencia en la calidad del servicio.

Haga la mejor inversión, mejore los espacios de su hogar y empresa. No arriesgue su dinero y su tranquilidad, contratando de manera informal. Se garantiza el cumplimiento de tiempos y la calidad de sus servicios.

## **5.2. ANÁLISIS DEL SECTOR**

Considerando el creciente nivel de confianza en la inversión que se reporta a nivel nacional y local, así como el incremento en el PIB (producto interno bruto), el sector de la construcción se ve notablemente favorecido, puesto que ha incrementado el número de metros cuadrados construidos tanto en el sector público como privado.

Las tasas de interés y la Inflación representan un factor dinamizador del sector de la construcción, puesto que el gobierno ofrece subsidios para los créditos dedicados a construcción y mejoras en viviendas; de igual manera la comercialización de productos ha mantenido estables los precios, gracias a las políticas que favorecen la inversión en este campo.

El proceso de paz ha favorecido la seguridad en la región, lo cual favorece la inversión y el adecuado desarrollo de las obras; en este sentido el continuo crecimiento demográfico aporta una amplia demanda para los servicios derivados de la construcción.

Para el municipio de San Juan de Pasto y sus municipios, la localización y vías de comunicación, siempre han sido una dificultad para efecto de costos, sin embargo para este proyecto, es un factor previsible y manejable, puesto que la competencia tiene las mismas limitaciones. Sin embargo el adecuado manejo de las herramientas de comunicación vigentes representa una ventaja frente a la competencia de la empresa. Además para el futuro se prevé la posibilidad de ampliar el mercado con los municipios más importantes del norte y centro del Ecuador.

Los Permisos y licencias de construcción constituyen una variable importante para el proyecto, puesto que a partir del servicio de asesoría y diseño arquitectónico se aporta a la correcta ejecución de estos trámites ante la curaduría municipal.

El Acceso al nivel tecnológico que tiene el personal de la empresa es una fortaleza importante, puesto que el manejo de hardware y software especializados, permite la diferenciación de la empresa frente a los actuales proveedores de este tipo de servicios.

Respecto a Políticas ambientales, se ha definido como política el consumo de materiales que cumplan con la normatividad nacional y ha establecido en sus procedimientos el correcto uso de los mismos, de tal manera que se reduzca el nivel de desperdicio y se le dé el tratamiento técnico respectivo.

De acuerdo a las fuentes de información oficiales de Colombia, se presenta un excelente panorama de oportunidades para este proyecto y la construcción, especialmente en la ciudad de Pasto, puesto que se ha destacado a nivel nacional, tal como lo expresan los siguientes apartes tomados de los artículos y análisis de CAMACOL en el año 2014.

La presidente Ejecutiva de CAMACOI, Sandra Forero Ramírez, destacó los resultados del empleo sectorial registrados en el mes de enero. "Para la cadena de valor, el empleo se convierte en el indicador fundamental del aporte del sector a la estructura socioeconómica del país. En enero, de los 488.000 nuevos empleos nuevos que se crearon en el país, 113.000 fueron aporte de la actividad constructora, lo que significa un 23%. Por eso no podemos descuidar el sector, por el contrario debemos reconocer el éxito que en materia social y económica generan las estrategias que impulsan la construcción, y promover su continuidad como uno de los motores del país".

Los resultados en empleo publicados por el DANE corresponden con lo que se observa en la actividad edificadora. Las iniciaciones de obra crecieron 18% y las ventas de nuevas viviendas aumentan a tasas superiores del 12%. En esta dinámica se observa, además, que en el frente no residencial el aporte es muy positivo, en el último año el área nueva en construcción aumentó un 19%.

"A nivel regional, de las 13 áreas urbanas y metropolitanas, nueve presentaron crecimientos significativos en el empleo sectorial, destacándose el comportamiento de Manizales, Cúcuta, Montería y Pasto, ciudades donde se registraron crecimientos de 30%, 28%, 15% y 12%, respectivamente. En estas mismas regiones, la mano de obra nueva que ocupó el sector constructor representó 59% (Manizales), 37% (Cúcuta), 13% (Montería) y 14% (Pasto), del total del empleo regional generado en el último año".

Toda esta dinámica ofrece un alto nivel de confianza para continuar trabajando en este proyecto, puesto que así como hay una alta demanda del servicio de construcción, esto repercute en una serie de oportunidades para la ejecución de acabados personalizados en áreas comerciales y residenciales.

**Sector terciario o de servicios:** A nivel nacional algunos expertos analizan:

“De acuerdo con cifras de la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia (ANDI) el sector BPO & ITO, que reúne empresas que ofrecen soluciones en procesos de negocios, tecnología y conocimiento de última generación, generó ventas al exterior en 2012 por más de US\$150 millones, obtuvo ingresos operacionales superiores a los US\$1.500 millones y creó más de 96 mil empleos.”

Tenemos el objetivo de convertir a Colombia en una plataforma de exportaciones de servicios de alto valor agregado para que empresas colombianas y de otros países puedan, por ejemplo, abrir centros de servicios compartidos y prestar sus servicios a un mercado potencial de más de ochocientos cincuenta millones de personas”, afirmó el ministro Díaz-Granados.

El Programa de Transformación Productiva tiene como meta que para 2032 este sector genere 600.000 empleos, \$45 mil millones en ventas y US\$ 40 mil millones en exportaciones. Para lograrlo, el trabajo se ha centrado en fortalecer el capital humano, en KPO, ITO, servicios de valor agregado y la creación de clúster en diferentes regiones del país.”<sup>29</sup>

A nivel del municipio de Pasto Nariño, donde se va a desarrollar el proyecto, el sector de servicios ha ido tomando importancia, de hecho está por encima del industrial, según el Anuario Estadístico – “Movimiento del registro Público” 2012 de la Cámara de Comercio de Pasto. Pág. 46. Este sector tiene una participación a nivel de empresas de un 7.8%, mientras que los servicios están por encima del 14%, siendo los más representativos, alojamiento y servicios de comidas 11.1%, transporte y almacenamiento 3%, actividad financiera y seguros 2%, entre otros.

## 5.3 ANÁLISIS DE MERCADO

**5.3.1 Mercado objetivo y justificación de la elección.** Los servicios ofrecidos están orientados a satisfacer de manera integral las necesidades de adecuación de espacios comerciales o familiares en los estratos tres, cuatro, cinco y seis en la

---

<sup>29</sup> DINERO.COM. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet:<http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/sector-servicios-si-esta-haciendo-tarea/177057>

ciudad de San Juan de Pasto.

Actualmente en la ciudad se ofrece este tipo de servicios de manera informal por parte de los Maestros de Construcción, de igual manera hay profesionales en arquitectura que ejecutan labores similares de manera independiente o en empresas muy poco visibles; en este sentido se ha identificado alto grado de insatisfacción entre los clientes que han adquirido este tipo de servicios. Esta población insatisfecha y las personas que se abstienen de ejecutar obras porque no encuentran una oferta de calidad, son la razón de ser; a partir de la identificación de esta problemática se ha estructurado los servicios y procesos de la empresa, con orientación total a la calidad y cumplimiento en la prestación de servicios.

Se satisface sus necesidades de adecuación y mantenimiento, de manera integral, personalizada, responsable, ágil y con calidez humana, mediante la oferta de los servicios construcción, adecuación, mantenimiento, asesoría y diseño arquitectónico.

El mercado objetivo se estableció de acuerdo a cada servicio que se va a ofrecer:

**Tabla 9. Servicio y mercado objetivo**

SERVICIO	MERCADO OBJETIVO
<b>Construcción y adecuación</b>	Propietarios de espacios familiares o comerciales, disponibles para la construcción y/o adecuación en estratos tres en adelante.
<b>Mantenimiento Correctivo y Preventivo</b>	Propietarios o responsables de espacios comerciales o familiares que requieran mantenimiento en estratos tres en adelante.
<b>Asesoría y Diseño Arquitectónico 3D Real</b>	Propietarios o responsables de espacios familiares o comerciales que requieran diseño arquitectónico en tres en adelante.

Fuente. Este estudio

El mercado objetivo para todos los servicios se encuentra localizado en la ciudad de Pasto y está dirigido a los estratos tres en adelante y empresas.

## 5.4 COMPETENCIA

### 5.4.1 Análisis de la competencia

Tabla 10. Análisis de la competencia

Organizaciones	Servicios que ofrece	Planta Física	Personal	Población atendida	Precio e intensidad horaria mensual	Trayectoria	Deficiencias en el servicio
<b>Maestros de obra</b>	Servicios de construcción, acabados y mantenimiento	No tienen	Informal	Hogares y empresas	\$6.000 x m2 en promedio	5 años en promedio	Se presta servicios de manera informal. Cada Maestro maneja una especialidad, no es integral. Mala atención No hay garantía No presentan diseños previos Alto riesgo de pérdida de anticipos
<b>Profesionales Independientes</b>	Servicios de construcción, acabados y Diseño	Oficinas	Profesional y Técnicos	Hogares y empresas	\$15.000 x m2 en promedio	5 años en promedio	Cada Profesional maneja una especialidad, no es integral. Es costoso Mala atención Los Diseños siempre se cobran Baja capacidad de mercadeo
<b>Empresas Constructoras</b>	Servicios de construcción, acabados y Diseño estándar predefinido	Oficinas	Profesional y Técnicos	Hogares y empresas	\$15.000 x m2 en promedio	15 años en promedio	Se presta servicios Construcción de manera global. Normalmente los proyectos están Predefinidos. Es costoso Mala atención Ocasionalmente intervienen en los acabados y de una manera estandarizada, lo cual no les gusta a los Clientes.
<b>Ferreterías</b>	Instalación de los materiales que	Almacenes	Técnicos	Hogares y empresas	\$15.000 x m2 en promedio	15 años en promedio	Cada empresa maneja una especialidad, no es integral. Es costoso No ofrecen diseño previo Subcontratan a profesionales o maestros de obra para esta labor lo cual les dificulta el Control de calidad y eleva sus costos.

Fuente. Este estudio

De acuerdo a los hallazgos de la investigación de mercado, se identificó que el cero por ciento (0%) de los encuestados conocen una empresa que ofrezca un servicio integral de adecuación de espacios. Lo cual se ha corroborado durante el ejercicio de la misión y la búsqueda de servicios similares; lo cotidiano es encontrar empresas especializadas en el manejo de algún tipo de material. En este sentido se confirmó que ninguna empresa ofrece diseños arquitectónicos en tres dimensiones y presupuestos de obra de manera gratuita, como parte de la planeación de la obra; normalmente este servicio lo ofrecen y cobran los arquitectos, cobrando en promedio a diez mil pesos el metro cuadrado, siendo dos productos independientes el diseño y el presupuesto. Cabe resaltar, que en este caso, ALFA y otros proveedores de materiales, cobran una tarifa promedio de quince mil pesos por sólo visitar y tomar medidas, para asesorar a su cliente en la cantidad de materiales que deben comprar, si el metraje supera los cien metros cuadrados el costo se incrementa.

Para ejecutar un análisis más detallado de la competencia se construyó una matriz de análisis interno, realizado con el apoyo de un Magister en Sistemas Integrados de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud en el Trabajo, un Ingeniero Civil, un Arquitecto, dos maestros especializados y con personal externo con el mismo perfil anterior que cuenta con amplia experiencia en el sector.

Considerando las fortalezas y debilidades de cada grupo de competidores que ofrecen servicios sustitutos.

Las variables a analizar dentro de la matriz son las siguientes

**Tabla 11. Matriz de perfil competitivo mpc**

<b>VARIABLES</b>	<b>DESCRIPCION</b>
Infraestructura física	Esta variable se evaluó por medio de la observación de la capacidad de equipos y maquinaria para ejecutar obras.
Talento Humano	Se investigó con qué personal se cuenta y el nivel de formación correspondiente.
Servicio Integral	Cantidad de servicios que ofrecen.
Atención al cliente	Se observó al tener contacto con la persona que lo atendió y mediante sondeos con clientes que han usado sus servicios.
Publicidad del servicio y	Presencia en los medios de comunicación.
Innovación y valor	Se revisó la oferta procesos y servicios innovadores, así como de aditivos que motiven la compra.

Trayectoria o experiencia	Años de presencia en el mercado
Organización	Revisión de organigrama, misión, visión, objetivos, procesos, documentación administrativa y financiera disponible.
Garantía	Identificación de oferta y experiencia de aplicación de garantía en el ejercicio de la prestación de servicios.
Precio	Comparación de precios por metro cuadrado

FACTORES INTERNOS	PONDERACION	MAESTROS DE OBRA		PROFESIONALES INDEPENDIENTES		EMPRESAS CONSTRUCTORAS		FERRETERÍAS		Nuestra empresa	
		CFI	C.P.	CFI	C.P.	C.F.I	C.P.	CFI	C.P	CFI.	C.P
Infraestructura física	0,1	2	0,2	1	0,1	4	0,4	3	0,3	2	0,2
Talento Humano	0,1	2	0,2	3	0,3	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Servicio Integral	0,15	1	0,15	2	0,3	3	0,45	1	0,15	4	0,6
Atención al cliente	0,15	1	0,15	2	0,3	2	0,3	2	0,3	4	0,6
Innovación y valor	0,15	1	0,15	2	0,3	2	0,3	1	0,15	4	0,6
Publicidad del servicio y de la organización	0,1	1	0,1	1	0,1	2	0,2	2	0,2	3	0,3
Trayectoria y credibilidad	0,05	2	0,1	2	0,1	3	0,15	3	0,15	2	0,1
Organización	0,05	1	0,05	2	0,1	3	0,15	3	0,15	4	0,2
Garantía	0,	1	0,1	3	0,3	3	0,3	3	0,3	4	0,4
Precio	0,05	4	0,2	2	0,1	2	0,1	2	0,1	2	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>1,4</b>		<b>2</b>		<b>2,7</b>		<b>2,1</b>		<b>3.5</b>
1 = Debilidad mayor      2 = Debilidad menor      3 = Fortaleza menor      4 = Fortaleza mayor											

Fuente. Este estudio

En la tabla anterior se puede identificar que el servicio que ofrece este proyecto cuenta con fortalezas significativas frente a la competencia, las únicas variables que se presentan débiles son la infraestructura, la trayectoria, y el precio, dado que es una empresa nueva, sin embargo esta situación puede ser superada fácilmente en la medida que las personas hagan uso de los servicios ofrecidos y

mediante el fortalecimiento del proceso de mercadeo; siendo este aspecto junto con el de infraestructura, los principales factores en que se concentrará el uso de los recursos que se atraigan.

En conclusión se visualiza un panorama positivo frente a la competencia, puesto que se obtuvo una calificación de 3,5, puntaje que se encuentra por encima de la mediana, es decir, la empresa a implementar presenta más fortalezas que debilidades frente a la competencia; siendo los aspectos más relevantes el servicio integral, el nivel de formación del talento humano, la atención al cliente, la innovación, el valor agregado, la organización y la oferta abierta de aplicación de garantía en la prestación de servicios.

- **Análisis de precios de venta del servicio de la empresa y de la competencia.**

En cuanto a los precios, se tiene ventaja mínima puesto que entre las empresas que ofrecen servicios de calidad, el precio promedio por metro cuadrado es menor; sin embargo respecto a los contratistas informales o maestros de obra, los precios pueden ser superiores y en el mejor de los casos igual. En esta empresa, se define los precios mediante el cálculo del promedio del mercado y se aplica de acuerdo a las especificaciones del servicio.

**Tabla 12. Análisis de precios**

<b>COMPETIDOR</b>	<b>PRECIO PROMEDIO POR METRO CUADRADO</b>
MAESTROS DE OBRA	\$14000
PROFESIONALES INDEPENDIENTES	\$18000
EMPRESAS CONSTRUCTORAS	\$19000
NUEVA EMPRESA	\$20000

Fuente. Este estudio

**Tabla 13. Análisis de costos**

COMPETIDOR	ANALISIS DE COSTOS
MAESTROS DE OBRA	El costo está representado en sus honorarios
PROFESIONALES INDEPENDIENTES	El costo de sus servicios se compone del de sus honorarios más el de los maestros de obra, ayudantes y gastos de funcionamiento de su oficina, según sea el caso.
FERRETERÍAS	El costo está definido por la subcontratación de un profesional independiente con equipo de trabajo o el de un Maestro Líder; por lo cual es elevado.
EMPRESAS CONSTRUCTORAS	El costo lo define la contratación de Profesionales, maestros de obra y ayudantes a gran escala, más los gastos de funcionamiento y créditos.
NUESTRA EMPRESA	El costo del servicio lo componen: Gastos de funcionamiento de la empresa, honorarios de maestros de obra y ayudantes

Fuente. Este estudio

- **Servicios sustitutos**

Servicios sustitutos son todos los que se ofrecen de manera independiente, en el suministro e instalación de materiales específicos. No presentan el servicio integral. Se ha identificado quienes podrían ser algunos de los servicios sustitutos para la empresa.

**Personas Independientes:** Prestan servicios especializados de manera independiente en materiales diferentes. Carpinteros, Marqueterías, forja, maestros obra.

**Pintos:** Es una empresa dedicada a todo lo relacionado con pintura entre fachadas interiores y publicidad.

**Habitar con estilo:** Es una empresa dedicada a la venta de materiales para construcción y adecuaciones; además también hacen diseños en madera es su especialización. Aunque también trabajan otros materiales

**Innóvalo:** Es una empresa dedicada al comercio de muebles para todo tipo de espacio.

**Ingeniarte:** es una empresa dedicada específicamente a publicidad y diseño gráfico para plotter.

**El mago:** Es una empresa dedicada a todo lo relacionado con cerraduras, soldadura, conexiones eléctricas y arreglo de tubería.

**Imagen de la competencia ante los clientes:** Para determinar cuál es la imagen de la competencia frente a los clientes, se aplicó encuestas de percepción, en las que se identificó que no existe una empresa que ofrezca el servicio integral como se lo hará en la empresa. Las personas desconocen la existencia de servicios sustitutos ofrecidos por empresas, además se identificó hallazgos porcentuales con los que se adelantó parte del análisis interno de la competencia, como los siguientes:

**Tabla 14. ¿Cuál es el nivel de satisfacción que le genera el proveedor de servicios?**

<b>Cuál es el nivel de satisfacción que le genera el proveedor de servicios?</b>	No sabe	Muy mala	Mala	Regular	Buena	Excelente
MAESTROS DE OBRA		50%	25%	20%	5%	
PROFESIONALES INDEPENDIENTES	90%			5%	5%	
EMPRESAS	30%			10%	60%	

Fuente. Este estudio

**Tabla 15. ¿Qué calificación merece el precio del servicio ofrecido?**

	No sabe	Muy caro	Caro	Justo	Económico	Muy econó
MAESTROS DE OBRA				40%	50%	10%
PROFESIONALES INDEPENDIENTES	90%	5%	5%			
EMPRESAS CONSTRUCTORAS	30%	5%	10%	30%	25%	

Fuente. Este estudio

**Tabla 16. Segmento al cual está dirigida la competencia**

A continuación se resume el segmento al que se dirige cada grupo competidor

	Estrato	Empresa Pública	Empresa Privada	Espacio Familiar
<b>Maestros de obra</b>	Todos	No	Sí	Sí
<b>Profesionales independientes</b>	4, 5 y 6	Sí	Sí	Sí
<b>Empresas constructoras</b>	*3, 4, 5 y 6	Sí	Sí	Sí
<b>Nuestra empresa</b>	<b>3, 4, 5 y 6</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>	<b>Sí</b>

\*En estratos 0, 1 y 2 se trabaja con subsidios de entidades públicas

Fuente. Este estudio

- **Posición del servicio frente a la competencia**

En conclusión se visualiza un panorama positivo frente a la competencia, puesto que se presenta importantes fortalezas y ventajas competitivas; siendo los aspectos más relevantes el servicio integral, el nivel de formación del talento humano, la atención al cliente, la innovación, el valor agregado, la organización y la oferta abierta de aplicación de garantía en la prestación de servicios, lo cual nos posibilitara mantener importante nivel de ventas.

**Tabla 17. Nivel de tecnología usada por la competencia**

A continuación se analiza de manera resumida el uso de la tecnología

COMPETIDOR	USO DE TECNOLOGÍA
MAESTROS DE OBRA	No usan tecnología, cuando un cliente lo requiere ellos lo adquieren o refieren a un arquitecto.
PROFESIONALES INDEPENDIENTES	Sí usan software especializados con un alto precio para el cliente.
EMPRESAS CONSTRUCTORAS	Sí usan software especializados con un alto precio para el cliente, incluido en el valor global de las obras.
ESTA EMPRESA	Se hace uso de software y hardware especializados, de manera eficiente, de tal manera que cuando el cliente ejecuta la obra con la empresa, como valor agregado este costo se deduce del valor de la obra.

Fuente. Este estudio

- **Las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter:** A continuación se hace un análisis sobre las cinco fuerzas competitivas. Perfil de los factores claves de éxito externos:
- **Rivalidad entre competidores:** Los competidores directos son los que se acabaron de analizar anteriormente y como se puede observar sólo en algunos servicios existe rivalidad, puesto que ninguna empresa ofrece un servicio integral. Por tanto la rivalidad se podría calificar como baja.
- **Capacidad de negociación de los compradores:** El poder de negociación del cliente es visible en el caso de los maestros de obra y con esta empresa de acuerdo al número de metros cuadrados requeridos. Normalmente los otros proveedores manejan tarifas fijas.
- **Capacidad de negociación de proveedores:** El talento humano y los recursos requeridos que se utiliza en cada uno de los servicios, se encuentran en el mercado fácilmente, por tanto, no existe escasez, para que los proveedores puedan imponer sus precios. Por tanto, la capacidad de negociación de los proveedores es baja.
- **Entrada de nuevos competidores:** No existe barreras que impidan el ingreso de nuevos competidores, más que todo el trabajo de investigación, desarrollo de procesos, construcción de bases de datos de proveedores, de costos de mano de obra y materiales, además de articulación de equipos de trabajo. Por lo tanto la intención es continuar trabajando en la certificación del sistema de gestión de calidad, orientado a la satisfacción del cliente mediante ventajas comparativas y competitivas frente a las nuevas empresas.
- **Presencia de servicios sustitutos:** Los servicios sustitutos son los que se ofrecen de manera independiente o parcial, de acuerdo a la especialidad de cada proveedor, por ejemplo proveedores de elementos en aluminio, hierro, madera, cerámica, entre otros.

#### 5.4.2 Estrategias de Precio:

##### Objetivo:

- Contar con precios competitivos en el mercado.
- Determinar las variables relacionadas con el precio para que el servicio sea competitivo.

Para definir el precio se tuvo en cuenta cuatro factores:

- Los precios de la competencia, con lo cual se identificó los límites superior e inferior, así también el precio promedio.
- Los costos, para tener para base que permita definir un margen de contribución y ganancia.
- El margen de contribución requerido para hacer viable el proyecto y la empresa.
- Las respuestas obtenidas en las encuestas aplicadas a los clientes potenciales, referentes al precio que están dispuestos a pagar por los servicios.

De acuerdo a lo expuesto, se definió aproximarse a la media de los precios ofrecidos en el mercado, cobrando un valor aproximado a los \$20.000 y \$10 000 por metro cuadrado de servicio prestado. Tal como se muestra en la tabla:

**Tabla 18. Precio por servicio**

Precio por servicio					
Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIOS ADECUACION DE ESPACIOS Y CONSTRUCCION	20.000	20.650	21.321	22.014	22.730
SERVICIO DE MANTENIMIENTO	10.000	10.325	10.661	11.007	11.365

Fuente. Este estudio

**5.4.3. Análisis competitivo de precios.** Los precios de la competencia profesional están por encima del precio de la empresa, sin embargo los competidores empíricos presentan precios por debajo de los de la empresa. De esta manera se ofrece un precio competitivo, puesto que brindamos servicios de alta calidad y garantía, a un precio promedio dentro de este mercado.

**Precio de lanzamiento** La política de precio expuesta se mantendrá en la medida que la empresa, crezca y gane reconocimiento en el mercado, para el tercer año de implementación, se proyecta un incremento de precio, a nivel de los más altos, soportados en la alta calidad de nuestros servicios.

**5.4.4. Estrategia de distribución.** Los mecanismos seleccionados para distribuir los servicios de la empresa se resume a continuación:

- **Sala de Exhibición:** Los servicios se ofrecen mediante la sala de exhibición, en el sector en que se encuentran importantes ferreterías de la ciudad de Pasto, al cual acuden personas de toda la región –Nariño y Putumayo-.
- **Coordinador de Atención al Cliente:** La empresa cuenta con personas encargadas de asesorar a los clientes que requieren de los servicios que se ofrece en la empresa, ellos tienen la responsabilidad de mostrar las ventajas de tomar los servicios con la empresa. De igual manera buscar y seleccionar los mejores clientes, proyectos y estrategias para obtener el éxito en el ámbito comercial.
- **Empresas Aliadas:** Empresas con reconocimiento en el sector de la construcción y los bienes raíces, son aliadas que recomiendan y utilizan los servicios de la empresa, como estrategia mutuamente beneficiosa; para vender más productos y prestar más servicios, y a su vez incrementar el nivel de satisfacción de los clientes.

**5.4.5. Estrategias para ofrecer el servicio:**

- **Evento de lanzamiento,** para el evento de lanzamiento se hará en un espacio público se presentará varias actividades artísticas, ahí se entregará volantes, se ofrecerá todos los servicios, este evento se lo hace en fin de semana cerca al centro comercial Unicentro donde acude masivamente gente de estratos tres en adelante. Con esta está estrategia se espera llegar a todos los segmentos de mercado que se estableció para cada servicio.
- **Publicidad,** la publicidad está dada en portafolios de servicios, tarjetas de presentación, aviso publicitario en el lugar donde funcionará la empresa, volantes y pendones. Con esta medio se espera llegar a todos los segmentos de mercado que se estableció para cada servicio.
- **Página web,** por medio de la página web se hará publicidad a la empresa, también se apoyará en las redes sociales que son efectivas al momento de dar a conocer servicios. Con este medio se espera llegar a todos los segmentos de mercado que se estableció para cada servicio.
- **Presentaciones,** en Pasto existen escenarios públicos y privados donde se puede hacer presentaciones artísticas gratis, se aprovechará estos espacios para promocionar el servicio y además que sirve como incentivo para los usuarios. Con esta está estrategia se espera llegar a todos los segmentos de

mercado que se estableció para cada servicio.

- **Promoción en ferias**, la universidad de Nariño, el SENA, alcaldía y otras instituciones están realizando ferias o eventos donde participan los diferentes empresarios, siendo este un buen escenario para promocionar los servicios. Con esta medio se espera llegar a todos los segmentos de mercado que se estableció para cada servicio
- **Voz a voz**, este es uno de los medios más efectivos para atraer nuevos clientes, y se logra si se presta un excelente servicio para que así lo puedan recomendar. Con esta medio se espera llegar a todos los segmentos de mercado que se estableció para cada servicio
- **Hacer convenios con empresas y conjuntos residenciales**, se buscará hacer convenios con empresas, con las juntas administrativas de los conjuntos residenciales y asociaciones para hacer descuentos desde el 10% cuando se inscriban más de cinco usuarios. Con esta medio se espera llegar a todos los segmentos de mercado que se estableció para cada servicio, pero se hará mayor énfasis en los adultos mayores, puesto que se acudirá a las asociaciones de jubilados o de señoras, para ofrecer el servicio. Se busca que un 5% de los clientes se los consiga por este medio.

**5.4.6. Estrategias de venta.** Para que las ventas se puedan materializar se hará las siguientes estrategias:

- Recorridos por el espacio físico, una vez el cliente potencial visite el lugar atraído por el medio de comunicación o la estrategia que se haya optado para hacer conocer el servicio, se hará un recorrido por todas las instalaciones dando a conocer las bondades del servicios frente al espacio físico.
- Dar a conocer la innovación, valor agregado del servicio y las ventajas en el desarrollo integral, así como se da a conocer los espacios físicos se hará énfasis en los factores diferenciadores que tienen los servicios.
- Comentar acerca del personal que labora en la empresa, es importante divulgar acerca del personal que labora en la empresa por que se dará a conocer que es interdisciplinario y que es un talento humano idóneo para atender a los que demanden el servicio.

Con este tipo de estrategias se pretende cerrar el negocio o venta del servicio.

**5.4.7. Estrategia de promoción.** Para la promoción se maneja cuatro herramientas, siempre orientando los esfuerzos en llegar a las personas y

empresas que componen el segmento de mercado de la empresa.

- **Publicidad**

La publicidad está dada en portafolios de servicios y tarjetas de presentación que se entregarán a las personas interesadas en los servicios y en todas las empresas con más de 50 trabajadores, centros comerciales, condominios, edificios y complejos residenciales de los estratos 3 en adelante; aviso publicitario en el lugar donde funcionará la empresa, volantes, exhibición de diseños, obras y servicios en tablets y televisores de la empresa, así como también en pendones, página web, uso de redes sociales y adicionalmente se trabajará en el impulso de la recomendación voz a voz.

En este sentido es un gancho de venta efectivo el hecho de mostrar los diseños, las obras ejecutadas, así como también el estado inicial y obras finalizadas. Imágenes en las cuales será visible la calidad y precisión de las obras respecto a los diseños y los requerimientos del cliente.

- **Promoción de ventas**

**Promoción dirigida a clientes**, la promoción que se le da al cliente es el no cobro de los diseños arquitectónicos 3D, en los casos en que la empresa sea el encargado de ejecutar la obra de adecuación o construcción; lo cual hasta el momento ha sido una estrategia de éxito y diferenciadora en el mercado, puesto que los competidores profesionales cobran por ello y los empíricos no ofrecen el servicio.

- **Relaciones públicas**

Se difundirá los servicios de la empresa en eventos que participen los clientes potenciales de la empresa, por medio de la entrega de tarjetas de presentación, portafolios, exhibición de obras etc.

- **Ventas personales**

El personal encargado de las relaciones comerciales cumple con tres pasos definitivos en el proceso de venta y comunicación: 1. Crear afinidad, mediante su presentación personal, calidez, amabilidad, escucha activa y el dialogo ameno con los clientes. 2. Ofrecer servicios personalizados, con aditivo que el cliente podrá ver la obra en planos realistas de tres dimensiones. 3. Cerrar la venta generando confianza en el cliente, haciendo referencia a todas las ventajas formales que ofrece la empresa, frente a la competencia (sin hacer alusión a la competencia).

**Cubrimiento geográfico y expansión**, el servicio expuesto en esta propuesta se planea ejecutar en la Ciudad de Pasto, dirigido a los estratos tres en adelante, sin embargo, si posteriormente la demanda del servicio es la adecuada para habilitar sucursales en otras regiones, se buscarán los medios para llevar esto a cabo. Dentro de la visión se ha planteado avanzar hacia las ciudades con mayor calidad de vida de Ecuador y Colombia.

**Precio de lanzamiento y comportamiento esperado del precio (tasa de crecimiento)**, el precio de lanzamiento será el mismo que se tiene para el primer año, el cual está en el promedio del mercado.

Como en este tipo de servicios no se utilizan insumos que sufran fluctuaciones que lleven a incrementar los costos, estos se mantienen fijos en un año y para el siguiente se ajusta a una tasa de acuerdo a la inflación.

**Presupuesto de promoción**, para la promoción del servicio se tiene un presupuesto determinado por el evento de lanzamiento, publicidad escrita, página web y descuentos.

**Tabla 19. Presupuesto**

PRESUPUESTO	
VARIABLE	COSTO
Publicidad	4800.000
Página web	1200.000
<b>TOTAL</b>	<b>6 000 000</b>

Fuente. Este estudio

#### 5.4.8 Estrategia de comunicación:

- **Redes Sociales**, Dada la alta efectividad que ofrecen las redes sociales que para dar a conocer un servicio, de igual manera se comunica toda la información de los servicios ofrecidos, los diseños, las obras ejecutadas, enlaces de interés, ideas de diseño, fotografías y videos útiles para los clientes, datos de contacto, entre otros.
- **Presentación personal de portafolios**, es efectiva la estrategia de presentar el portafolio de servicios de manera personal, puesto que se da claridad a los clientes potenciales, respecto a todas las ventajas que ofrece la empresa, generando afinidad por el factor innovador ofrecido, por lo cual se desea tener mejora continua en la de comunicación con los administradores de empresas y

complejos residenciales de la ciudad de San Juan de Pasto.

- **Participación en ferias**, contando con los recursos económicos suficientes, se desea participar en ferias de construcción y de oferta de diferentes servicios, puesto que a estos eventos asiste una importante cantidad de clientes potenciales de la empresa.
- **Voz a voz**, siempre al entregar una obra a satisfacción se impulsa la comunicación de este resultado entregando tarjetas de presentación, puesto que este es uno de los medios más efectivos para atraer nuevos clientes, y se logra prestando excelente servicio para que así lo puedan recomendar.

De las ventas depende el éxito de la empresa, y para conseguir las metas planteadas en esta variable se hace necesario de estrategias de mercadeo apropiadas, por tanto, es necesario invertir en publicidad y en lo que se incurra al implementar la estrategia, así las cosas para este tipo de estrategias se ha presupuesto los anteriores recursos financieros, que son necesario para poder atraer clientes potenciales y buscar posicionar la empresa en los clientes.

**5.4.9. Estrategia de servicio.** Para llevar a cabo este aspecto se manejará atención al cliente personalizada, el personal encargado de las relaciones comerciales con los tres pasos definitivos en el proceso de venta y comunicación: *1. Crear afinidad, 2. Ofrecer servicios personalizados, 3. Cierre de ventas.* Además *4. El servicio postventa*, mediante los siguientes comunicados dirigidos a los clientes por diferentes medios:

- Construimos los espacios de sus sueños, de manera ágil y al mejor precio, basados en el profesionalismo y la responsabilidad.
- La planeación y el seguimiento profesional del proyecto, evitará que usted asuma costos y tiempos imprevistos.
- La empresa ofrece garantía en todos sus servicios, a diferencia de los contratistas informales, puesto que es una empresa formalmente constituida y que trabaja con ética, bajo los principios de los Sistemas de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud ocupacional, y Responsabilidad Social (Normas ISO 9001 - ISO 18001 – ISO 26000).
- Haga la mejor inversión, mejore los espacios de su hogar y empresa.
- No arriesgue su dinero y su tranquilidad, contratando de manera informal.
- La empresa garantiza el cumplimiento de tiempos y calidad de sus servicios.

**Comparación de políticas de servicio con los de la competencia:** La política de calidad está enfocada a: garantizar la satisfacción del cliente a través de los servicios prestados, basados en la responsabilidad y el mejoramiento continuo de la eficiencia y la calidez humana.

De acuerdo al análisis de la competencia, la garantía, la seriedad de los presupuestos, la amabilidad y la carencia de valor agregado, son las principales debilidades, por ende, se creó con una total orientación a la satisfacción del cliente, convirtiendo estas debilidades de la competencia en fortalezas.

**Procedimientos para otorgar garantías y servicio postventa; formas de pago de la garantía ofrecida:** Se ofrece garantía en todos los servicios, a diferencia de los contratistas informales, puesto que es una empresa formalmente constituida y que trabaja con ética, bajo los principios de los Sistemas de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud ocupacional, y Responsabilidad Social (Normas ISO 9001 - ISO 18001 – ISO 26000).

Una vez terminado el proyecto, los clientes aportarán al mejoramiento continuo de la empresa evaluando el nivel de satisfacción. Después de un periodo determinado, se hará seguimiento a la obra, y en los casos que se evidencie falla, cuya responsabilidad sea de la empresa, se cubrirá los costos requeridos para entregar la obra a satisfacción.

**5.4.10. Estrategia de aprovisionamiento.** Teniendo en cuenta que los servicios que se ofrece requieren del uso de maquinaria, equipos y herramientas, se ha elaborado una relación de los establecimientos comerciales que pueden proveer estos elementos. Cabe resaltar que en el momento de la implementación del proyecto también se buscará dentro de una oferta más amplia de proveedores.

En lo que respecta a mano de obra está se puede encontrar por medio del SENA empleo u entidades como La Caja de Compensación de Nariño que también tiene una oficina de empleo.

## **5.5 CLIENTES**

Nuestros clientes son los hogares familiares de estratos 3 en adelante y las empresas de la ciudad de pasto que necesiten hacer mantenimiento, adecuación de sus espacios o edificaciones.

## 5.6 INVESTIGACIÓN DE MERCADO

### 5.6.1 Análisis de encuesta a familias:

1. ¿Cuál es el estrato Social al que pertenece?

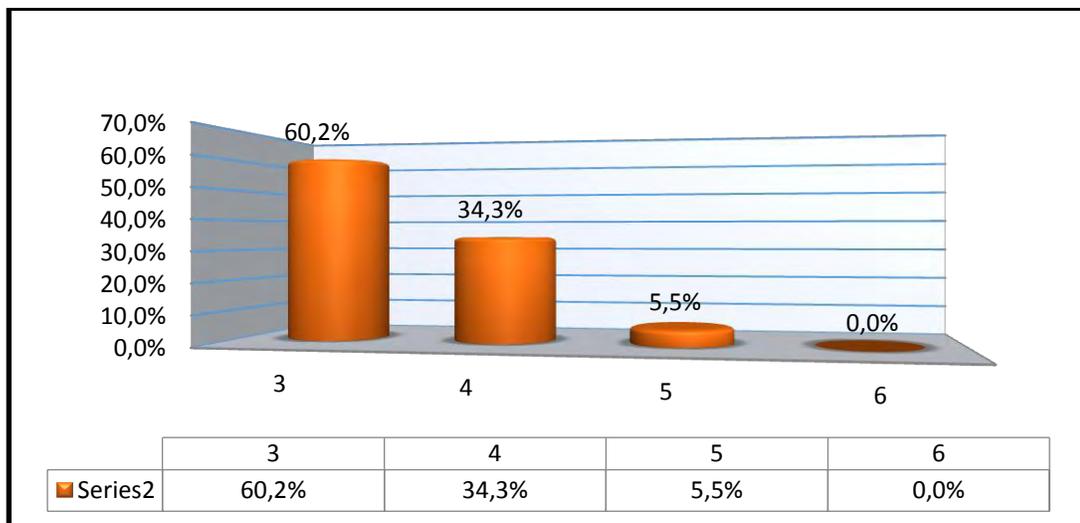
3\_\_\_ 4\_\_\_ 5\_\_\_ 6\_\_\_

**Tabla 20. Estrato al que pertenece**

Estrato	N°	%
3	230	60.2%
4	131	34.3%
5	21	5.5%
6	0	0.0%
	382	100%

Fuente. Este estudio

**Grafica 5. Estrato social**



Fuente. Este estudio

Se encontró que el estrato al que pertenece la mayor parte de los hogares familiares encuestados es de 3 con un 60.2%, en el estrato social 4 está en el 34.3% y en el estrato 5 un 5.5% indicándonos que hay mercado potencial por atender.

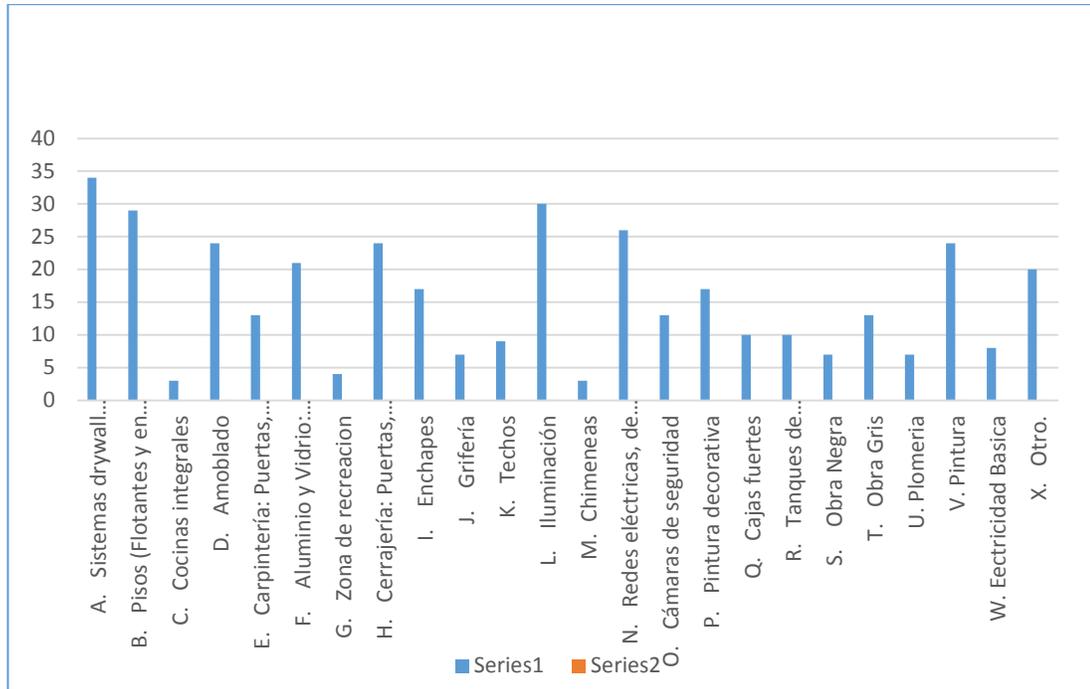
¿Cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizó en el último año en su residencia?

**Cuadro 3. Servicios que se requirieron en el último año**

A. Sistemas drywall (Superboard ó Panel-yeso)	23	6,0%
B. Pisos (Flotantes y en cerámica)	21	5,5%
C. Cocinas integrales	19	5,0%
D. Amoblado	12	3,1%
E. Carpintería: Puertas, ventanas, barrederas, muebles, closets, etc.	21	5,5%
F. Aluminio y Vidrio: Divisiones para baño en vidrio templado, ventanas y puertas en aluminio.	19	5,0%
G. Zona de recreación	2	0,5%
H. Cerrajería: Puertas, ventanas, mallas de seguridad, estructuras, escaleras, etc.	28	7,3%
I. Enchapes	16	4,2%
J. Grifería	25	6,5%
K. Techos	21	5,5%
L. Iluminación	15	3,9%
M. Chimeneas	15	3,9%
N. Redes eléctricas, de datos, comunicaciones, gas, hidráulicas y sanitarias.	10	2,6%
O. Cámaras de seguridad	10	2,6%
P. Pintura Decorativa	5	1,3%
Q. Cajas fuertes	6	1,6%
R. Tanques de abastecimiento	14	3,7%
S. Obra Negra	19	5,0%
T. Obra Gris	21	5,5%
U. Plomería	17	4,5%
V. Pintura	16	4,2%
W. Electricidad Básica	8	2,1%
X. Otro.	19	5,0%

Fuente. Este estudio

**Grafica 6. ¿Cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizo en el último año en la empresa?**



Fuente. Este estudio

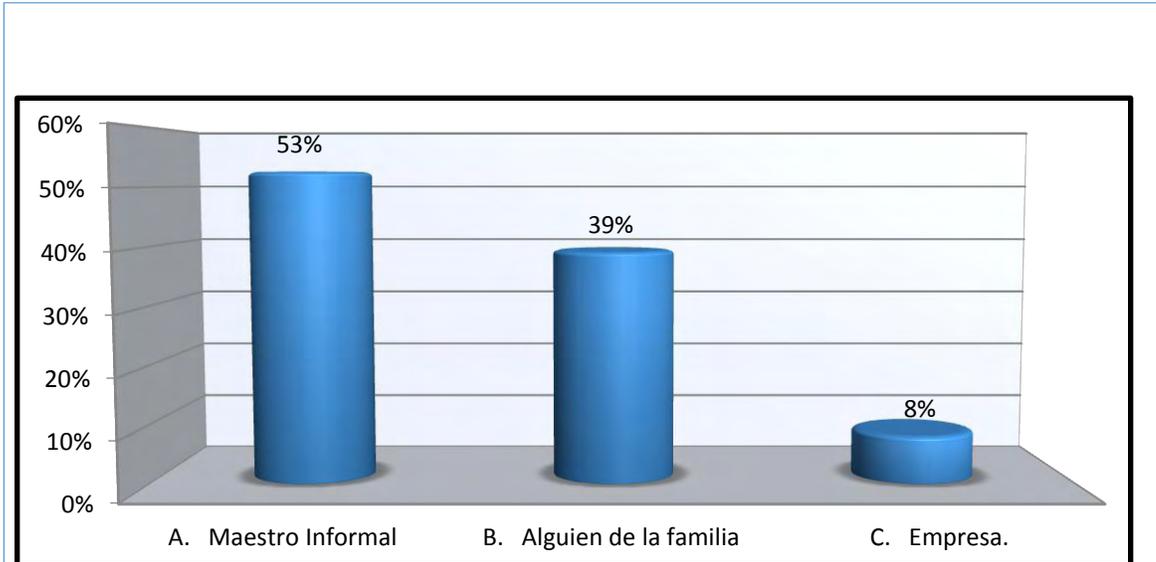
Los servicios que más se utilizaron en los hogares fueron Cerrajería: Puertas, ventanas, mallas de seguridad, estructuras, escaleras con el 7,3%, con 6,5% en grifería, con el 6,0% Sistemas drywall (Superboard ó Panel-yeso), y además con el 5,5% techos, pisos flotantes y cerámica, carpintería y construcción en obra gris respectivamente. Que en su mayoría son servicios de adecuación y construcción, pero sin demeritar el servicio de mantenimiento de espacios ya que entre los servicios suman el 39%.

**Tabla 21. ¿Quién atendió su necesidad de adecuación o mantenimiento?**

A. Maestro Informal	201	53%
B. Alguien de la familia	150	39%
C. Empresa.	31	8%

Fuente. Este estudio

**Grafica 7. Quien presto el servicio**



Fuente. Este estudio

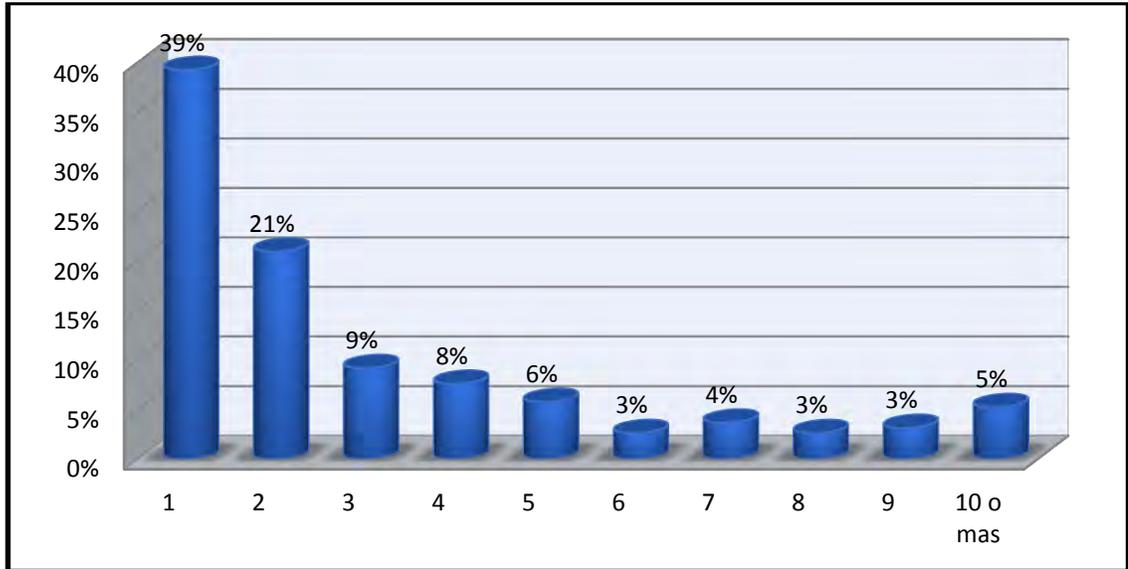
La mayor parte de la población encuestada con un 53% ha contratado un maestro informal para que atienda el servicio, mientras que un 39% lo ha hecho alguien de la familia y solo un 8% ha contratado a una empresa para que atienda su necesidad.

**Tabla 22. ¿Cuántas veces al año requiere de servicios de adecuación o mantenimiento de espacios?**

N° de veces	N°	%
1	150	39%
2	80	21%
3	35	9%
4	29	8%
5	22	6%
6	10	3%
7	14	4%
8	10	3%
9	12	3%
10 o mas	20	5%

Fuente. Este estudio

**Grafica 8. Requerimiento del servicio al año**



Fuente. Este estudio

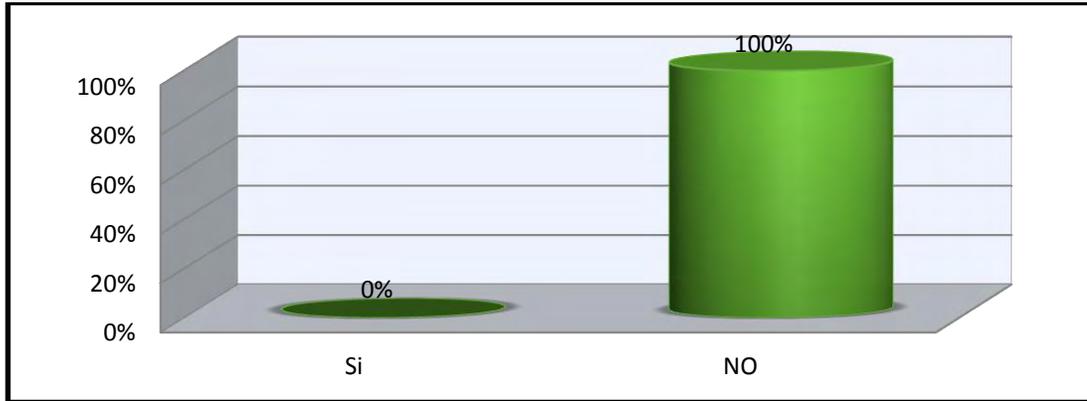
La población encuestada utiliza por lo menos una vez al año los servicios de mantenimiento y adecuación de espacios con un 39% mientras que el 21% lo utiliza dos veces al año, un 9% tres veces y un 8% 4 veces mientras que los que utilizan el servicio más de 10 veces son el 5% de la población encuestada.

**Cuadro 4. ¿Su proveedor le ofrece servicio de diseño real en 3 dimensiones?**

Si	0	0%
NO	382	100%

Fuente. Este estudio

**Grafica 9. Servicio de diseño real en 3D**



Fuente. Este estudio

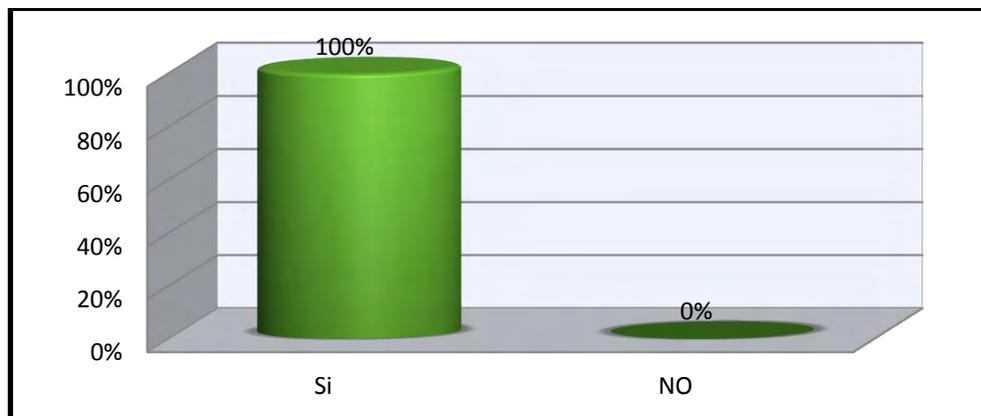
De la muestra tomada de la población en su totalidad no les han ofrecido el servicio de diseño en 3D, lo cual es bueno para la empresa porque si lo hará.

**Cuadro 5. ¿Le gustaría mirar las obras en 3 dimensiones con diseños, medidas, colores y materiales proyectados de manera real, antes de invertir en las obras?**

Si	382	100%
NO	0	0%

Fuente. Este estudio

**Grafica 10. Le gustaría mirar las obras en 3D**



Fuente. Este estudio

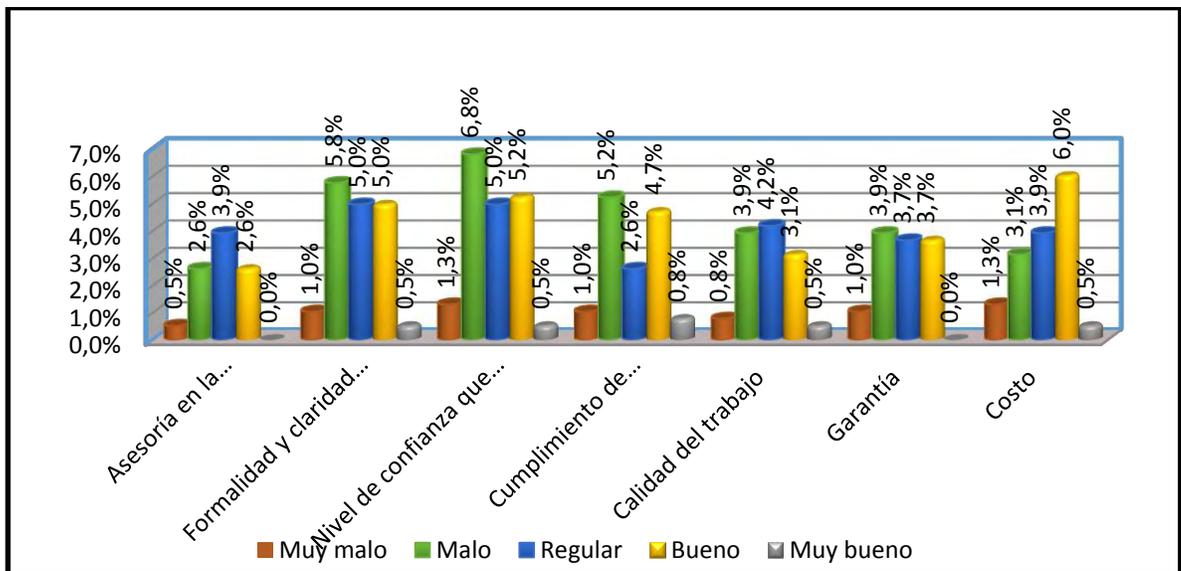
De la muestra que se toma de la población a todos ellos les gustaría mirar las obras en diseños 3D.

**Cuadro 6. ¿Cuál es su actual nivel de satisfacción, respecto a la prestación de los servicios de adecuación y mantenimiento de su hogar y/o empresa? Marque su respuesta.**

Factor	Muy malo	Muy malo	Malo	Malo	Regular	Regular	Bueno	Bueno	Muy bueno	Muy bueno
Asesoría en la planeación	2	0.5%	10	2.6%	15	3.9%	10	2.6%	0	0.0%
Formalidad y claridad del servicio	4	1.0%	22	5.8%	19	5.0%	19	5.0%	2	0.5%
Nivel de confianza que genera el prestador del servicio	5	1.3%	26	6.8%	19	5.0%	20	5.2%	2	0.5%
Cumplimiento de tiempos	4	1.0%	20	5.2%	10	2.6%	18	4.7%	3	0.8%
Calidad del trabajo	3	0.8%	15	3.9%	16	4.2%	12	3.1%	2	0.5%
Garantía	4	1.0%	15	3.9%	14	3.7%	14	3.7%		0.0%
Costo	5	1.3%	12	3.1%	15	3.9%	23	6.0%	2	0.5%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>7.1%</b>	<b>120</b>	<b>31.4%</b>	<b>108</b>	<b>28.3%</b>	<b>116</b>	<b>30.4%</b>	<b>11</b>	<b>2.9%</b>

Fuente. Este estudio

**Grafica 11. Calidad del servicio**



Fuente. Este estudio

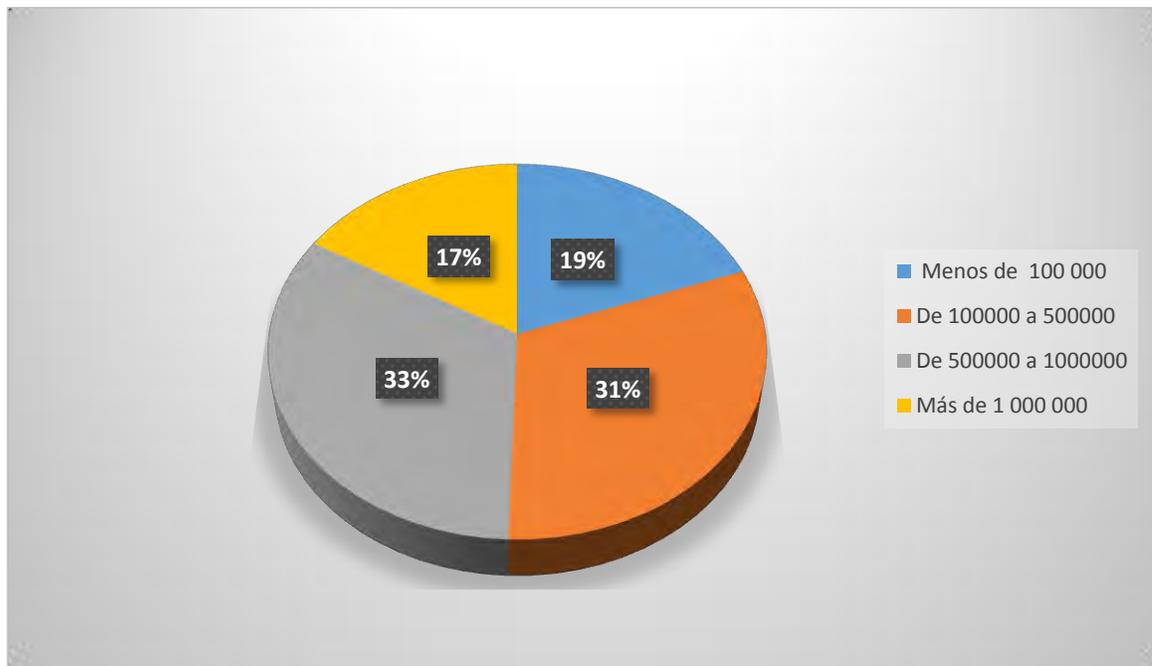
La satisfacción del cliente entre los encuestados con una mayoría con el 31.4% expresan inconformidad calificando como mala y otro 30,4% dicen que es bueno; dejando claro que se debe trabajar en calidad asegurando la máxima satisfacción de los clientes.

**Cuadro 7. ¿Cuál es el costo promedio de los servicios anualmente?**

Menos de 100 000	74
De 100000 a 500000	119
De 500000 a 1000000	126
Más de 1 000 000	63

Fuente. Este estudio

**Grafica 12. Costo promedio de servicios anualmente**



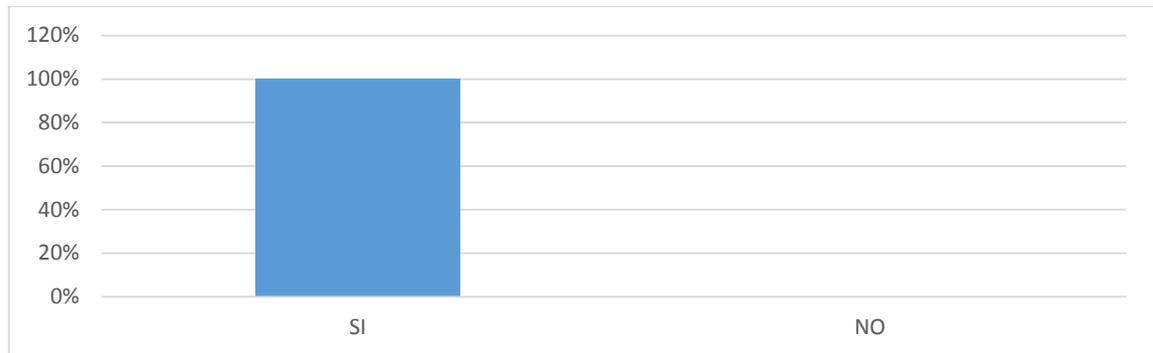
Fuente. Este estudio

Los hogares gastan en promedio anualmente en servicios de adecuación o mantenimiento con 33% de 500 000 a 1000000, de 100 000 a 500 000 31%, menos de 100 000 el 19% y más de 1000 000 el 17%.

9. ¿Le gustaría contar con un proveedor que preste estos servicios con mayor garantía, profesionalismo, responsabilidad, calidad y cumplimiento?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

**Grafica 13. Aceptación nueva empresa**



Fuente. Este estudio

El 100% de las familias le gustaría contar con una empresa que le preste estos servicios con mayor garantía, profesionalismo, responsabilidad, calidad y cumplimiento.

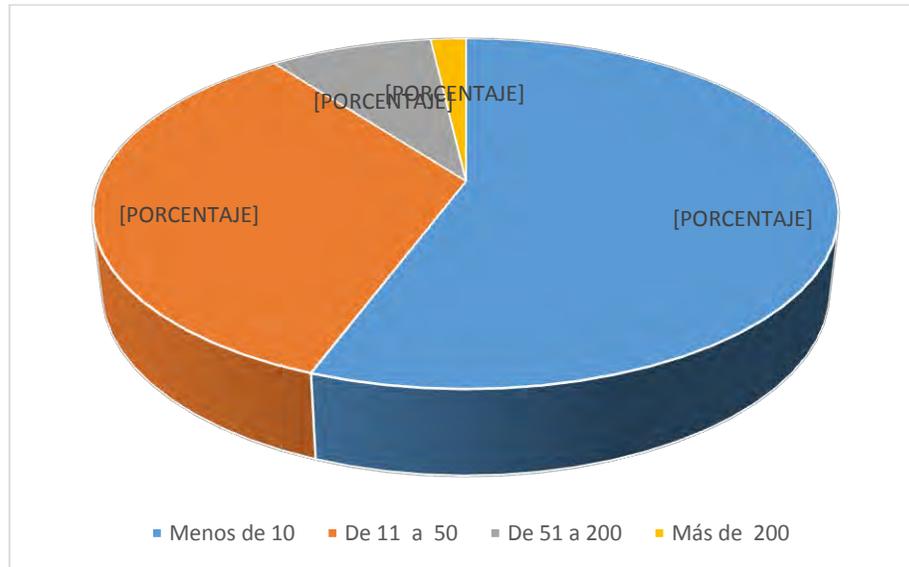
### 5.6.2. Análisis de encuesta a empresas:

**Cuadro 8. ¿Número de trabajadores?**

Menos de 10	152
De 11 a 50	93
De 51 a 200	23
Más de 200	5

Fuente. Este estudio

**Grafica 14. Número de trabajadores**



Fuente. Este estudio

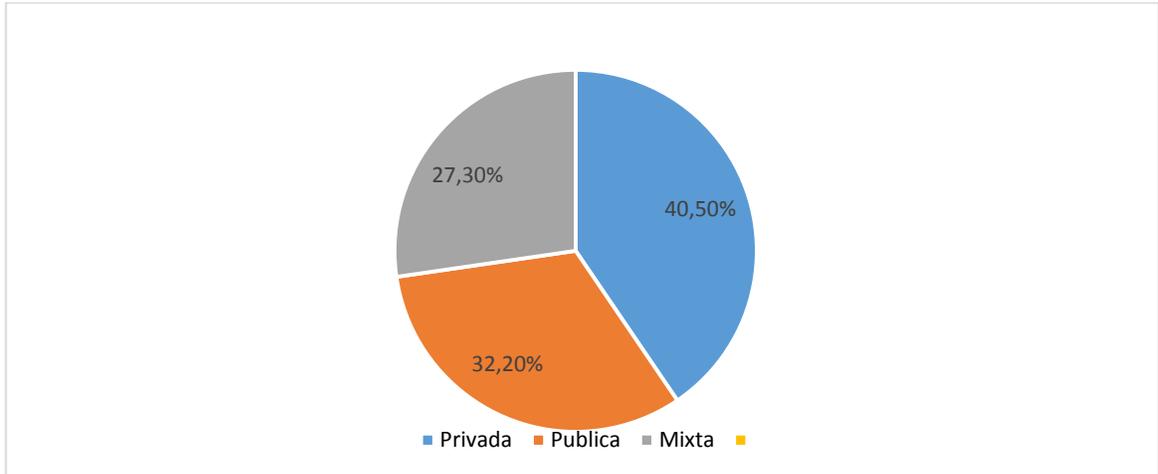
De los encuestados con un 56% son microempresarios, el 34% son pequeña empresa, mediana empresa el 8% y el 2% pertenecen a grandes empresas.

**Cuadro 9. ¿Tipo de empresa?**

PRIVADO	151	40.5%
PUBLICA	120	32.2%
MIXTA	102	27.3%

Fuente. Este estudio

**Grafica 15. Tipo de Empresa**



Fuente. Este estudio

Del total de empresas encuestadas con un 40.5% de representan el sector privado, las públicas con el 32.2% y de tipo mixto el 27.3 indicando porcentajes importantes en todos los tipos de empresa que se debe alcanzar atender con los diferentes servicios.

**Cuadro 10. ¿Cuál es la actividad económica de su empresa?**

Actividad económica	N°	%
Agrícola	50	13%
Industrial	110	29%
Servicios	120	32%
Comercial	90	24%
Otros	3	1%

Fuente. Este estudio

**Grafica 16. Actividad económica**



Fuente. Este estudio

La mayor parte de las empresas se dedican a prestar servicios con un 32%, mientras que las empresas industriales y muy importantes representa 29%, las comerciales con 24%, empresas que se dedican a la actividad agrícola 13%, y a otras actividades se dedican solo el 1%.

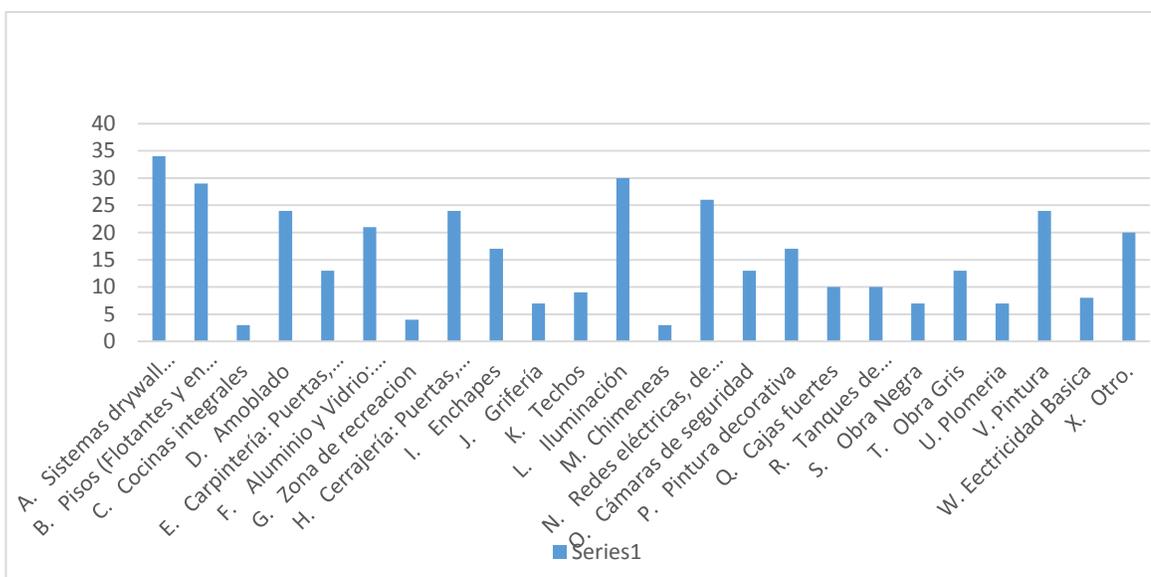
**Cuadro 11. ¿Cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizó en el último año?**

A. Sistemas drywall (Superboard ó Panel-yeso)	34	9,1%
B. Pisos (Flotantes y en cerámica)	29	7,8%
C. Cocinas integrales	3	0,8%
D. Amoblado	24	6,4%
E. Carpintería: Puertas, ventanas, barrederas, muebles, closets, etc.	13	3,5%
F. Aluminio y Vidrio: Divisiones para baño en vidrio templado, ventanas y puertas en aluminio.	21	5,6%
G. Zona de recreación	4	1,1%
H. Cerrajería: Puertas, ventanas, mallas de seguridad, estructuras, escaleras, etc.	24	6,4%
I. Enchapes	17	4,6%
J. Grifería	7	1,9%
K. Techos	9	2,4%
L. Iluminación	30	8,0%
M. Chimeneas	3	0,8%
N. Redes eléctricas, de datos, comunicaciones, gas, hidráulicas y sanitarias.	26	7,0%

O. Cámaras de seguridad	13	3,5%
P. Pintura decorativa	17	4,6%
Q. Cajas fuertes	10	2,7%
R. Tanques de abastecimiento	10	2,7%
S. Obra Negra	7	1,9%
T. Obra Gris	13	3,5%
U. Plomería	7	1,9%
V. Pintura	24	6,4%
W. Electricidad Básica	8	2,1%
X. Otro.	20	5,4%

Fuente. Este estudio

**Grafica 17. ¿Cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizó en el último año en la empresa?**



Fuente. Este estudio

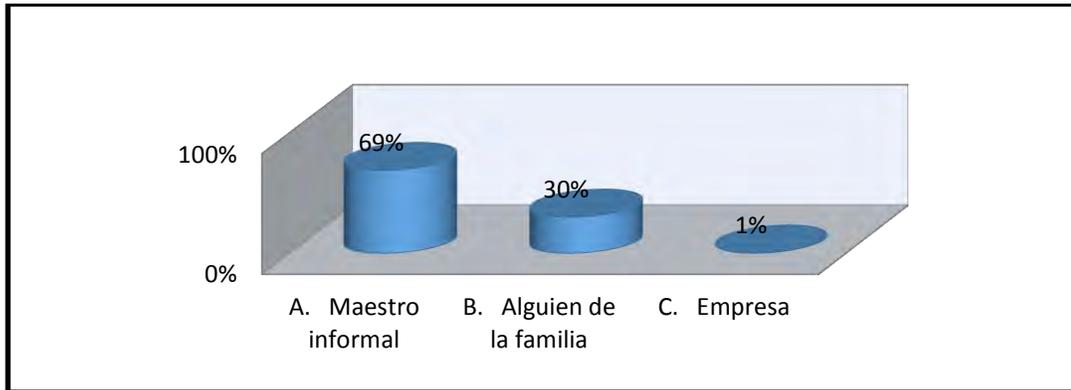
Los servicios más utilizados durante el último año están relacionados con. Sistemas drywall (Superboard o Panel-yeso) con el 9%, seguido de iluminación con el 8%, pisos flotantes y cerámicos con el 7,8%, Cerrajería: Puertas, ventanas, mallas de seguridad, estructuras, escaleras con el 6,4% y de igual forma mueblería y enseres que corresponden al servicio de adecuación y construcción.

**Cuadro 12. ¿Quién atendió su necesidad de adecuación o mantenimiento?**

A. Maestro informal	258	69%
B. Alguien de la familia	113	30%
C. Empresa	2	1%

Fuente. Este estudio

**Grafica 18. Quien presto el servicio**



Fuente. Este estudio

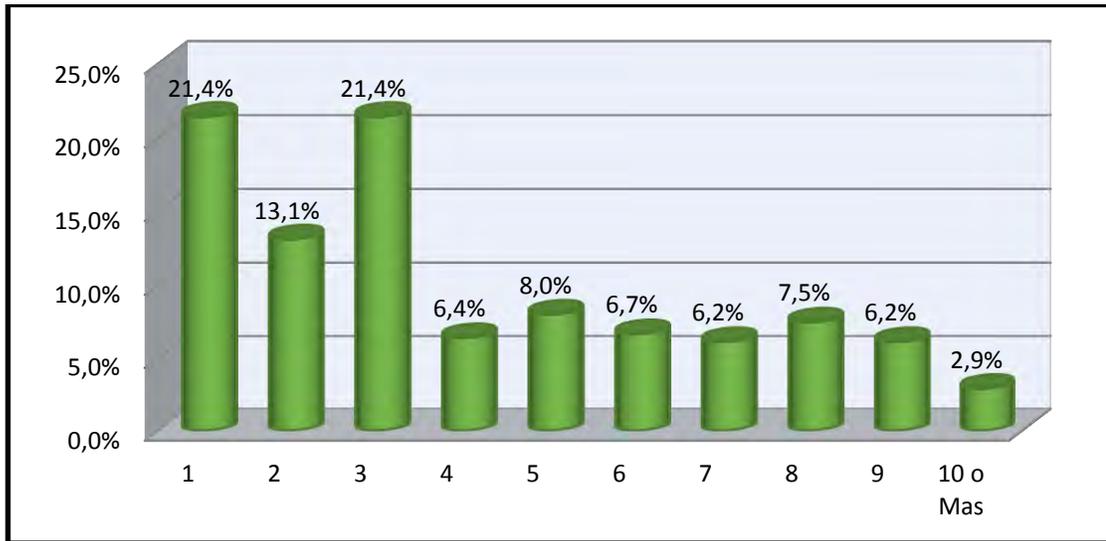
Para las empresas encuestadas quien atendió la necesidad de alguno de los servicios fue un maestro informal con un 69%, con un 30% alguien de la empresa y solo un 1% contrato una empresa.

**Cuadro 13. ¿Cuántas veces al año requiere de servicios de adecuación o mantenimiento de espacios?**

Número de veces	N°	%
1	80	21.4%
2	49	13.1%
3	80	21.4%
4	24	6.4%
5	30	8.0%
6	25	6.7%
7	23	6.2%
8	28	7.5%
9	23	6.2%
10 o Mas	11	2.9%

Fuente. Este estudio

**Grafica 19. Requerimiento del servicio al año**



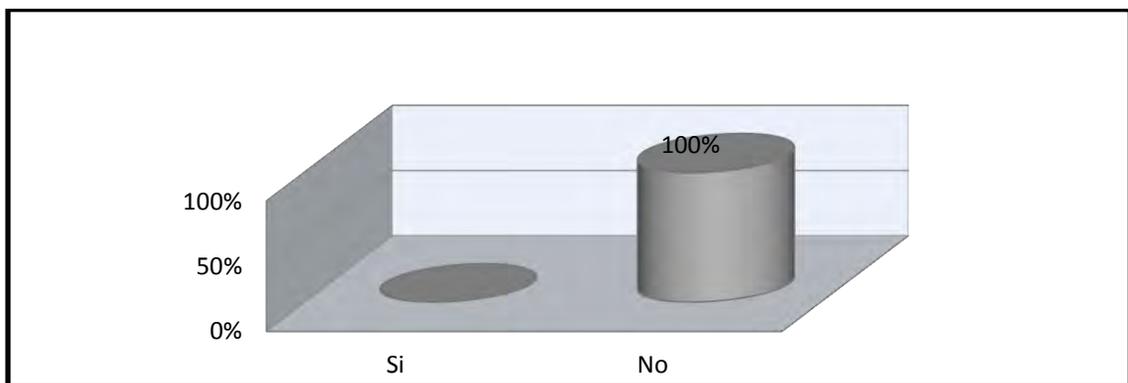
Fuente. Este estudio

Las empresas requieren el servicio de mantenimiento y adecuación de espacios por lo menos una vez al año un 21.4% y un 13.1% 2 veces al año, y por lo menos 3 veces al año 21.4% mientras que más de 10 veces solo un 2.9%.

**Cuadro 14. ¿Su proveedor le ofrece servicios de diseño real en 3 dimensiones?**

Si	0	0%
No	373	100%

**Grafica 20. Le ofrecen servicios de diseño en 3D**



Fuente. Este estudio

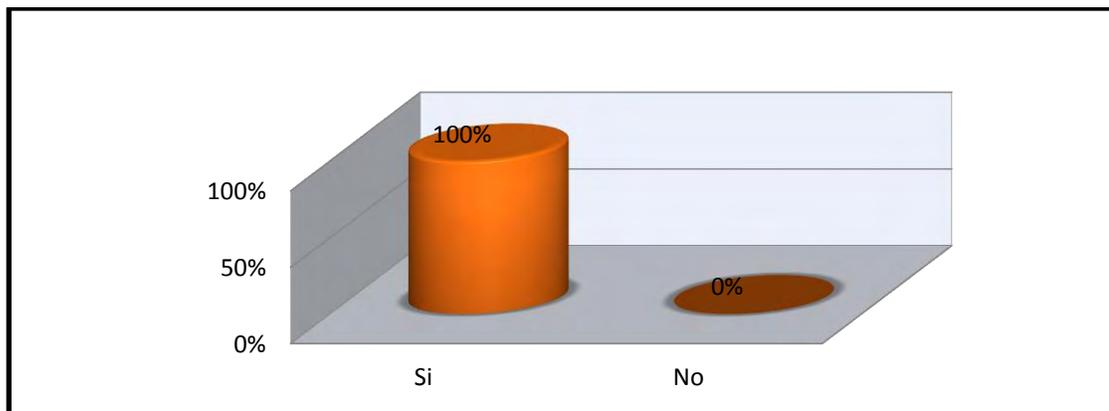
En la totalidad de los empresarios encuestados dijeron que su proveedor no le ofrece servicios de diseño en 3D.

**Cuadro 15. ¿Le gustaría mirar las obras en 3 dimensiones con diseños, medidas, colores y materiales proyectados de manera real, antes de invertir en las obras?**

Si	373	100%
No	0	0%

Fuente. Este estudio

**Gráfica 21. Le gustaría mirar las obras en 3D**



Fuente: Este estudio

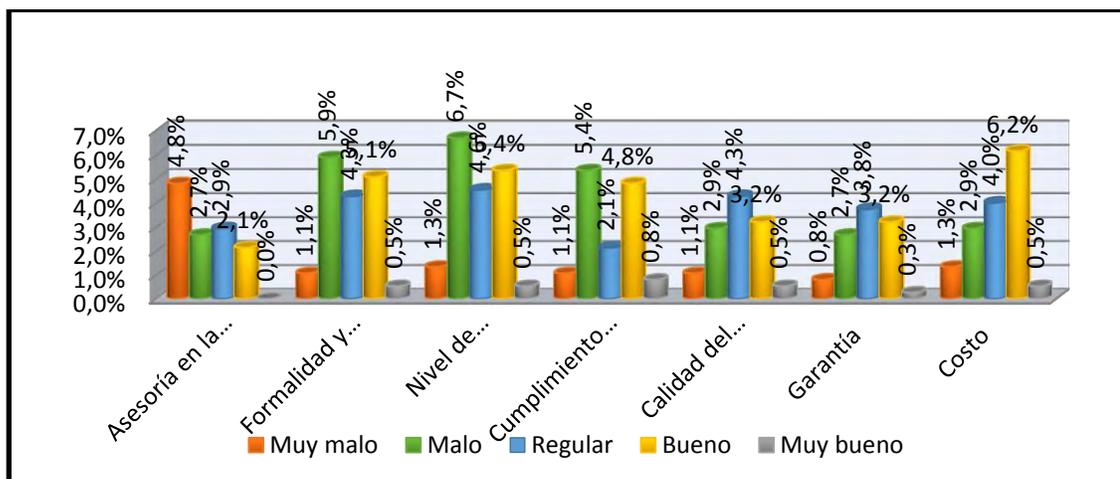
La totalidad de los empresarios les gustaría mirar las obras en 3D antes de invertir.

**Cuadro 16. ¿Cuál es su actual nivel de satisfacción, respecto a la prestación de los servicios de adecuación y mantenimiento de su empresa?**

Factor	Muy malo	Muy malo	Ma lo	Mal o	Reg ular	Regu lar	Bue no	Bue no	Muy bueno	Muy bueno
Asesoría en la planeación	18	4.8%	10	2.7%	11	2.9%	8	2.1%	0	0.0%
Formalidad y claridad del servicio	4	1.1%	22	5.9%	16	4.3%	19	5.1%	2	0.5%
Nivel de confianza que genera el prestador del servicio	5	1.3%	25	6.7%	17	4.6%	20	5.4%	2	0.5%
Cumplimiento de tiempos	4	1.1%	20	5.4%	8	2.1%	18	4.8%	3	0.8%
Calidad del trabajo	4	1.1%	11	2.9%	16	4.3%	12	3.2%	2	0.5%
Garantía	3	0.8%	10	2.7%	14	3.8%	12	3.2%	1	0.3%
Costo	5	1.3%	11	2.9%	15	4.0%	23	6.2%	2	0.5%
<b>total</b>	<b>43</b>	<b>11.5 %</b>	<b>109</b>	<b>29.2 %</b>	<b>97</b>	<b>26.0 %</b>	<b>112</b>	<b>30.0%</b>	<b>12</b>	<b>3.2%</b>

Fuente. Este estudio

**Gráfica 22. Calidad del servicio**



Fuente: Este estudio

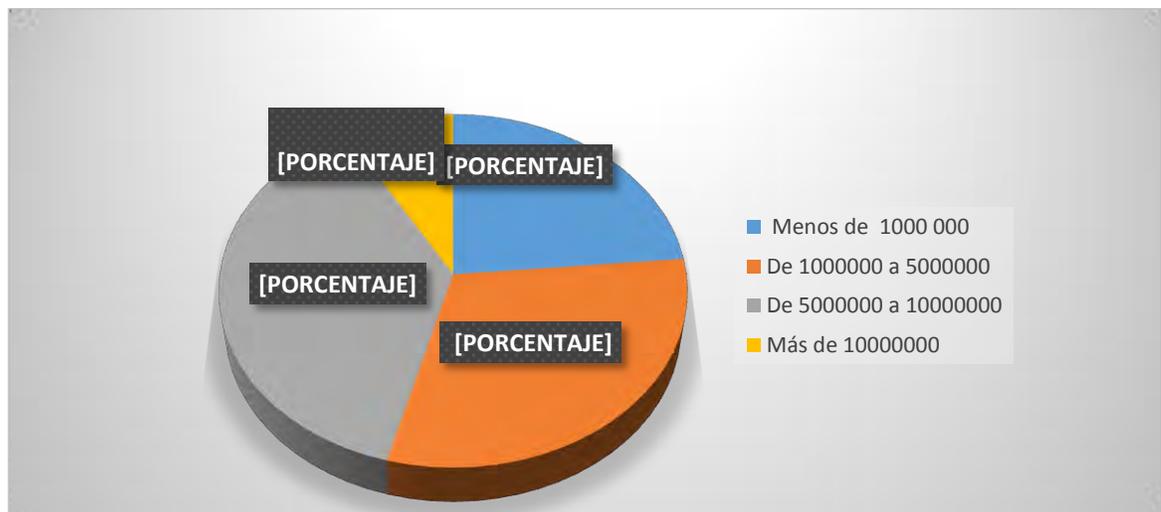
La satisfacción del cliente según los encuestados es buena con un 30%; pero con un 29,2% afirman que la calidad es mala. Dejando claro que en calidad y satisfacción del cliente se puede mejorar mucho.

**Cuadro 17. ¿Cuál es el costo promedio de los servicios anualmente?**

Menos de 1000 000	88
De 1000000 a 5000000	114
De 5000000 a 10000000	140
Más de 10 000 000	31

Fuente. Este estudio

**Grafica 23. Costo promedio de los servicios anualmente**



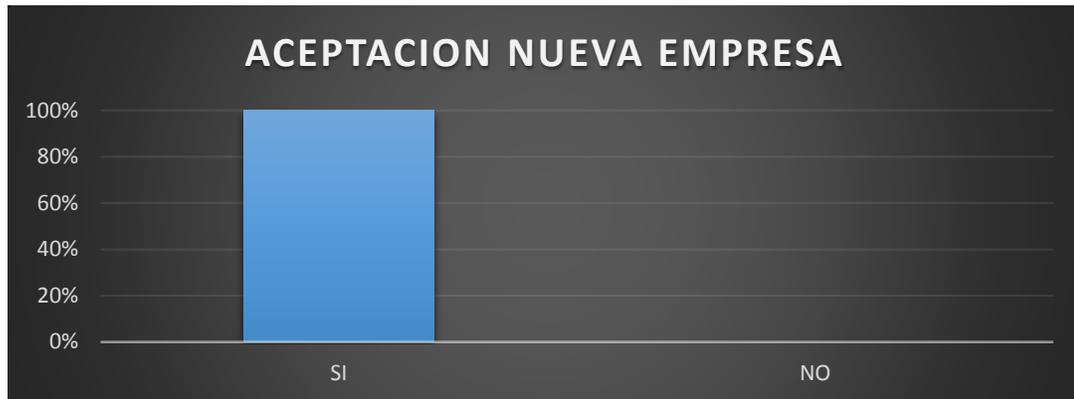
Fuente. Este estudio

El costo promedio de los servicios adquiridos durante un año con 37% es de 5000000 a 10 000 000 de pesos, seguido por el 31% con valor promedio de 1000 000 a 5000000 de pesos, menos de 1000 000 de pesos en promedio esta con el 24% y con más de 10 000 000 está el 8%.

11.¿Le gustaría contar con un proveedor que preste estos servicios con mayor garantía, profesionalismo, responsabilidad, calidad y cumplimiento?

SI\_\_\_NO\_\_\_

**Grafica 24. Aceptación de la empresa**



Fuente. Este estudio

Al 100% le gustaría contar con una nueva empresa que le brinde mayor garantía, profesionalismo, responsabilidad, calidad y cumplimiento.

## **5.7. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Del análisis de las encuestas se concluye que la creación de una empresa dedicada al mantenimiento y adecuación de espacios en la ciudad del Pasto, es importante porque tendría gran aceptación en los hogares de estratos 3 en adelante además las empresas públicas y privadas. Existe demanda real y potencial para brindar servicios integrales de calidad conforme a las especificaciones y necesidades de los clientes.
- Generalmente quien atiende las necesidades de los diferentes servicios son maestros a estratos 2 y 3 personas informales en estrato 1 y 2 y desconocidos quienes no dan ningún tipo de garantía fiable; o personas con diferentes especialidades, incurriendo en inconvenientes, inseguridad, sobrecostos, incumplimiento entre otros.
- Los servicios de mantenimiento y adecuación de espacios tanto en los hogares como en las empresas tienen una frecuencia de mínima de 1 vez y el promedio está en 3 veces al año. Mediante la investigación de mercados, la observación y experiencias previas; decide enfocar la oferta de sus servicios en estratos tres en adelante, debido a la recurrencia en la demanda y a la capacidad de consumo de los servicios de alta calidad que se alinean con los gustos y preferencias de los estratos referenciados.

- Es importante recalcar que hogares de estratos altos como algunas empresas necesitan con más frecuencia los servicios. Además todos los encuestados están dispuestos a adquirir los servicios de una empresa que les de garantía de las obras, además de comodidad al prestar el servicio integralmente al estar todo en un solo lugar.
- Teniendo como referencia el universo de las unidades familiares y empresas. Se determina que la nueva empresa tendrá participación en el mercado con 16500mts2. que corresponden a 11000 mts2 con los servicios de adecuación y construcción; 5500 mts2 con los servicios de mantenimiento.

**Tabla 23. Demanda**

CLIENTES	CONSUMO APARENTE	CONSUMO APARENTE EN UNIDADES	CONSUMO PERCAPITA MTS2	Mts2 PARA ATENDER	PARTICIPACION	PARTICIPACION EN UNIDADES
Unidades Familiares	80%	69233	8	553864	0,02	11077,28
86541						
Empresas	95%	13363	8	106904	0,05	5345,2
14066						
<b>TOTAL</b>						<b>16422,48</b>

Fuente: Este estudio

**Tabla 24. Proyecciones**

Proyección de Ventas (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adecuación y construcción	11000	11500	12025	12577	13156
Mantenimiento	5.500	5.775	6.063	6.367	6.685
Proyección de Ingresos por Ventas					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adecuación y construcción	200.000.000,00	224.217.000,00	251.366.315,45	281.821.263,15	315.949.489,49
Mantenimiento	55.000.000,00	61.659.675,00	69.117.186,87	77.496.587,31	86.875.713,11
<b>Total</b>	<b>255.000.000,00</b>	<b>285.876.675,00</b>	<b>320.483.502,32</b>	<b>359.317.850,46</b>	<b>402.825.202,60</b>

Fuente. Este estudio

## 6. ESTUDIO TECNICO

### 6.1 TAMAÑO

**Según la demanda efectiva:** analizando el estudio de mercado se puede establecer que existe la necesidad insatisfecha e intensión de adquirir los servicios de mantenimiento, construcción y adecuación de espacios integralmente.

**Según los suministros e insumos:** Se puede adquirir los insumos necesarios con facilidad, porque existen muchos oferentes en el mercado no siendo una limitante para el proyecto.

**Según la organización:** Para los procesos administrativos se encuentra personal capacitado, de igual forma para los procesos técnicos y operativos se encuentra personal con gran potencial y experiencia.

**Según el financiamiento:** Financieramente es difícil obtener todo el dinero necesario, se buscara recursos por medio del Fondo Emprender y accediendo a ellos se iniciara a la adquisición de maquinaria, cubrir gastos pre-operativos y capital de trabajo; mientras la empresa inicia a tener ingresos por ventas. Además se estudiara el caso de alianzas estratégicas para efectos de tamaño.

**Según capacidad instalada:** La capacidad instalada esta apta para atender y cubrir el mercado objetivo de Pasto y sus alrededores que necesiten los diferentes servicios.

#### Cuadro 18. Calculo de la demanda y la oferta Demanda:

No hogares	No empresas	Total demanda
86.541	14.066	=100.607

Fuente. Este estudio

La determinación de la demanda, está basada en el número de encuestados que estaría dispuestos adquirir los servicios de adecuación, construcción o manteamiento de espacios.

**Oferta:** La oferta está determinada por los competidores directos que se tendrá en el mercado: Maestros informales, alguien de la casa o de la empresa o empresas que comprenden 82.596 entre hogares y empresas; que a su vez alcanzan a cubrir 660.764 Mts<sup>2</sup> de los cuales se buscara tener participación aproximada entre los servicios del 20% con 19.192mts<sup>2</sup>.

## 6.2 LOCALIZACIÓN

Para la calificación de la matriz de macro localización y micro localización se realizó con el apoyo de un Ingeniero Civil, un Arquitecto, dos maestros especializados y con personal externo con el mismo perfil anterior que cuenta con amplia experiencia en el sector.

**6.2.1 Macro localización.** La empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones se ubicara en la ciudad de San Juan de Pasto capital del departamento de Nariño, al sur occidente colombiano; porque cuenta con las principales oficinas de instituciones públicas y sedes de importantes empresas del país; además de estar cerca a clientes, proveedores y entidades de conveniencia para la empresa

**Tabla 24. Matriz de macro localización**

MATRIZ DE MACROLOCALIZACION							
VARIABLE	PESO ASIGNADO (P)	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION					
		PASTO		IPIALES		TUQUERRES	
		Calificacion (C)	CxP	Calificacion (C)	CxP	Calificacion (C)	CxP
Cercanía con el mercado	0,15	10	1,5	10	1,5	8	1,2
Cercanía con el proveedor	0,15	10	1,5	8	1,2	5	0,75
Disponibilidad de mano de obra calificada	0,1	7	0,7	5	0,5	5	0,5
Accesibilidad y transporte	0,1	8	0,8	6	0,6	5	0,5
Servicio de agua	0,08	9	0,72	6	0,48	3	0,24
Servicio de energia	0,08	9	0,72	6	0,48	3	0,24
Servicio de datos	0,02	8	0,16	6	0,12	4	0,08
Regulaciones medioambientales	0,05	10	0,5	6	0,3	3	0,15
Seguridad	0,14	8	1,12	6	0,84	4	0,56
Servicios bancarios	0,06	10	0,6	8	0,48	6	0,36
Carga impositiva de impuestos	0,05	9	0,45	9	0,45	7	0,35
Clima	0,02	8	0,16	6	0,12	4	0,08
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>8,93</b>		<b>7,07</b>		<b>5,01</b>

Fuente. Este estudio

**6.2.2. Micro localización.** La empresa se ubicara en el centro de la ciudad de San Juan de Pasto capital del departamento de Nariño y sur occidente Colombiano; porque ahí es un punto estratégico para atender de manera eficiente a los clientes, además cuenta a su alrededor con las principales oficinas de organizaciones públicas, privadas, centros comerciales y entidades de conveniencia para la empresa.

Tabla 25. Matriz de micro localización

<b>MATRIZ DE MICROLOCALIZACION</b>							
<b>VARIABLE</b>	<b>PESO ASIGNADO (P)</b>	<b>ALTERNATIVAS DE LOCALIZACION</b>					
		<b>Zona 1 Fatima</b>		<b>Zona 2 Centro</b>		<b>Zona 3 Norte</b>	
		<b>Calificación (C)</b>	<b>CxP</b>	<b>Calificación (C)</b>	<b>CxP</b>	<b>Calificación (C)</b>	<b>CxP</b>
Uso de suelos	0,4	7	2,8	7	2,8	7	2,8
Costos de arrendamiento	0,12	7	0,84	6	0,72	5	0,6
Costos de servicios públicos	0,1	7	0,7	8	0,8	6	0,6
Accesibilidad	0,15	8	1,2	5	0,75	7	1,05
Servicios públicos	0,1	7	0,7	8	0,8	7	0,7
Seguridad	0,13	9	1,17	8	1,04	7	0,91
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>7,41</b>		<b>6,91</b>		<b>6,66</b>

Fuente. Este estudio

### 6.3 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



### 6.4 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

**6.4.1 Descripción del proceso construcción y adecuación de espacios.** Dado el enfoque hacia la satisfacción del cliente y la calidad, para la descripción de los procesos de los Servicios que se ofrece, se contó con la asesoría de un experto con experiencia en certificación de procesos con base en la norma ISO 9001; por lo cual se elaboró una descripción detallada, tal como se registra a continuación:

**Cuadro 19. Proceso: construcción y adecuación de espacios**

<b>Proceso: CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIÓN DE ESPACIOS</b>	
<b>OBJETIVO:</b>	Adequar y/o construir los espacios familiares o comerciales que lo requieran, garantizando la satisfacción del Cliente, con responsabilidad, cumplimiento y calidez humana.
<b>ALCANCE:</b>	Desde la asignación de la obra, hasta la entrega a satisfacción.
<b>RESPONSABLE:</b>	Jefe de Obra – Maestro de Obra
<b>REQUISITOS LEGALES:</b>	-Código de Comercio -ISO 9001 – Sistemas de Gestión de Calidad -ISO 18001 – Sistemas de Gestión en Seguridad y Salud ocupacional. (Ver Listado Maestro de Documentos Externos)

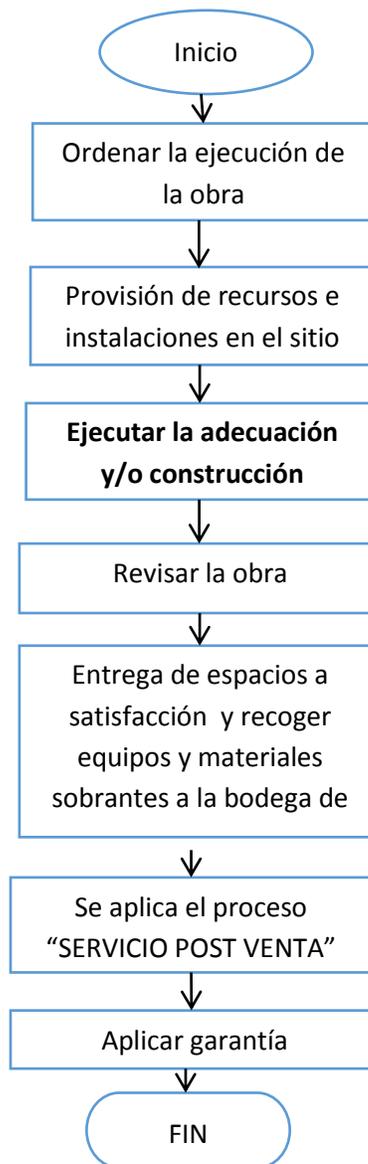
<b>RECURSOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Talento Humano</li> <li>-Equipos y herramienta de trabajo</li> <li>-Información de la Obra requerida</li> <li>-Materiales para Obra</li> <li>-Elementos de Protección</li> <li>-Recursos Financieros</li> </ul>			
<b>PROVEEDORES</b>		<b>ENTRADAS (INSUMOS)</b>		
Proceso de Mercadeo - Personas Naturales o Jurídicas		Necesidad de adecuación y/o construcción		
Jefe de Obra		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrato de Obra</li> <li>• Cronograma de Trabajo</li> <li>• Uso de equipos, herramientas y materiales</li> </ul>		
<b>SALIDAS (RESULTADOS)</b>		<b>CLIENTE</b>		
•Adecuación y mantenimiento de espacios		• Personas naturales o Jurídicas que contraten el servicio.		
<b>DOCUMENTOS DE REFERENCIA:</b>		<b>REGISTROS QUE SE GENERAN:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de Calidad</li> <li>• Programa de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial</li> <li>• Contrato de Obra(Ver Listado Maestro de Documentos internos</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronograma de Trabajo</li> <li>• Cronograma de Seguimiento a Obras</li> <li>• Uso de equipos, herramientas y materiales</li> <li>• Recibo de satisfacción (ver listado maestro de registros)</li> </ul>		
<b>PARAMETROS DE MEDICIÓN</b>				
<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>		<b>FORMULA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	
Oportunidad en el cumplimiento del Cronograma de Trabajo		Promedio (Fecha programada para entrega – Fecha real de entrega)	Trimestral	
Nivel de satisfacción		Promedio de Promedios del nivel de satisfacción por obra.	Trimestral	
<b>DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES</b>				
<b>Nº</b>	<b>PHVA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>REGISTRO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
		<b>INICIO</b>		
1.	P	<b>Ordenar la ejecución de la obra.</b> Se entrega una copia del Cronograma de Trabajo al Maestro responsable y se firma la original.	Cronograma de Trabajo	Jefe de Obra

2.	H	<b>Provisión de Recursos</b> Se empalma con el proceso: GESTIÓN DE RECURSOS FÍSICOS e implica: - Retiro de equipos y materiales de Almacén. - Entrega de materiales a Maestro de Obra.	Uso de equipos, herramientas y materiales	Jefe de Obra / Maestro de Obra
3.	H	<b>Instalación en el sitio de trabajo:</b> Pasos: - Presentación del equipo de trabajo al contratante - Instalación de equipos –cuando se lo requiera-	Cronograma de Trabajo	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
4.	H	<b>Ejecutar la adecuación y/o construcción requerida</b> Al final de cada día o de cada obra se debe registrar el cumplimiento o incumplimiento de la meta propuesta y las observaciones a las que haya lugar.	Cronograma de Trabajo	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
5.	V	<b>Revisar la obra</b> La revisión será aleatoria, para revisar el cumplimiento de horarios, del cronograma de trabajo y el uso de la protección. Una vez se cuente con el visto bueno, se continua el procedimiento. Cuando se identifique incumplimiento de un factor se registrará la observación, para la posterior toma de decisiones.	Cronograma de Trabajo	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
6.	V- A	<b>Entregar espacios a satisfacción</b> Se entrega el espacio, diligenciando el nivel de satisfacción que le ha generado. En los casos en que haya observaciones por parte del Cliente, se registrará la novedad y se dará solución inmediata. La labor del Coordinador es revisar y registrar la actividad. Programar la fecha de seguimiento de postventa.	Recibido a Satisfacción	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
7.	H	<b>Recoger equipos y materiales sobrantes y llevarlos a la bodega de la empresa</b> El lugar debe quedar completamente aseado, dispuesto para el uso del inmueble. La labor del Coordinador es revisar y registrar la actividad.	Uso de equipos, herramientas y materiales	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
8.	V	<b>Se aplica el proceso de “SERVICIO POSTVENTA”</b> Se hace seguimiento al nivel de satisfacción en la fecha programada, de Acuerdo al tipo de trabajo desarrollado.	Recibido a Satisfacción	-Jefe de Obra

9.	A	<b>Aplicar garantía</b> Cuando por iniciativa del Cliente, o por seguimiento de la empresa se identifique la necesidad, se requiere al responsable, complementar el trabajo realizado.	Cronograma de Trabajo	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
		<b>FIN</b>		

Fuente. Este estudio

#### 6.4.2 Flujo grama de proceso de adecuación y/o construcción.



**Cuadro 20. Descripción del proceso de mantenimiento de espacios físicos.**

	Proceso: MANTENIMIENTO DE ESPACIOS FÍSICOS	
<b>OBJETIVO:</b>	Prestar un servicio de mantenimiento de espacios familiares o comerciales, garantizando la satisfacción del Cliente.	
<b>ALCANCE:</b>	Desde la asignación de la obra, hasta la entrega	
<b>RESPONSABLE:</b>	Jefe de Obra – Maestro	
<b>REQUISITOS LEGALES:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Comercio</li> <li>• ISO 9001 – Sistemas de Gestión de Calidad</li> <li>• ISO 18001 – Sistemas de Gestión en Seguridad y Salud ocupacional.</li> </ul> <i>(Ver Listado Maestro de Documentos Externos)</i>	
<b>RECURSOS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talento Humano</li> <li>• Equipos y herramienta de trabajo</li> <li>• Información de la Obra requerida</li> <li>• Materiales para Obra</li> <li>• Elementos de Protección</li> </ul> <i>Recursos Financieros</i>	
<b>PROVEEDORES</b>		<b>ENTRADAS (INSUMOS)</b>
Proceso de Mercadeo- Personas Naturales o	Necesidad de mantenimiento de espacios	
Jefe de Obra	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden de prestación de servicios</li> <li>• Cronograma de Trabajo</li> <li>• Uso de equipos, herramientas y materiales</li> </ul>	
<b>SALIDAS</b>		<b>CLIENTE</b>
• Adecuación y mantenimiento de	• Personas naturales o Jurídicas que contraten el servicio.	
<b>DOCUMENTOS</b>		<b>DE REGISTROS QUE SE GENERAN:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de Calidad</li> <li>• Programa de Salud Ocupacional y Seguridad Industrial</li> <li>• Contrato de Obra</li> </ul> <i>(Ver Listado Maestro de Documentos Internos )</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronograma de Trabajo</li> <li>• Cronograma de Seguimiento a Obras</li> <li>• Uso de equipos, herramientas y materiales</li> <li>• Recibido a Satisfacción</li> </ul> <i>(Ver Listado Maestro de Registros )</i>	

Fuente. Este estudio

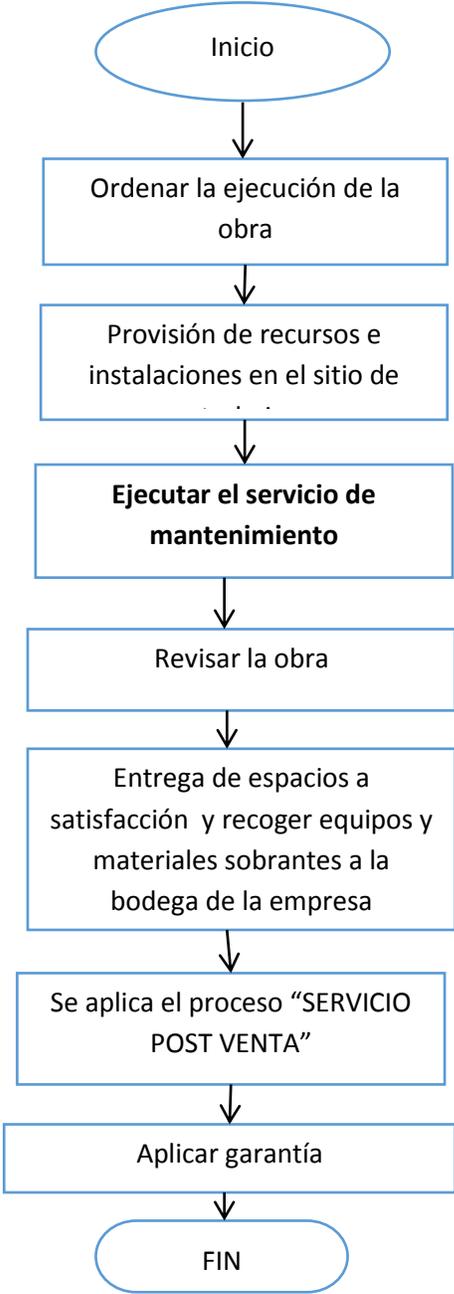
**Cuadro 21. Parámetros de medición**

<b>PARAMETROS DE MEDICIÓN</b>				
<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>		<b>FORMULA</b>		<b>FRECUENCIA</b>
Oportunidad en cumplimiento del Cronograma de Trabajo		Promedio (Fecha programada para entrega – Fecha real de entrega)		Trimestral
Nivel de satisfacción		Promedio de Promedios del nivel de satisfacción por		Trimestral
<b>DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES</b>				
<b>Nº</b>	<b>PHVA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>REGISTRO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
		INICIO		
10	<b>P</b>	<b>Ordenar la ejecución de la obra</b> Se entrega una copia del Cronograma de Trabajo al Maestro responsable y se firma la original.	Cronograma de Trabajo	Jefe de Obra
11	<b>H</b>	<b>Provisión de Recursos</b> Se empalma con el proceso: GESTIÓN DE RECURSOS FÍSICOS e implica: - Retiro de equipos y materiales de Almacén. - Entrega de materiales a Maestro de Obra	Uso de equipos, herramientas y materiales	Jefe de Obra / Maestro de Obra
12	<b>H</b>	<b>Instalación en el sitio de trabajo:</b> Pasos: - Presentación del equipo de trabajo al contratante - Instalación de equipos—cuando se lo requiera. - Presentar observaciones al contratante —cuando se lo requiera-.	Cronograma de Trabajo	- Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
13	<b>H</b>	<b>Ejecutar el mantenimiento requerido</b> Al final de cada día o de cada obra se debe registrar el cumplimiento o incumplimiento de la meta propuesta y las observaciones a las que haya lugar.	Cronograma de Trabajo	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
14	<b>V</b>	<b>Revisar la obra</b> La revisión será aleatoria, para revisar el cumplimiento de horarios, del cronograma de trabajo y el uso de la protección. Una vez se cuente con el visto bueno, se continua el procedimiento. Cuando se identifique incumplimiento de un factor se registrará la observación, para la posterior toma de decisiones.	Cronograma de Trabajo	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante

15.	V- A	<b>Entregar espacios a satisfacción</b> Se entrega el espacio, diligenciando el nivel de satisfacción que le ha generado. En los casos en que haya observaciones por parte del Cliente, se registrará la novedad y se dará solución inmediata. La labor del Coordinador es revisar y registrar la actividad. Programar la fecha de seguimiento de postventa.	Recibido a Satisfacción	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
16.	H	<b>Recoger equipos y materiales sobrantes y llevarlos a la bodega de la empresa.</b> El lugar debe quedar completamente aseado, dispuesto para el uso del inmueble. La labor del Coordinador es revisar y registrar la actividad.	Uso de equipos, herramientas y materiales	-Jefe de Obra -Maestro de Obra-Ayudante
17.	V	<b>Se aplica el proceso de "SERVICIO POSTVENTA"</b> Se hace seguimiento al nivel de satisfacción en la fecha programada, de acuerdo al tipo de trabajo desarrollado.	Recibido a Satisfacción	-Jefe de Obra
18.	A	<b>Aplicar garantía</b> Cuando por iniciativa del Cliente, o por seguimiento de la empresa se identifique la necesidad se requiere al responsable, Complementar el trabajo realizado.	Cronograma de Trabajo	-Jefe de Obra -Maestro de Obra -Ayudante
		FIN		

Fuente. Este estudio

### 6.4.3 Flujograma de proceso de mantenimiento



**6.4.4 Necesidades y Requerimientos.** En los siguientes cuadros se describe las necesidades y requerimientos que se precisan para desarrollar el proyecto y poder prestar el servicio, así mismo, la justificación de cada uno. Se quiere dejar en claro que cada uno es indispensable para poder desarrollar la actividad económica con éxito, es decir, su asignación se hizo con criterio técnico.

**Tabla 26. Maquinaria y equipos**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>UNI.</b>	<b>CANT.</b>	<b>PRECIO</b>	<b>TOTAL</b>
Plotter para impresión de planos	Unidad	1	6,000,000.00	6,000,000.00
Maquina circular( mandril y motor)	Unidad	2	1,000,000.00	2,000,000.00
Taladro industrial	Unidad	2	800,000.00	1,600,000.00
Acolilladora	Unidad	4	1,200,000.00	4,800,000.00
Taladros	Unidad	4	500,000.00	2,000,000.00
Pulidora	Unidad	4	400,000.00	1,600,000.00
Pulidora portátil	Unidad	4	200,000.00	800,000.00
Cepillo N°6	Unidad	2	200,000.00	400,000.00
Cepillo N°4	Unidad	2	200,000.00	400,000.00
Cortadora radial	Unidad	2	200,000.00	400,000.00
Maquina sinfín	Unidad	1	2,000,000.00	2,000,000.00
Compresor 200 lbs	Unidad	2	3,000,000.00	6,000,000.00
Compresor portátil	Unidad	2	500,000.00	1,000,000.00
Pistola para compresor	Unidad	4	80,000.00	320,000.00
Manguera para compresor (metros)	Unidad	20	2,000.00	40,000.00
Acoples	Unidad	8	10,000.00	80,000.00
Cepilladora	Unidad	1	3,000,000.00	3,000,000.00
Canteadora	Unidad	1	3,000,000.00	3,000,000.00
Ruteadora	Unidad	2	800,000.00	1,600,000.00
Caladora	Unidad	2	250,000.00	500,000.00
Martillos	Unidad	4	20,000.00	80,000.00
Escuadras	Unidad	4	10,000.00	40,000.00
Escuadras falsas	Unidad	4	10,000.00	40,000.00
Destornilladores	Unidad	4	8,000.00	32,000.00
Juego de brocas muro	Unidad	4	20,000.00	80,000.00
Juego de brocas madera	Unidad	4	20,000.00	80,000.00
Juego de brocas hierro	Unidad	4	20,000.00	80,000.00
Juego de fresas	Unidad	2	200,000.00	400,000.00
Juego de copas cierras	Unidad	4	20,000.00	80,000.00
Copa cierras grande	Unidad	4	50,000.00	200,000.00
Formones	Unidad	4	10,000.00	40,000.00
<b>Subtotal</b>				<b>38,692,000.00</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 27. Muebles y enseres**

<b>Muebles y enseres</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>precio</b>	<b>total</b>
Sillas giratorias	unidad	4	150,000	600,000
Sillas fijas	unidad	6	150,000	900,000
Escritorios	unidad	5	500,000	2,500,000
Archivador vertical	unidad	2	500,000	1,000,000
Mesa juntas	unidad	1	500,000	500,000
<b>Subtotal</b>				<b>5,500,000</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 28. Equipos de oficina**

<b>Equipos de oficina</b>	<b>unidad</b>	<b>cantidad</b>	<b>precio</b>	<b>total</b>
Computadores mesa	unidad	3	2,000,000	6,000,000
Impresora multifuncional	unidad	1	800,000	800,000
Tablet	unidad	1	2,000,000	2,000,000
Televisor led 42"	unidad	1	3,000,000	3,000,000
Teléfono fijo	unidad	1	100,000	100,000
Teléfono celular	unidad	6	100,000	600,000
Cámara fotográfica	unidad	2	500,000	1,000,000
Licencias de software de diseño	unidad	1	3,500,000	3,500,000
<b>Subtotal</b>				<b>17,000,000</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 29. Mano de obra requerida**

Cargo (2)	Salario Mensual unitario	Prestaciones sociales, parafiscales y aportes sociales mensuales	Total año 1	año 1 proyectado	año 2 proyectado	año 3 proyectado	año 4 proyectado	año 5 proyectado
Maestro1	1.200.000	540.000	20.880.000	22.293.576	23.802.851	25.414.304	27.134.853	28.971.882
Maestro 2	1.200.000	540.000	20.880.000	22.293.576	23.802.851	25.414.304	27.134.853	28.971.882
Ayudante1	689.454	310.254	11.996.500	12.808.663	13.675.809	14.601.661	15.590.194	16.645.650
ayudante 2	689.454	310.254	11.996.500	12.808.663	13.675.809	14.601.661	15.590.194	16.645.650
Coordinador de servicios	1.200.000	540.000	20.880.000	22.293.576	23.802.851	25.414.304	27.134.853	28.971.882
Arquitecto	1.000.000	0	12.000.000	12.812.400	13.679.799	14.605.922	15.594.743	16.650.507
<b>Total</b>		<b>2.240.509</b>	<b>2.240.509</b>	<b>105.310.453</b>	<b>112.439.971</b>	<b>120.052.157</b>	<b>128.179.688</b>	<b>136.857.453</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 30. Inversiones Diferidas**

<b>13. Inversion diferidas</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Permisos y Licencias	1.000.000
Adecuación de Instalaciones	10.500.000
Registro Mercantil	200.000
Uso de Suelos	100.000
<b>TOTAL</b>	<b>11800000</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 31. Gastos administrativos**

Rubro	Vr. Mensual	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
Cargos por servicios bancarios	60.000	720.000	768.744	820.788	876.355	935.685
Gastos de papelería	80.000	960.000	1.024.992	1.094.384	1.168.474	1.247.579
Gastos de cafetería y aseo	60.000	720.000	768.744	820.788	876.355	935.685
Servicios públicos	300.000	3.600.000	3.843.720	4.103.940	4.381.777	4.678.423
Implementación plan ambiental	75.000	900.000	960.930	1.025.985	1.095.444	1.169.606
Arrendamientos	800.000	9.600.000	10.249.920	10.943.840	11.684.738	12.475.794
<b>TOTAL</b>	<b>1.375.000</b>	<b>16.500.000</b>	<b>17.617.050</b>	<b>18.809.724</b>	<b>20.083.143</b>	<b>21.442.771</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 32. Gastos de ventas**

Rubro	Vr. Mensual	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
Publicidad	400.000	4.800.000	5.124.960	5.471.920	5.842.369	6.237.897
Página Web - Mantenimiento y Actualización	100.000	1.200.000	1.281.240	1.367.980	1.460.592	1.559.474
<b>TOTAL</b>	<b>500.000</b>	<b>6.000.000</b>	<b>6.406.200</b>	<b>6.839.900</b>	<b>7.302.961</b>	<b>7.797.371</b>

Fuente. Este estudio

## 7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 7.1 CONSTITUCIÓN LEGAL

**7.1.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales.** Como se ha expuesto en el plan de negocios el servicio se viene presentado de manera informal, por ello para la constitución de la empresa se efectuará mediante documento privado (acta de constitución), posteriormente, se cancelará derechos en la Gobernación de Nariño y se llevará los documentos a la Cámara de Comercio, después a la DIAN y a la Oficina de Industria y Comercio del Municipio, se solicita permiso para el uso de suelos, solicitud la resolución de facturación a la DIAN, Sayco y Acinpro, Bomberos Voluntarios y demás tramites que se necesitan para el normal desarrollo de las actividades.

#### CLASIFICACIÓN

**Por sector económico**

Construcción

**Por tamaño**

Microempresa (no excede de los 10 trabajadores, ni de los activos)

**Por origen del capital**

Privado

**Por la explotación y conformación del capital**

Locales

**Por el pago de impuestos**

Régimen común

- Impuesto de renta y complementario régimen ordinario
- Retención en la fuente a título de renta.
- Retención en la fuente en el impuesto sobre las ventas
- Ventas régimen común.
- Información Exógena.
- Industria y comercio

**Por el número de propietarios**

Sociedad por acciones simplificadas SAS

**Por la función social**

Con ánimo de lucro

## Aspectos legales:

### Formalización

- Ley 1258 DE 2008, que regula las Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S. Esta norma contiene los siguientes capítulos: capítulo I. Disposiciones generales; capítulo II. Constitución y prueba de la sociedad; capítulo III. Reglas especiales sobre el capital y las acciones; capítulo IV. Organización de la sociedad; capítulo V. reformas estatutarias y reorganización de la sociedad; Capítulo VI. Disolución y liquidación
- Ley 1429 de 2010, ley del primer empleo, la cual permite disminuir pagos ante cámara de comercio y pago de impuestos tributarios. Esta norma describe los siguientes capítulos: Título I, normas generales; Título II, incentivos para la formalización empresarial; Título III, incentivos para la generación de empleo y formalización laboral en los sectores rural y urbano; Título IV, simplificación de trámites para facilitar la formalización; y Título VI, sistema nacional de información sobre demanda de empleo.
- Decreto 410 de 1971, código del comercio de Colombia que regula las relaciones comerciales en el país; que se despliega de la siguiente manera: libro primero, de los comerciantes y de los asuntos de comercio; libro segundo, de las sociedades comerciales; libro tercero, de los bienes mercantiles; libro cuarto, de los contratos y obligaciones mercantiles; libro quinto, de la navegación; y libro sexto, procedimientos.  
Regula las relaciones comerciales en el país

**Laboral:** Código Sustantivo Del Trabajo, con sus modificaciones, ordenada por el artículo 46 del Decreto Ley 3743 de 1950, la cual fue publicada en el Diario Oficial No 27.622, del 7 de junio de 1951, compilando los Decretos 2663 y 3743 de 1950 y 905 de 1951

Logra justicia social en la relación empleador y trabajador, manteniendo una coordinación económica y un equilibrio social.

**Seguridad social:** Ley 100 de 1.993, con la cual se regula todo o del sistema de seguridad social integral.

Los cuales son procedimientos que disfrutan la sociedad para tener una mejor calidad de vida dando cumplimiento a los planes y programas del estado.

**Tributaria:** Ley 1607 de 2012, con la cual se hace la reforma tributaria para la declaración de impuestos.

Aclarando temas para la declaración de renta para personas jurídicas, pago de aportes parafiscales IVA etc.

**Financiación de recursos:** Ley 789 de 2002, Capítulo 2 artículo 2 subsidio al empleo para pequeña y mediana empresa

Se crea este subsidio con el fin de generar puestos de trabajo a través del emprendimiento y la innovación disminuyendo el desempleo significativamente.

Art 40 de la ley 189 del 2002 con la cual se crea Fondo Emprender como fuente independiente y especial al servicio de aprendizaje SENA donde su principal propósito es financiar la creación de empresa

**Técnicas:** Decreto 2090 de 1989 Honorarios Arquitectos e Ingenieros.

Resolución No.02413 de mayo 22 de 1979 Reglamento de higiene y seguridad para la industria de la construcción, cuyo contenido es: Aspectos generales de la Construcción, Aspectos Médicos y Paramédicos, Habilitación, Ocupacional, Organización del programa de Salud Ocupacional, Obligaciones de los trabajadores, De los Campamentos Provisionales, De las Excavaciones, De los Andamios, Medidas para disminuir altura de libre caída, Escaleras, De la Demolición y Remoción de escombros, Protección para el público aceras, Explosivos, Medidas de Seguridad, Quemaduras, Vibraciones, ruido, Maquinaria Pesada, De las Herramientas Manuales, De la Ergonomía en la Construcción, de los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad, Equipos de Protección Personal Cinturones de Seguridad, Herrajes, Cascos de Seguridad, Otros Elementos de Protección Personal: Guantes para Trabajo en General, Botas de Seguridad, Primeros Auxilios, el trabajador menor en la construcción y Sanciones.

- Resolución No. 02400 de mayo 22 de 1979 Normas sobre vivienda, higiene y seguridad en los establecimientos de trabajo. Dicha Resolución contiene los siguientes títulos o apartados: Disposiciones Generales, Campo de Aplicación, Obligaciones de los Patronos, Obligaciones de los Trabajadores, De los inmuebles destinados a establecimientos de trabajo, Edificios y locales, Servicios de Higiene, Servicios permanentes, De la higiene en los lugares de trabajo. Orden y limpieza, Evacuación de residuos o desechos, De los campamentos de los trabajadores, Normas generales sobre riesgos establecimientos de trabajo: De la temperatura, humedad y calefacción, De la ventilación, De la iluminación, De los ruidos y vibraciones, De las radiaciones ionizantes, Radiaciones no ionizantes: ultravioleta, infrarroja y radiofrecuencia, De la electricidad, Alterna, Continua y Estática, De las Concentraciones Máximas Permisibles, Contaminación Ambiental, De las Substancias Infecciosas y Tóxicas, De las Substancias Inflamables y Explosivas, De la ropa de trabajo - Equipos y elementos de protección, De la ropa de trabajo, De los equipos y elementos de protección, De los colores de seguridad, Código de

colores, De la prevención y extinción de Incendios, De la prevención de Incendios, De la extinción de Incendios, De los explosivos, Del Manejo de los Explosivos, Del Transporte de los Explosivos, De los Locales Destinados a Polvorines, De los Barrenos y Voladuras, De las Máquinas-Equipos y Aparatos en General, De las Máquinas- Herramientas y Máquinas Industriales, De los Equipos-Tanques y Recipientes de almacenamiento, De las Tuberías y conductos, De las herramientas en general, De las Herramientas de Mano, De las Herramientas de Fuerza Motriz, Del manejo y transporte de materiales, Del Manejo y Transporte Manual de Materiales, Del Manejo y Transporte Mecánico de Materiales, De las Instalaciones Industriales Operaciones y Procesos, De los generadores de vapor, De los recipientes y tuberías sometidos a presión, De los cilindros para gases comprimidos, De los hornos y secadores, De la soldadura eléctrica autógena y corte de metales, De los trabajos en aire comprimido, De los trabajos de pintura a presión, De la Construcción, De la Demolición y Remoción de Escombros, De las Excavaciones, De los Andamios y Escaleras, De los Túneles y Trabajos Subterráneos, De las Canteras y Trituración, Del trabajo de Mujeres y Menores, Disposiciones Finales.

- Resolución 08321 de agosto 4 de 1983, Normas sobre protección y conservación de la audición, de la salud y bienestar de personas. El cual contiene como principales elementos, los siguientes: Capítulo II, Del Ruido Ambiental Y Sus Métodos De Medición; Capítulo III, Normas Generales De Emisión De Ruido Para Fuentes Emisoras; Capítulo IV, Normas Especiales De Emisión De Ruido Para Algunas Fuentes Emisoras; Capítulo V, Protección Y Conservación De La Audición, Por La Emisión De Ruido En Los Lugares De Trabajo.
- NTC 4595 Ingeniería y Arquitectura, planeamiento y diseño de instalaciones y ambientes escolares; planeamiento general; clasificación de los ambientes; requisitos especiales de accesibilidad; las instalaciones técnicas; la comodidad y la seguridad.
- Resolución 1409 de 2012 – Reglamenta el Trabajo en Altura. En el que se especifica los requisitos para la formulación y ejecución del programa de prevención y protección contra caídas de alturas.

## **7.2 ESTATUTO TRIBUTARIO**

**ARTICULO 476. SERVICIOS EXCLUIDOS DEL IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS.**

Artículo 50. Los numerales 4, 6, 8 y 15 del artículo 476 del Estatuto Tributario

Los servicios públicos de energía, acueducto y alcantarillado, aseo público, recolección de basuras y gas domiciliario, ya sea conducido por tubería o distribuido en cilindros. En el caso del servicio telefónico local, se excluyen del impuesto los primeros trescientos veinticinco (325) minutos mensuales del servicio telefónico local facturado a los usuarios de los estratos 1 y 2 y el servicio telefónico prestado desde teléfonos públicos.

## **7.3 PLATAFORMA ESTRATEGICA**

**7.3.1 Misión.** Somos un equipo de profesionales que brindamos soluciones integrales de adecuación y mantenimiento a los espacios físicos de su hogar y empresas, basados en la responsabilidad y el mejoramiento continuo de la eficacia y la calidez humana en la prestación de servicios.

**7.3.2 Visión.** Para el año 2020 Ser el mejor equipo de trabajo dedicado a la adecuación y mantenimiento de espacios físicos, en el Departamento de Nariño.

**7.3.3 Valores corporativos.** Con el ánimo de afianzar el desarrollo de las estrategias organizacionales, el equipo de trabajo que integra la empresa, aplicará los siguientes valores corporativos, en sus labores cotidianas, en las relaciones internas y externas, y en la resolución de conflictos:

**Calidad y Cumplimiento:** Este valor permite que los procesos organizacionales se lleven a cabo de acuerdo a las expectativas de los Clientes, y se logre una importante diferenciación frente a la competencia.

**Lealtad y confianza:** Con los clientes, los proveedores y al interior del equipo de trabajo, puesto que estos conceptos fundamentan las relaciones mutuamente beneficiosas de éxito.

**Cooperación - Trabajo en Equipo:** Compartir una visión y articular conocimientos y experiencias, viabiliza el desarrollo de las mejores estrategias al servicio de los clientes y la sociedad.

**Excelente actitud, Respeto y Cortesía:** El talento humano de la empresa demuestra una excelente actitud, respeto y cortesía en la interacción con los clientes, los proveedores y el equipo de trabajo.

**Perseverancia:** La persistencia estratégica posibilita la mejora continua de la satisfacción de los clientes y el cumplimiento de la visión del equipo de trabajo.

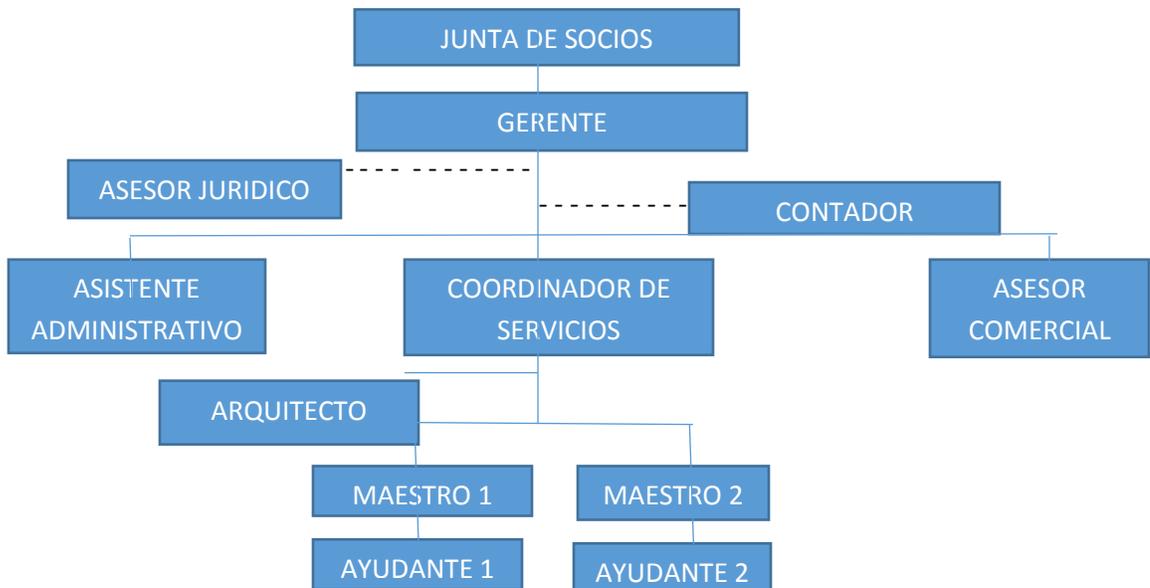
## 7.4 POLÍTICAS

**7.4.1 Política de calidad.** La empresa está comprometida en dar completa solución a las adecuaciones y mantenimientos de espacios físicos de hogares y empresas, garantizando la satisfacción de los clientes, basados en el trabajo consiente y el mejoramiento continuo de la eficacia y calidez humana en la prestación de servicios.

- **Objetivos de calidad:**

1. Mantener altos niveles de satisfacción del Cliente.
2. incrementar permanentemente la cobertura y el portafolio de servicios.
3. Brindar bienestar al talento humano vinculado a nuestra empresa.
4. Fortalecer continuamente la infraestructura.
5. Aplicar políticas de seguridad industrial y responsabilidad social.

## 7.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



## 7.6 MANUAL DE FUNCIONES Y COMPETENCIAS

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código: Pagina: 1 de 1 Versión: 1
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Vigente a Partir de: 2015-04-11
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	GERENTE	
<b>Área:</b>	GERENCIA GENERAL	
<b>Numero de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	JUNTA DE SOCIOS	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>	
Formación en gestión empresarial. Conocimientos del sector de la empresa. Manejo de Software financieros y administrativos	Dos años de experiencia en el área administrativa. Experiencias en otras empresas de construcción	
<b>COMPETENCIAS</b>		
LIDERZAGO	<p>Mantener a sus colaboradores motivados. Fomentar la comunicación clara, directa y concreta. Constituir y mantiene grupos de trabajo con un desempeño conforme a los estándares. Promover la eficacia del equipo. Generar un clima positivo y de seguridad en sus colaboradores. Fomenta la participación de todos en los procesos de reflexión y de toma de decisiones. Unifica esfuerzos hacia objetivos y metas institucionales.</p>	

<p>PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS</p>	<p>Identifica en todas las actividades de la empresa oportunidades, debilidades ,fortalezas y amaenazas de mejoramiento e innovacion.  Proyecta o viisualiza con claridad las metas y como conseguirlas.  Establece las acciones para llevar a cabo el logro de objetivos organizacionales</p>
<p>PLANEACION</p>	<p>Anticipa situaciones y escenarios futuros con acierto.  Establece objetivos claros y concisos, estructurados y coherentes con las metas organizacionales.  Traduce los objetivos</p>
<p>TOMA DE DECISIONES</p>	<p>Busca soluciones a los problemas.  Distribuye el tiempo con eficiencia.  Establece planes alternativos de acción.</p>
<p>DIRECCION Y DESARROLLO DE PERSONAL</p>	<p>Aporta sugerencias, ideas y opiniones.  Expresa expectativas positivas del equipo o delos miembros del mismo.  Planifica las propias acciones teniendo en cuenta la repercusión de las mismas para la consecución de los objetivos grupales.  Establece diálogo directo con los miembros del equipo que permita compartir información e ideas en condiciones de respeto y cordialidad.  Respeto criterios dispares y distintas opiniones del equipo</p>
<p>CONOCIMIENTO DEL ENTORNO</p>	<p>Es consciente de las condiciones específicas del entorno organizacional.  Está al día en los acontecimientos claves del sector y del Estado.  Identifica las fuerzas políticas que afectan la organización y las posibles alianzas para cumplir con los propósitos organizacionales.</p>

<b>FUNCION GENERAL</b>	
<p>Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la empresa, así como resolver los asuntos que requieran su intervención.</p>	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representar legal y públicamente a la empresa.</li> <li>2. Liderar el Sistema de Gestión de Calidad</li> <li>3. Planear y ejecutar la efectiva implementación del Sistema de Gestión de Calidad.</li> <li>4. Elaborar el Plan Estratégico de la empresa</li> <li>5. Elaborar el Plan Estratégico de Mercadeo.</li> <li>6. Diseñar Estrategias, Procesos, Procedimientos y Formatos.</li> <li>7. Organizar adecuadamente los sistemas requeridos para la contabilización, pagos, anejo de Nómina, y demás operaciones de la sociedad.</li> <li>8. Supervisar y apoyar el desarrollo del Plan Estratégico de Mercadeo</li> <li>9. Dirigir la gestión del conocimiento de la empresa.</li> <li>10. Evaluar y tomar decisiones para mejorar continuamente los procesos organizacionales.</li> <li>11. Gestionar Recursos para la Empresa.</li> <li>12. Certificar conjuntamente con el contador de la compañía los estados financieros en el caso de ser dicha certificación exigida por las normas legales.</li> <li>13. Aplicar el código de ética en todas sus labores.</li> <li>14. Conservar y diligenciar con pulcritud los documentos registros que se requieran de acuerdo a su cargo.</li> </ol>	
<b>LINEAS DE AUTORIDAD</b>	
<b>SUPERIOR</b>	Junta de socios
<b>INFERIOR</b>	Coordinador administrativo Asesor comercial Asesor contable Arquitecto Asesor comercial Maestro de Obra Ayudante

<b>NIVELES DE COORDINACION</b>	
<b>INTERNO</b>	Gerente de servicio Auxiliar administrativo Asesor contable Auxiliar de arquitectura Asesor comercial Maestro de Obra Ayudante
<b>EXTERNO</b>	

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código:
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Pagina: 1 de 1
		Versión: 1
		Vigente a Partir de: 2015-04-11

<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	
---------------------------------	--

<b>Nombre del cargo:</b>	COORDINADOR ADMINISTRATIVO
<b>Área:</b>	OPERATIVA
<b>Numero de cargos</b>	UNO (1)
<b>Reporta a:</b>	GERENTE

<b>REQUISITOS MINIMOS</b>	
---------------------------	--

<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>
Profesional en Arquitectura o Áreas afines. Conocimientos técnicos de los procesos y normas de construcción y su calidad de obra Interpretación de planos y presupuesto. Manejo de Personal. Conocimientos en sistemas informáticos.	Dos años de experiencia en el área. Experiencia en la administración, organización, coordinación y ejecución de obra.

<b>COMPETENCIAS</b>	
---------------------	--

<b>LIDERZAGO EN GRUPO</b>	Establece los objetivos del grupo de forma clara y equilibrada. Asegura que los integrantes del grupo compartan planes, programas y proyectos institucionales. Orienta y coordina el trabajo del grupo para la identificación de planes y actividades a seguir.
---------------------------	---

	Facilita la colaboración con otras áreas y dependencias.
RELACIONES INTERPERSONALES	Escucha con interés a las personas y capta las preocupaciones, intereses y necesidades de los demás. Transmite eficazmente las ideas, sentimientos e información impidiendo con ello malos entendidos o situaciones confusas que puedan generar conflictos.
TOMA DE DECISIONES	Elige alternativas de solución efectivas Decide y establece prioridades para el trabajo del grupo. Asume posiciones concretas para el manejo de temas o situaciones que demandan su atención. Efectúa cambios en las actividades o en la manera de desarrollar sus responsabilidades cuando detecta dificultades para su realización o mejores prácticas que pueden optimizar el desempeño. Asume las consecuencias de las decisiones adoptadas.
<b>FUNCION GENERAL</b>	
Diseñar y presupuestar los servicios contratados además de coordinar, controlar, dirigir y entregar las obras en tiempo y forma requerida con los estándares de calidad.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participar en la elaboración del presupuesto.</li> <li>2. Controlar la ejecución del presupuesto</li> <li>3. Administrar Recursos Económicos y físicos de la dependencia</li> <li>4. Gestionar el talento humano.</li> <li>5. Establecer con claridad los procesos Administrativo</li> <li>6. Coordinar la elaboración de manual de procesos y procedimientos con ideas innovadores.</li> <li>7. Colaborar en la elaboración de presupuesto de ingresos, gastos e inversiones.</li> <li>8. Mantener una comunicación Activa y participativa.</li> <li>9. Controlar los movimientos financieros de Bancos</li> <li>10. Velar por el efectivo funcionamiento de los archivos.</li> <li>11. Ordena y verifica los trámites de los asuntos del régimen tributario, que sean necesarios efectuar.</li> <li>12. Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.</li> </ol>	

13. Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
  14. Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño.
1. Coordinar al equipo de trabajo y los recursos disponibles para lograr la satisfacción del Cliente.
  2. Diseñar los espacios requeridos, brindando la asesoría técnica correspondiente.
  3. Elaborar el presupuesto de costos de la obra, el precio al cliente y el plazo de entrega, en equipo con el Maestro de Obra.
  4. Elaborar Cronograma de Trabajo y socializarlo a los Maestros.
  5. Instalar al Equipo de Trabajo en el sitio de trabajo.
  6. Elaborar y Ejecutar el Cronograma de Seguimiento a Obras.
  7. Entregar Obras a Satisfacción en equipo con el Coordinador de Atención al Cliente.

LINEAS DE AUTORIDAD	
<b>SUPERIOR</b>	Junta de socios
	Gerente General
NIVELES DE COORDINACION	
<b>INTERNO</b>	Asesor comercial
	Maestro de Obra
	Ayudante
<b>EXTERNO</b>	Proveedores

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código:
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Pagina: 1 de 1 Versión: 1 Vigente a Partir de: 2015-04-11
IDENTIFICACION DEL CARGO		
<b>Nombre del cargo:</b>	CONTADOR	
<b>Área:</b>	CONTABILIDAD Y FINANZAS	
<b>Numero de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	GERENTE Y JUNTA DE SOCIOS	
REQUISITOS MINIMOS		
<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>	
Profesional en el área de contaduría pública/o finanzas	Dos años de experiencia en el área.	

<b>COMPETENCIAS</b>	
<b>TRANSPARENCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Proporciona información veraz, objetiva y basada en hechos.      *Facilita el acceso a la información relacionada con sus responsabilidades y con el servicio a cargo de la entidad en que labora.</li> <li>* Demuestra imparcialidad en su trabajo.</li> <li>* Ejecuta sus funciones con base en las normas y criterios éticos.</li> <li>* Utiliza los recursos de la entidad para el desarrollo de las labores y la prestación del servicio.</li> </ul>
<b>DISCIPLINA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Acepta instrucciones aunque se difiera de ellas.</li> <li>* Realiza tareas del puesto de trabajo de manera eficiente y eficaz.</li> <li>*Acepta la supervisión constante.</li> <li>*Realiza funciones orientadas a apoyar la acción de otros miembros de la organización</li> </ul>
<b>COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Promueve las metas de la organización y respeta sus normas.</li> <li>* Direcciona sus objetivos personales con los organizacionales.</li> <li>* Apoya a a la empresa en situaciones difíciles.</li> <li>* Demuestra sentido de pertenencia en todas sus actuaciones.</li> </ul>
<b>APRENDIZAJE CONTINUO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Aprende de la experiencia de otros y de la propia.</li> <li>* Se adapta y aplica nuevas tecnologías que se implanten en la organización.</li> <li>* Aplica los conocimientos adquiridos a los desafíos que se presentan en el desarrollo del trabajo.</li> </ul>
<b>FUNCION GENERAL</b>	
<p>Asesora, Proyecta y registra las actividades financieras de la empresa; además de presentar y analizar estados financieros, inversiones, rendimientos y realizar el presupuesto anual de forma clara rápida y confiable.</p>	

### **FUNCIONES ESENCIALES**

1. Consolidar los informes financieros requeridos por la empresa.
2. Proyectar y presentar los reportes tributarios ante el Gerente y los entes de control
3. Presentar proyecciones financieras de acuerdo a lo requerido por la gerencia.
4. Asesorar a la empresa para dar cumplimiento a leyes tributarias y contables.
5. Aplicar el código de ética en todas sus labores.
6. Conservar y diligenciar con pulcritud los documentos registros que se requieran de acuerdo a su cargo.
7. Realizar las funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño.

### **LINEAS DE AUTORIDAD**

**SUPERIOR**

Junta de socios

Gerente General

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código: Pagina: 1 de 1 Versión: 1 Vigente a Partir de: 2015-04-11
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	
<b>Área:</b>	GERENCIA GENERAL	
<b>Número de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	GERENTE	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>	
Profesional en Administración de empresas. Manejo de herramientas básicas de Microsoft	Dos años de experiencia en el área.	
<b>COMPETENCIAS</b>		
APRENDIZAJE CONTINUO	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Aprende de la experiencia de otros y de la propia.</li> <li>* Se adapta y aplica nuevas tecnologías que se implanten en la organización.</li> <li>* Aplica los conocimientos adquiridos a los desafíos que se presentan en el desarrollo del trabajo.</li> </ul>	
EXPERTICIA TECNICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Entender y aplicar los conocimientos técnicos del área de desempeño y mantenerlos actualizados.</li> <li>*Capta y asimila con facilidad conceptos e información.</li> <li>*Aplica el conocimiento técnico a las actividades de su puesto de trabajo.</li> <li>* Analiza la información de acuerdo con las necesidades de la organización.</li> <li>* Comprende los aspectos técnicos y los aplica al desarrollo de procesos y procedimientos en los que está involucrado.</li> </ul>	

COLABORACIÓN	<p>* Ayuda al logro de los objetivos articulando sus actuaciones con los demás.</p> <p>*Cumple los compromisos que adquiere.</p> <p>*Facilita la labor de sus superiores y compañeros de trabajo.</p>
<b>FUNCION GENERAL</b>	
Organizar y ejecutar las actividades administrativas de la empresa con cumplimiento y calidad	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Recibir, revisar, clasificar y organizar la información de la empresa</li> <li>2. Archivar documentación de acuerdo a los procedimientos establecidos.</li> <li>3. Orientar al cliente de los servicios que preste la organización.</li> <li>4. Realizar el trámite y gestión de la documentación solicitada para la ejecución de las obras.</li> <li>5. Realizar medición de indicadores para lograr mayor efectividad en los procesos.</li> <li>6. Colaborar en la elaboración de presupuesto de ingresos, gastos e inversiones.</li> <li>7. Apoyar operativamente el desarrollo de procesos y procedimientos asociados con Gestión de la administración del Recurso Humano.</li> <li>8. Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño.</li> </ol>	
<b>SUPERIOR</b>	<p>Junta de socios</p> <hr/> <p>Gerente</p>

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código: Página: 1 de 1 Versión: 1
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Vigente a Partir de: 2015-04-11
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	ARQUITECTO	
<b>Área:</b>	PRESTACION DEL SERVICIO	
<b>Número de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	GERENTE DE SERVICIO	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>	
Profesional o técnico en arquitectura	Dos años de experiencia en el área.	
<b>COMPETENCIAS</b>		
CREATIVIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ofrece respuestas alternativas.</li> <li>* Aprovecha las oportunidades y da soluciones novedosas.</li> <li>* Desarrolla nuevas formas de hacer y aplica nuevas tecnologías.</li> <li>* Busca nuevas alternativas de solución y se arriesga a romper esquemas tradicionales.</li> <li>* Inicia acciones para superar los obstáculos y alcanzar metas específicas.</li> <li>* Es Recursivo y practico</li> </ul>	
ADAPTACION AL CAMBIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Acepta y se adapta fácilmente a los cambios.</li> <li>* Responde al cambio con flexibilidad.</li> <li>* Promueve el cambio.</li> </ul>	
COLABORACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Ayuda al logro de los objetivos articulando sus actuaciones con los demás.</li> <li>* Cumple los compromisos que adquiere.</li> <li>* Facilita la labor de sus superiores y compañeros de trabajo.</li> </ul>	

<b>FUNCION GENERAL</b>	
Apoyar en las funciones de diseño y dibujo de planos de obras.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño de las obras o proyectos.</li> <li>2. Asistencia a visitas de obras con el fin de observar y registrar las especificaciones del cliente.</li> <li>3. Manejar efectivamente las herramientas de Diseño (AutoCAD 2D y 3D, Corel Draw, Fotoshop, Illustrator, 3D estudio etc.)</li> <li>4. mantener una comunicación clara y constante con el arquitecto de obra.</li> <li>5. Entrega con puntualidad y calidad los diseños de obras.</li> <li>6. Leer los planos.</li> <li>7. Realizar funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño</li> </ol>	
<b>LINEAS DE AUTORIDAD</b>	
<b>SUPERIOR</b>	Junta de socios
	Gerente
	Gerente de servicio

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código: Página: 1 de 1 Versión: 1
--	--------------------------------	---

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Vigente a Partir de: 2015-04-11
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	COORDINADOR COMERCIAL	
<b>Área:</b>	ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS	
<b>Número de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	GERENTE	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>	
Profesional en administración, mercadeo.	Dos años de experiencia en el área.	
<b>COMPETENCIAS</b>		
ORIENTACIÓN AL CLIENTE USUARIO	<p>*Atiente al cliente con cordialidad tomando en cuenta sus peticiones, reclamos y quejas presentadas.</p> <p>*Genera respuestas rápidas a las quejas, inquietudes solicitadas por los clientes.</p> <p>* Establece diferentes canales de comunicación con el cliente para conocer sus necesidades, quejas, reclamos, peticiones ,sugerencias</p>	
INICIATIVA	<p>*Prevé situaciones y alternativas de solución que orientan la toma de decisiones de la alta dirección.</p> <p>*Enfrenta los problemas y propone acciones concretas para solucionarlos.</p> <p>*Reconoce y hace viables las oportunidades</p>	
CONOCIMIENTO DE ENTORNO	<p>Conocer e interpretar la organización, su funcionamiento y sus relaciones políticas y administrativas</p>	

<b>FUNCION GENERAL</b>	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer el portafolio de servicios.</li> <li>2. Modificar, presentar y ajustar el portafolio de Servicios</li> <li>3. Supervisar sus colaboradores a Cargo.</li> <li>4. Administrar su agenda de trabajo.</li> <li>5. Elaborar, Comunicar, y ajustar el plan de marketing.</li> <li>6. Mantener una Constante actualización de clientes potenciales.</li> <li>7. Crear Políticas para la fidelización de clientes.</li> <li>8. Mantener una continuo Capacitación y asesoría de Asesores comerciales.</li> <li>9. Realizar las prácticas necesarias para mejorar la satisfacción a los clientes.</li> <li>10. Realizar investigación de mercado.</li> <li>11. Revisar informes de ventas</li> <li>12. Realizar y Socializar los reportes de ventas.</li> <li>11. Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño.</li> </ol>	
<b>SUPERIOR</b>	Junta de socios
	Gerente
	Gerente de Servicio

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código: Pagina: 1 de 1 Versión: 1
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Vigente a Partir de: 2015-04-11
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	ASESOR COMERCIAL	
<b>Área:</b>	ATENCION AL CLIENTE Y VENTAS	
<b>Numero de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	GERENTE DE SERVICIO Y GERENTE	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>	
Profesional en administración , mercadeo.	Dos años de experiencia en el área.	
<b>COMPETENCIAS</b>		
ORIENTACIÓN AL USUARIO	<p>*Atiente al cliente con cordialidad tomando en cuenta sus peticiones, reclamos y quejas presentadas.</p> <p>*Genera respuestas rapidas a las quejas, inquietudes solicitadas por los clientes.</p> <p>* Establece diferentes canales de comunicación con el cliente para conocer sus necesidades, quejas, reclamos, peticiones ,sugerencias</p>	
INICIATIVA	<p>*Prevé situaciones y alternativas de solución que orientan la toma de decisiones de la alta dirección.</p> <p>*Enfrenta los problemas y propone acciones concretas para solucionarlos.</p> <p>*Reconoce y hace viables las oportunidades</p>	
CONOCIMIENTO DE ENTORNO	<p>Conocer e interpretar la organización, su funcionamiento y sus relaciones políticas y administrativas</p>	

<b>FUNCION GENERAL</b>	
Lograr el incremento de ventas , fidelización de clientes, generar Good will para la empresa.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conocer el portafolio de servicios.</li> <li>2. Asesorar a los clientes despejando inquietudes.</li> <li>3. Administrar su agenda de trabajo.</li> <li>4. Cumplir con el plan de marketing establecido</li> <li>5. Mantener una búsqueda activa de clientes .</li> <li>7. Conseguir la fidelización de los clientes.</li> <li>8. Ofrecer un servicio de post venta con calidad.</li> <li>9. Mantener un continuo contacto con los clientes.</li> <li>10. Elaborar informes de Ventas.</li> <li>11. Realizar las prácticas necesarias para mejorar la satisfacción al clientes</li> <li>12. Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño.</li> </ol>	
<b>SUPERIOR</b>	Junta de socios
	Gerente
	Gerente de Servicio

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código: Página: 1 de 1 Versión: 1 Vigente a Partir de: 2015-04-11
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	MAESTRO DE OBRA	
<b>Área:</b>	PRESTACION DEL SERVICIO	
<b>Numero de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	GERENTE DE SERVICIO	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		
<b>Requisitos de Formación</b>	<b>Requisitos de Experiencia</b>	
Bachiller académico. Curso de trabajo en alturas. conocimientos en construcción adecuación y mantenimiento	Cinco años de experiencia en el área.	
<b>COMPETENCIAS</b>		
EXPERTICIA TECNICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Aplicar los conocimientos técnicos efectivamente en las obras.</li> <li>*Se mantiene en constante actualización de conocimientos y técnicas para lograr un mayor desempeño.</li> <li>*Asimila con facilidad conceptos e información.</li> <li>* Analiza la información de acuerdo con las necesidades del cliente</li> <li>* Comprende los aspectos técnicos y los aplica al desarrollo de procesos y procedimientos de las obras</li> </ul>	
RESPONSABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Se compromete con las actividades de la organización.</li> <li>*Cumple con Puntualidad y calidad sus labores.</li> </ul>	
ORIENTACIÓN AL CLIENTE	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Sus acciones están dirigidas a comprender y satisfacer a los clientes. *Busca explorar las necesidades e inquietudes de cada cliente, brindando un trato personalizado que demuestra interés en cada uno de los mismos.</li> <li>*Considera la plena satisfacción del cliente como un criterio esencial para la planificación de futuras actividades.</li> </ul>	

	* Es capaz de realizar esfuerzos con el fin de lograr mejorar la calidad de vida de sus clientes y lograr obtener su aprobación y/o admiración por el trabajo realizado
<b>FUNCION GENERAL</b>	
Ejecutar la prestación de los servicios de la empresa bajo la especificación del cliente.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
1. Ejecutar las obras de construcción, adecuación y mantenimiento con eficacia, responsabilidad, atención amable, haciendo buen uso de los materiales y aplicando los requerimientos de los diseños y requerimientos asignados. 2. Apoyar el proceso de cotización. 3. Controlar el tiempo y rendimiento del personal a su cargo. 4. Cuidar de los bienes que son propiedad del cliente mientras estén bajo el control de la empresa. 5. Informar los avances, anomalía, de la ejecución de la obra. 6. Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño.	
<b>LINEAS DE AUTORIDAD</b>	
<b>SUPERIOR</b>	Gerente de servicio
<b>NIVELES DE COORDINACION</b>	
<b>INTERNO</b>	Ayudante

	<b>Proceso: GESTION HUMANA</b>	Código: Página: 1 de 1 Versión: 1
	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	Vigente a Partir de: 2015-04-11
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>		
<b>Nombre del cargo:</b>	AYUDANTE DE OBRA	
<b>Área:</b>	PRESTACION DEL SERVICIO	
<b>Número de cargos</b>	UNO (1)	
<b>Reporta a:</b>	MAESTRO DE OBRA	
<b>REQUISITOS MINIMOS</b>		

Requisitos de Formación	Requisitos de Experiencia
<p>Básica Primaria.  Curso de trabajo en alturas.  Formación en Atención al Cliente.  Orientación a la Satisfacción del Cliente.</p>	<p>Cinco años de experiencia en el área.</p>
COMPETENCIAS	
<p>EXPERTICIA TECNICA</p>	<p>*Aplicar los conocimientos técnicos efectivamente en las obras. *Se mantiene en constante actualización de conocimientos y técnicas para lograr un mayor desempeño.  *Asimila con facilidad conceptos e información.  * Analiza la información de acuerdo con las necesidades del cliente  * Comprende los aspectos técnicos y los aplica al desarrollo de procesos y procedimientos de las obras</p>
<p>RESPONSABILIDAD</p>	<p>* Se compromete con las actividades de la organización.  *Cumple con Puntualidad y calidad sus labores.</p>
<p>ORIENTACIÓN AL CLIENTE</p>	<p>*Sus acciones están dirigidas a comprender y satisfacer a los clientes. *Busca explorar las necesidades e inquietudes de cada cliente, brindando un trato personalizado que demuestra interés en cada uno de los mismos.  *Considera la plena satisfacción del cliente como un criterio esencial para la planificación de futuras actividades.  * Es capaz de realizar esfuerzos con el fin de lograr mejorar la calidad de vida de sus clientes y lograr obtener su aprobación y/o admiración por el trabajo realizado</p>
FUNCION GENERAL	
<p>Ejecutar la prestación de los servicios de la empresa bajo la supervisión del maestro de obra.</p>	

### **FUNCIONES ESENCIALES**

1. Apoyar la ejecución de las obras de construcción, adecuación y mantenimiento con eficacia, responsabilidad, atención amable, haciendo buen uso de los materiales y aplicando los requerimientos de los diseños y requerimientos asignados.
2. Apoyar la elaboración de presupuestos y cotizaciones.
3. Hacer uso eficiente y eficaz de los recursos, desde su cargo, para lograr la satisfacción del cliente.
4. Apoyar el proceso de compras propendiendo por la reducción de costos sin que ello afecte la calidad del servicio.
5. Mantener los espacios de trabajos limpios y ordenados.
6. Seguir estrictamente las normas de salud ocupacional y seguridad industrial.
7. Aplicar el código de ética en todas sus labores.
8. Conservar y diligenciar con pulcritud los documentos registros que se requieran de acuerdo a su cargo.
9. Las demás funciones que sean asignadas por el jefe inmediato que correspondan a la naturaleza del cargo y al área de desempeño.

### **LINEAS DE AUTORIDAD**

**SUPERIOR**

Gerente de servicio  
Maestro de Obra

### **NIVELES DE COORDINACION**

**INTERNO**

Ayudante

## 7.7 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)

Se escogen factores claves de éxito, se da un peso y una calificación que como producto de un ponderado declarando el factor como de éxito o no.

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (MEFE)</b>			
<b>FACTORES CRITICOS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
Tasa de interés	0,10	4	0,4
Crecimiento de la industria	0,15	4	0,6
Inflación	0,05	2	0,1
Impuestos	0,06	1	0,06
Créditos hipotecarios	0,07	3	0,21
Plan de ordenamiento territorial	0,09	1	0,09
Programas de vivienda	0,08	4	0,32
Plan de desarrollo	0,05	3	0,15
Generación de empleo	0,08	4	0,32
Desarrollo de la ciudad	0,06	4	0,24
Competencia informal	0,07	1	0,07
Automatización de los procesos	0,06	4	0,24
Nuevos competidores	0,03	3	0,09
Localización geográfica	0,03	3	0,09
Dificultad de transporte aéreo-terrestre	0,02	2	0,04
<b>TOTAL MEFE</b>	<b>1,00</b>		<b>3,02</b>

## 7.8 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)

<b>MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (MEFI)</b>			
<b>FACTORES CRITICOS</b>	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL PONDERADO</b>
Sistema de Gestión de calidad	0,08	4	0,32
Estrategias organizacionales	0,08	4	0,32
Toma de Decisiones Efectivas	0,07	4	0,28
Sentido de Pertenencia y Compromiso	0,07	4	0,28
Publicidad efectiva	0,06	3	0,18
Valor agregado en los productos	0,07	4	0,28
Nivel de Tecnología utilizada en los proyectos	0,05	3	0,15
Calidad de procedimientos y procesos	0,08	4	0,32
Respuesta a Condiciones Cambiantes	0,06	3	0,18
Participación en el mercado	0,05	3	0,15
Capacidad de Solvencia	0,06	3	0,18
Capacidad financiera para satisfacer la demanda	0,07	3	0,21
Estado de Pérdidas y Ganancias	0,06	3	0,18
Precios Asequibles al mercado	0,06	4	0,24
Servicio al cliente	0,08	4	0,32
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,59</b>

## **7.9 MATRIZ DE DEBILIDADES, OPORTUNIDADES, FORTALEZAS Y AMENAZAS (DOFA)**

**Inversión del proyecto:** A continuación se realiza un análisis DOFA de los servicios y variables de la empresa, determinando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene frente a la competencia y en el mercado en general

Para que la evaluación de la matriz sea más práctica y la ejecución de las estrategias tenga éxito, es importante realizar un Plan Estratégico y que este se acompañe de un Plan de Mercadeo, por ello se explica las estrategias muy someras, trabajo que deberá desarrollar el gerente que se contrate.

**Tabla 33. DOFA**

		OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
		<b><u>DOFA</u></b>	<b>O1</b>	Tendencias favorables del consumidor en busca de asesoría para el diseño de interiores y demás necesidades locativas para oficina y hogar.	<b>A1</b>
<b>O2</b>	Apoyo de entidades financieras con tasas de interés cómodas para fortalecer financieramente proyectos productivos y de creación de empresas en el medio; teniendo en cuenta el auge de las construcciones civiles.		<b>A2</b>	Surgimiento de nuevas empresas enfocadas al mismo concepto comercial y mercado objetivo.	
<b>O3</b>	Desarrollo del sector en el departamento		<b>A3</b>	Problemática social (Paro, conflicto armado , delincuencia común)	
FORTALEZAS		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS FA	
	Planeación, dirección, control y evaluación de las obras.	<b>F3,O2, O3</b>	Solicitar financiamiento para la empresa innovadora aprovechando el desarrollo del sector en el departamento	<b>F1,A 1</b>	Hacer alianzas estratégicas con proveedores en procura de bajar costos para ser más competitivos en cuanto a precios en el mercado.
	Valores agregados (Visita, Diseño 3D, Coordinación, Aseo, post venta)	<b>F1,O1</b>	Fomentar la asesoría apoyada en recursos tecnológicos que permitan proyectar las necesidades y deseos del cliente, a fin de alcanzar el	<b>F3,A 2</b>	Fortalecer el servicio post venta fidelizando clientes.

Fuente. Este estudio

## 8. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se determina los valores más reales de las inversiones, costos, gastos y utilidades que generarían la creación de la empresa, proyectando y visualizando el funcionamiento de la misma.

### 8.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

#### 8.1.1 Punto de equilibrio en pesos:

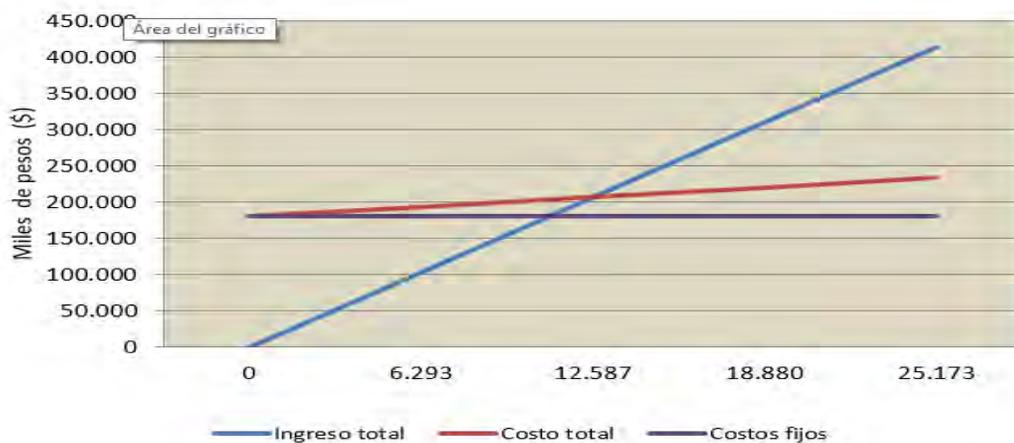
$$\text{Punto de equilibrio (\$)} = \frac{\text{Costos Fijos totales}}{1 - (\text{Costos variables} / \text{Ingresos por ventas})}$$
$$\text{Punto de equilibrio (\$)} = \frac{180.370.465}{1 - (32880000 / 255000000)}$$
$$\text{Punto de equilibrio (\$)} = 207.070.361$$

**Tabla 34. Punto de equilibrio en unidades**

<b>Punto de equilibrio en Unidades</b>			
<b>Producto</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Ingresos</b>
Adecuación y construcción	8.120	20.000	162.408.126
Mantenimiento	4.466	10.000	44.662.235
<b>Total</b>	<b>12.587</b>		<b>207.070.361</b>

Fuente. Este estudio

**Grafico 25. Punto de equilibrio**



Fuente. Este estudio

## 8.2 INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS

**Tabla 35. Maquinaria y equipo**

Maquinaria y equipo	
Subtotal	38,692,000.00

Fuente. Este estudio

**Tabla 36. Muebles y enseres**

Muebles y enseres	
Subtotal	5,500,000

**Tabla 37. Equipos de oficina**

Equipos de oficina	
Subtotal	17,000,000

Fuente. Este estudio

**Tabla 38. Inversiones anticipadas**

<b>GASTOS ANTICIPADOS</b>	
Sub total	11800000

Fuente. Este estudio

**Tabla 39. Resumen de las inversiones**

<b>Rubro</b>	<b>Total</b>	<b>INVERSIONISTA</b>
Capital de Trabajo operativo	21.250.000	21.250.000
Inversiones diferidas	11.800.000	11.800.000
Terrenos, edificaciones y vehículos	0	0
Inversiones fijas maquinaria y equipos	38.692.000	38.692.000
Inversiones fijas muebles y enseres	5.500.000	5.500.000
Inversiones fijas equipos de oficina	17.000.000	17.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>94.242.000</b>	<b>94.242.000</b>

Fuente. Este estudio

### 8.3 GASTOS DE ADMINISTRACION

**Tabla 40. Gastos administrativos**

<b>Gastos Administrativos proyectados</b>						
<b>Rubro</b>	<b>Vr. Mensual</b>	<b>Total Año1</b>	<b>Total Año2</b>	<b>Total Año3</b>	<b>Total Año4</b>	<b>Total Año5</b>
Sueldos a empleados	5.640.000	67.680.000	72.261.936	77.154.069	82.377.400	87.954.349
Cargos por servicios bancarios	60.000	720.000	768.744	820.788	876.355	935.685
Gastos de papelería	80.000	960.000	1.024.992	1.094.384	1.168.474	1.247.579
Gastos de cafetería y aseo	60.000	720.000	768.744	820.788	876.355	935.685
Servicios públicos	300.000	3.600.000	3.843.720	4.103.940	4.381.777	4.678.423
Implementación plan ambiental	75.000	900.000	960.930	1.025.985	1.095.444	1.169.606
Arrendamientos	800.000	9.600.000	10.249.920	10.943.840	11.684.738	12.475.794
<b>Total</b>		<b>84.180.000</b>	<b>89.878.986</b>	<b>95.963.793</b>	<b>102.460.542</b>	<b>109.397.121</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 41. Gastos por ventas**

Rubro	Vr. Mensual	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
sueldo personal de ventas	1.450.000	17.400.000	18.577.980	19.835.709	21.178.587	22.612.377
Publicidad	400.000	4.800.000	5.124.960	5.471.920	5.842.369	6.237.897
Página Web - Mantenimiento y Actualización	100.000	1.200.000	1.281.240	1.367.980	1.460.592	1.559.474
<b>Total</b>		<b>23.400.000</b>	<b>24.984.180</b>	<b>26.675.609</b>	<b>28.481.548</b>	<b>30.409.748</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 42. Resumen de costos**

Resumen de costos	
Costos totales	
CIF	9 600 000
M.O	105.310.453
M P	0
<b>TOTAL</b>	<b>114 910 453</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 43. Resumen de Gastos**

Resumen de gastos	
Administrativos	88000000
Ventas	61080000
<b>TOTAL</b>	<b>149080000</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 44. Depreciación**

DEPRECIACION				
AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
10.635.867	10.635.867	10.635.867	4.969.200	4.969.200

Fuente. Este estudio

## 8.4 PROYECCIÓN DE VENTAS

Como se pudo establecer en el estudio de mercado existe demanda potencial, se cuenta con clientes reales, y la participación de esa demanda potencial es muy

ajustada con el fin de reducir el riesgo de que el proyecto muestre una viabilidad por tener altas ventas.

Las ventas se incrementan año tras año teniendo en cuenta el crecimiento del sector y de la economía del país, todo sin llegar a exceder la capacidad de atención que se tiene previsto.

Para el primer año los servicios se ofrecerán desde el segundo mes de puesto en marcha la empresa, se da un margen de dos meses mientras se formaliza la empresa y se hace las adecuaciones necesarias.

Todos los siguientes datos están proyectados a cinco años.

**Tabla 45. Proyección de precio**

Proyección de Ventas (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adecuación y Construcción	11000	11550	12128	12733	13370
Mantenimiento	5.500	5.775	6.063	6.367	6.685

Fuente. Este estudio

**Tabla 46. Proyección en unidades.**

Proyección de Ventas (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adecuación y construcción	11000	11550	12128	12733	13370
Mantenimiento	5.500	5.775	6.063	6.367	6.685

**Tabla 47. Proyección en pesos.**

Proyección de Ingresos por Ventas					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Adecuación y construcción	220.000.000	246.638.700	276.514.346	309.962.006	347.502.852
Mantenimiento	55.000.000	61.659.675	69.117.186	77.496.587	86.875.713
<b>Total</b>	<b>275.000.000</b>	<b>308.298.375</b>	<b>345.631.533</b>	<b>387.458.593</b>	<b>434.378.565</b>

Fuente. Este estudio

## 9. ESTADOS FINANCIEROS

**Tabla 48. Estado de resultados**

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	255.000.000	285.876.675	320.492.052	359.298.832	402.804.531
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	120.070.453	128.987.186	138.602.991	148.976.750	160.172.727
Depreciación	10.635.867	10.635.867	10.635.867	4.969.200	4.969.200
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>124.293.680</b>	<b>146.253.623</b>	<b>171.253.194</b>	<b>205.352.883</b>	<b>237.662.605</b>
Gasto de Ventas	23.400.000	24.984.180	26.675.609	28.481.548	30.409.748
Gastos de Administración	84.180.000	89.878.986	95.963.793	102.460.542	109.397.121
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	2.832.000	3.304.000	3.776.000	4.248.000	2.360.000
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>13.881.680</b>	<b>28.086.457</b>	<b>44.837.792</b>	<b>70.162.793</b>	<b>95.495.735</b>
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>13.881.680</b>	<b>28.086.457</b>	<b>44.837.792</b>	<b>70.162.793</b>	<b>95.495.735</b>
Impuesto renta +CREE	4.719.771	9.549.395	15.244.849	23.855.349	32.468.550
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>9.161.909</b>	<b>18.537.061</b>	<b>29.592.943</b>	<b>46.307.443</b>	<b>63.027.185</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 49. Balance general**

BALANCE GENERAL	Año 0	Año 1	Año2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Activo</b>						
Efectivo	2.360.000	27.349.547	59.723.043	104.178.691	162.719.936	235.704.047
Cuentas X Cobrar	21.250.000	21.250.000	23.823.056	26.707.671	29.941.569	33.567.044
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	9.440.000	8.968.000	8.024.000	6.608.000	4.720.000	4.720.000
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>33.050.000</b>	<b>57.567.547</b>	<b>91.570.099</b>	<b>137.494.362</b>	<b>197.381.506</b>	<b>273.991.091</b>
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	38.692.000	34.822.800	30.953.600	27.084.400	23.215.200	19.346.000
Muebles y Enseres	5.500.000	4.400.000	3.300.000	2.200.000	1.100.000	0
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	17.000.000	11.333.333	5.666.667	0	0	0
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>61.192.000</b>	<b>50.556.133</b>	<b>39.920.267</b>	<b>29.284.400</b>	<b>24.315.200</b>	<b>19.346.000</b>
<b>Total Otros Activos Fijos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>ACTIVO</b>	<b>94.242.000</b>	<b>108.123.680</b>	<b>131.490.366</b>	<b>166.778.762</b>	<b>221.696.706</b>	<b>293.337.091</b>
<b>Pasivo</b>						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	4.719.771	9.549.395	15.244.849	23.855.349	32.468.550
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	0	0	0	0	0	0
<b>PASIVO</b>	<b>0</b>	<b>4.719.771</b>	<b>9.549.395</b>	<b>15.244.849</b>	<b>23.855.349</b>	<b>32.468.550</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	94.242.000	94.242.000	94.242.000	94.242.000	94.242.000	94.242.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	916.191	2.769.897	5.729.191	10.359.936
Utilidades Retenidas	0	0	8.245.718	24.929.073	51.562.722	93.239.421
Utilidades del Ejercicio	0	9.161.909	18.537.061	29.592.943	46.307.443	63.027.185
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
<b>PATRIMONIO</b>	<b>94.242.000</b>	<b>103.403.909</b>	<b>121.940.970</b>	<b>151.533.913</b>	<b>197.841.356</b>	<b>260.868.542</b>
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>94.242.000</b>	<b>108.123.680</b>	<b>131.490.366</b>	<b>166.778.762</b>	<b>221.696.706</b>	<b>293.337.091</b>

Fuente. Este estudio

**Tabla 50. Flujo de efectivo**

<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Flujo de Caja Operativo</b>						
Utilidad Operacional		13.881.680	28.086.457	44.837.792	70.162.793	95.495.735
Depreciaciones		10.635.867	10.635.867	10.635.867	4.969.200	4.969.200
Amortización Gastos		2.832.000	3.304.000	3.776.000	4.248.000	2.360.000
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	-4.719.771	-9.549.395	-15.244.849	-23.855.349
<b>Neto Flujo de Caja Operativo</b>		<b>27.349.547</b>	<b>37.306.552</b>	<b>49.700.263</b>	<b>64.135.143</b>	<b>78.969.586</b>
<b>Flujo de Caja Inversión</b>						
Variación Cuentas por Cobrar		0	-2.573.056	-2.884.615	-3.233.898	-3.625.475
Variación Inv. Materias Primas e insumos <sup>3</sup>		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. En Proceso		0	0	0	0	0
Variación Inv. Prod. Terminados		0	0	0	0	0
Var. Anticipos y Otros Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Otros Activos		-2.360.000	-2.360.000	-2.360.000	-2.360.000	-2.360.000
Variación Cuentas por Pagar		0	0	0	0	0
Variación Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Variación Otros Pasivos		0	0	0	0	0
Variación del Capital de Trabajo	0	-2.360.000	-4.933.056	-5.244.615	-5.593.898	-5.985.475
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	-38.692.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-5.500.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-17.000.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-61.192.000	0	0	0	0	0
<b>Neto Flujo de Caja Inversión</b>	<b>-61.192.000</b>	<b>-2.360.000</b>	<b>-4.933.056</b>	<b>-5.244.615</b>	<b>-5.593.898</b>	<b>-5.985.475</b>
<b>Flujo de Caja Financiamiento</b>						
Desembolsos Fondo Emprender	0					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	0	0	0	0
Capital	94.242.000	0	0	0	0	0

<b>Neto Flujo de Caja Financiamiento</b>	<b>94.242.000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Neto Periodo</b>	<b>33.050.000</b>	<b>24.989.547</b>	<b>32.373.496</b>	<b>44.455.649</b>	<b>58.541.245</b>	<b>72.984.111</b>
<b>Saldo anterior</b>		<b>2.360.000</b>	<b>27.349.547</b>	<b>59.723.043</b>	<b>104.178.691</b>	<b>162.719.936</b>
<b>Saldo siguiente</b>	<b>33.050.000</b>	<b>27.349.547</b>	<b>59.723.043</b>	<b>104.178.691</b>	<b>162.719.936</b>	<b>235.704.047</b>

Fuente. Este estudio

## 10. EVALUACION FINANCIERA

### 10.1 CONCLUSIONES FINANCIERAS Y EVALUACIÓN DE VIABILIDAD

#### Criterios de evaluación financiera

#### Variables y parámetros

**Inflación:** 6,5

**DTF:** 6,93

**Prima al riesgo:** 6% porque es bajo el riesgo.

**Años de proyección:** 5 años

**Tasa de oportunidad o descuento:**

$$\begin{array}{r} \text{Suma de DTF + Prima al riesgo} \\ 6,98 + 5 = 11,98 \end{array}$$

**Impuestos:**

**Renta y complementario:** 24%

**Cree:** 9%

**Financiación:** El negocio se financiara con capital privado en un 100%, por tanto no se tiene en cuenta tasas de interés.

#### Reglas de decisión

##### Regla de decisión de la TIR

Si la TIR > que la tasa de oportunidad, el proyecto es aceptado

Si la TIR < que la tasa de oportunidad, el proyecto es rechazado

Si la TIR = que la tasa de oportunidad, es indiferente

##### Regla de decisión del VPN

Si el VPN > que 0, el proyecto es aceptado

Si el VPN < que 0, el proyecto es rechazado

Si el VPN = que 0, es indiferente

##### Regla de decisión de la RB/C

Si el RB/C > que 1, el proyecto es aceptado

Si el RB/C < que 1, el proyecto es rechazado

Si el RB/C = que 1, es indiferente

**Tabla 51. Evaluación**

<b>INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	12%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	44,18%
VAN (Valor actual neto)	87.564.824
RB/C (Relación, beneficio /costo)	2,2
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,56

Fuente. Este estudio

**Tabla 52. Sensibilización.**

- **Primer escenario de sensibilización con incremento en costos del 5%, teniendo en cuenta la alta demanda de mano de obra.**

<b>INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	12%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	42,64%
VAN (Valor actual neto)	81.767.288
RB/C (Relación, beneficio /costo)	2,1
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,63

Fuente. Este estudio

- **Segundo escenario de sensibilización con reducción de las ventas en el 10%, teniendo en cuenta la llegada de nuevas empresas y la fluctuación del dólar en materiales sustanciales como el cemento, cerámica y sistemas de construcción en seco.**

**Tabla 53. Indicadores de validación financiera**

<b>INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	12%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	16,60%
VAN (Valor actual neto)	12.353.125
RB/C (Relación, beneficio /costo)	1,2
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	2,87

Fuente. Este estudio

- **Tercer escenario de sensibilización con incremento en la inversión del 10%, por fluctuación del dólar incrementando los valores de las inversiones.**

**Tabla 54. Indicadores de evaluación financiera**

<b>INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	12%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	40,43%
VAN (Valor actual neto)	82.328.371
RB/C (Relación, beneficio /costo)	2,0
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,69

Fuente. Este estudio

- **Cuarto escenario con combinación incremento en costos del 5%, reducción de las ventas del 10%, incremento en la inversión del 10%**

**Tabla 55. Indicadores de evaluación financiera**

<b>INDICADORES DE EVALUACION FINANCIERA</b>	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	12%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	12,26%
VAN (Valor actual neto)	1.830.340
RB/C (Relación, beneficio /costo)	1,0
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	3,29

Fuente. Este estudio

## **10.2 CONCLUSIONES FINANCIERAS**

- El plan de negocio en el escenario normal cumple con los criterios de evaluación, por tanto es viable financieramente, puesto que la TIR es mayor que la Tasa de oportunidad, de igual forma el VPN es mayor que cero y tiene un riesgo bajo puesto que la inversión se recupera por debajo de 2 a años.
- El plan de negocio con un análisis de sensibilidad con incremento en el costo del 5% por Mano de obra e imprevistos sigue siendo viable financieramente, puesto que la TIR es mayor que la Tasa de oportunidad, de igual forma el VPN es mayor que cero y tiene un riesgo bajo puesto que la inversión se recupera por debajo de 2 años.

- El plan de negocio con un análisis de sensibilidad con una reducción del 10% en las ventas sigue siendo viable financieramente, puesto que la TIR es mayor que la Tasa de oportunidad, de igual forma el VPN es mayor que cero y tiene un riesgo bajo puesto que la inversión se recupera por debajo de 2 años.
- El plan de negocio con un análisis de sensibilidad con incremento en la inversión del 10% por fluctuación del dólar, sigue siendo viable financieramente, puesto que la TIR es mayor que la Tasa de oportunidad, de igual forma el VPN es mayor que cero y tiene un riesgo bajo puesto que la inversión se recupera por debajo de los 2 años.
- El plan de negocio sensibiliza con incremento en el costo del 5% por Mano de obra e imprevistos, con una reducción del 10% en ventas, con incremento en la inversión del 10% por fluctuación del dólar, y a pesar de ello sigue siendo viable financieramente porque la TIR es mayor que la Tasa de oportunidad; el VPN es mayor que cero y un periodo de recuperación inferior a los cuatro años.

## **11. ANALISIS DE IMPACTO**

La implementación de cualquier tipo de proyecto genera impactos en el entorno, en la implementación de este Plan de negocio impactará en los entornos económico, social y ambiental en la ciudad de Pasto y así mismo en el desarrollo de Nariño; de acuerdo al siguiente análisis realizado con el apoyo de un Magister en Sistemas Integrados de Gestión de Calidad, Seguridad y Salud en el Trabajo, el Medio Ambiente y la Responsabilidad Social; un Ingeniero Civil, un Arquitecto y dos maestros especializados y con personal externo con el mismo perfil anterior que cuenta con amplia experiencia en el sector.

Para este propósito se utilizó la Matriz de Clasificación de Impactos en la Construcción; en la que se clasifica los impactos ambientales, según el recurso afectado –agua, suelo o aire; económicos y sociales, como positivos o negativos y se los valora en una escala de mínimo, moderado, significativo o severo, según sea el caso.

En coherencia con la matriz de clasificación, se construyó la Matriz de Leopold, en la que se cruza y valora las actividades e impactos, según su magnitud e importancia.

Y finalmente se identificó las actividades de mayor frecuencia e importancia para la empresa, los posibles impactos, las medidas de mitigación requeridas para aportar a la correcta gestión medio ambiental. Como se evidencia en las matrices expuestas a continuación en el siguiente capítulo.

### **11.1 IMPACTO ECONÓMICO**

La construcción es un pilar de Colombia en su crecimiento económico, genera empleo y en nuestra región está en auge debido a los nuevos planes de movilidad gubernamental.

La empresa aportara a la economía generando empleos, 4 de nómina tiempo completo, y 5 por vinculados por orden de prestación de servicios, además dependiendo de la demanda el número de operarios seguramente incrementará, con esto estará contribuyendo a mejorar la calidad de vida y a disminuir la tasa de desempleo.

Por otra parte, se está contribuyendo al crecimiento empresarial en la región, que por medio de los impuestos que se pague se aporta al desarrollo, de igual forma, se sirve como de ejemplo para que otros emprendedores vean nuevas alternativas para crear empresa.

## **11.2 IMPACTO SOCIAL**

Al generar empleo a personas profesionales y a personal no calificado, se presenta una importante alternativa para los clientes de la construcción, aportando un servicio de alta calidad a precios accesibles, combinando el profesionalismo de personas expertas en diseño y construcción, con las habilidades de los maestros en cada una de sus áreas de desempeño, soportados en una estructura organizacional firme, dinámica, ética, responsable, y ejecutora de procedimientos enfocados a la satisfacción del cliente.

La empresa precisamente nace como una respuesta al alto grado insatisfacción de los clientes potenciales (personas naturales y jurídicas), que han debido hacer una adecuación, construcción o mantenimiento con los actuales proveedores del mercado.

A futuro se tiene planteado el objetivo de obtener el certificado de calidad con base en la norma ISO 9001, con el ánimo de generar esta cultura en la sociedad y fortalecer la confianza de los clientes hacia los servicios ofrecidos por esta joven empresa. De igual manera al ejecutar las obras se impulsará el cumplimiento de la normatividad referente a la higiene y seguridad industrial, promoviendo la preservación de la salud y la vida en el sector de mayor riesgo en la industria a nivel mundial, como lo es el de la construcción.

La aplicación de tecnología y procesos innovadores en la prestación de servicio, aporta significativamente a la cultura de la sociedad, al nivel de consciencia ambiental, la reducción de costos en la construcción, a la competitividad empresarial y al desarrollo de la región.

## **11.3 IMPACTO AMBIENTAL**

En la construcción y actividades ligadas se utiliza recursos naturales con el mejor aprovechamiento afectando el equilibrio natural. La pérdida de suelos por la erosión generada por la utilización de suelos, vibraciones de la maquinaria; de igual forma la flora y fauna que se desplazan y pierden al construir en zonas verdes y la modificación del paisaje por las modificaciones que se dan al desarrollar nuevas infraestructuras.

La preservación y la conservación del medioambiente son fundamentales en el desarrollo de cada región y en esta tónica las empresas deben prevenir y prever problemas medioambientales que se generen al desarrollar cualquiera de sus actividades.

Al implementar este Plan de negocio se va tener impacto negativo en el medio ambiente, la construcción en general genera residuos sólidos y líquidos; que se

pueden minimizar con responsabilidad en la prevención y mitigación de sus efectos en cada una de las acciones, con certeza de manejar productos con bajo nivel de contaminación y manejar programas de buen manejo de residuos.

Actividades de impacto ambiental en la construcción:

1. Demolición
2. Plomería
3. Electricidad
4. Forja
5. Enchape
6. Arquitectura en vidrio
7. Ebanistería
8. Arquitectura en aluminio
9. Iluminación
10. Construcción en general

**Cuadro 22. Escala de valorización del impacto**

Mínimo	Moderado	Significativo	Severo	Mínimo	Moderado	Significativo	Severo
-1	-2	-3	-4	1	2	3	4

Fuente. Este estudio

**Cuadro 23. Clasificación de los impactos en construcción.**

IMPACTOS	ESCALA DE VALORIZACION DEL IMPACTO							
	IMPACTOS POSITIVOS				IMPACTOS NEGATIVOS			
	1	2	3	4	-1	-2	-3	-4
<b>A. IMPACTOS ECOLOGICOS</b>								
<b>1. RECURSO SUELO</b>								
Alteración de la calidad del suelo							X	
Alteración de la estabilidad del terreno						X		
Destrucción de la capa vegetal						X		
Cambios en las formas del terreno						X		
Afectación en el suministro de nutrientes para la sustentación de la flora y fauna.						X		
Formación de Problemas de erosión					X			
Altera sustancialmente los usos actuales o previstos del suelo					X			

Provoca impacto sobre algún elemento de los sistemas de parques, refugios nacionales de la vida salvaje, santuarios, ríos paisajístico, Bosques nacionales o similares.					X			
Aumenta la intensidad del uso de algún recurso natural					X			
Destruye algún recurso no renovable					X			
Contaminación del suelo por derrame de sustancias peligrosas					X			
<b>2. RECURSO AIRE</b>								
Alteración de los niveles de ruido respecto a los estándares de la normatividad vigente							X	
Alteración de movimientos de viento, humedad, o temperatura del interior de las instalaciones					X			
Alteración de movimientos de viento, humedad, o temperatura en el medio ambiente					X			
Generación de olores desagradables						X		
Afectación de cultivos por utilización y/o generación de sustancias o gases contaminantes					X			
Afectación atmosférica sobre la copa de los árboles					X			
Exposición de la gente y/o animales a ruidos elevados						X		
<b>3. RECURSO AGUA</b>								
Alteraciones de la calidad del agua respecto a la normatividad ambiental vigente					X			
alteraciones en los caudales					X			
Cambios en el cauce de aguas					X			
Represamiento o modificaciones de algún cuerpo de agua						X		
Afecta la estabilidad de la temperatura del agua					X			
Reducción del volumen de agua					X			
Cambios en la velocidad del agua					X			
Contaminación de la reservas públicas de agua					X			
Riesgo de exposición de personas o bienes a peligros asociados al agua tales como las inundaciones					X			
Erosión en los bancos de los ríos					X			
Contaminación del agua por derrame de sustancias peligrosas					X			
Contaminación del agua por disposición final sustancias peligrosas					X			
Contaminación del agua por disposición final de residuos sólidos						X		
Alteraciones de la dirección o el volumen del flujo de aguas subterráneas					X			

alteraciones de la calidad de agua subterránea					X			
Afecta los ecosistemas acuáticos					X			
Genera eutrofización de los cuerpos de agua					X			
<b>B. IMPACTOS SOCIALES</b>								
<b>4. COMPONENTE SOCIAL</b>								
Alteración de la ubicación de la población humana en el área					X			
Modificación de la distribución de la población humana en el área	X							
Generación de tendencias migratorias de la población	X							
Cambios en los tipos de vivienda			X					
Cambios en los niveles de ocupación			X					
Cambios en los tipos de ocupación	X							
Incidencia permanente del proyecto en la población de área de influencia	X							
Alteraciones de la demanda de servicios sociales y de salud	X							
Crea algún riesgo real o potencial para la salud					X			
Expone a la gente a riesgos potenciales para la salud						X		
Afecta la disponibilidad de los servicios públicos básicos						X		
Alteraciones de la demanda de recursos educativos					X			
Contradicción respecto a los planes u objetivos ambientales que se han adoptados a nivel local					X			
Resistencia de la población hacia los proyectos					X			
Cambios de actitud y estilo de vida		X						
<b>5. COMPONENTE ECONOMICO</b>								
Alteración de los patrones económicos del área de influencia de los proyectos				X				
Crecimiento de las actividades económicas				X				
Crecimiento de los niveles de empleo				X				
Crecimiento de los niveles de ingresos				X				
Aumento del valor de la tierra				X				
Alteraciones de la demanda de los sistemas de transporte			X					
Alteraciones sobre las pautas actuales de circulación	X							
Aumento de riesgo de trafico	X							
Crecimiento del turismo y del potencial recreativo			X					
<b>6. COMPONENTE CULTURAL</b>								

Cambia una vista escénica o un panorama abierto al público					<b>X</b>			
Crea una ubicación estéticamente ofensiva a la vista del público	X							
Cambia significativamente la escala visual o el carácter del entorno próximo	X							
Altera sitios, construcciones, objetos o edificios de interés arqueológicos culturales o históricos	X							
Alteración de áreas de especial interés	X							

Fuente. Este estudio

A continuación se incluye una breve descripción de los posibles impactos potenciales ambientales durante la construcción.

## 11.4 MATRIZ LEOPOLD

EVALUACION DE IMPACTOS MATRIZ DE LEOPOLD PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO Y ADECUACION DE ESPACIOS EN EDIFICACIONES EN LA CIUDAD DE SAN JUAN DE PASTO EN EL AÑO 2015

MATRIZ DE LEOPOLD			1. Remoción de la capa superficial del suelo	2. Preparación de taludes y lecho de suelo de las trincheras	3. Obras de Mantenimiento, infraestructura y civiles	4. Producción de residuos	5. Contratación de maquinaria personal y servicios	Sumatoria de impactos positivos	Sumatoria de impactos negativos				
LEYENDA:	IMPORTANCIA	MAGNITUD											
Importancia: Intensidad del impacto que se puede ocasionar, siendo máximo 10 y mínimo 1 el impacto posible ( ) / Impacto Negativo(-)													
Magnitud: Escala del impacto( local, regional, etc. Siendo máximo 10 y mínimo 1													
FACTORES SOCIO- AMBIENTALES	CATEGORIA	ATRIBUTO											
	FISIOQUIMICOS	SUELO	Calidad del suelo		-3	3		-2	3	-5	6		
			Cambio de uso		-1	1				-1	1		
			Estabilidad del suelo	-1	1	-2	1				-3	2	
		ATMOSFERA	Material Particulado	-5	3	-3	3				-8	6	
			Nivel de ruido	-3	3	-3	3				-6	6	
			Gases de combustión	-1	1	-1	1		-1	1	-2	2	
	BIOLOGICOS	FLORA	Remoción de cobertura vegetal	-1	1					-1	1		
		FAUNA	Ahuyentamiento de especies	-1	1					-1	1		
	CULTURALES	ESTETICA	Vistas escénicas y panorámicas	-2	1					-2	1		
			SOCIAL	Seguridad laboral	-4	2	-3	2	-3	2			-10
		Salud poblacional y laboral					2	2			2	2	
		ECONOMICO	Generación de empleo	2	2	2	3	3	3	3	3	10	11
			Mejora de calidad de vida	2	2					3	3	5	5
	Aumento de actividad comercial		1	-1				2	2	4	3	7	4
SUMATORIA DE IMPACTOS POSITIVOS			-13	-14	2	-2	9	18					
SUMATORIA DE IMPACTOS NEGATIVOS			16	17	7	3	10		53				

Fuente. Este estudio

**Cuadro 24. Impactos potenciales ambientales durante la construcción.**

Actividad	Impacto	Medida de Mitigación
Remoción de la capa del suelo	Contaminación del aire por el polvo fugitivo	Humedecer la tierra previamente al trabajo de corte. Colocar cubiertas al material de relleno producto de las excavaciones.
Preparación de los taludes y lecho del suelo de las trincheras.	Alteración ligera de la topografía local. Contaminación del aire por el polvo fugitivo. Emisiones de gases escape y ruido por los vehículos pesados.	Para minimizar las emisiones de escape de los vehículos pesados (especialmente CO y hollín), deberá exigirse al contratista del uso de unidades en buen estado de funcionamiento y mantenimiento. Los vehículos pesados deberán contar con silenciadores para reducir la emisión de ruido al entorno.
Obras de infraestructura y civiles.	Trabajadores expuestos a posibles accidentes. Exposición a polvos, cortes, golpes y contusiones, accidentes fatales.	Uso obligatorio de respiradores con filtros de polvo, protectores auriculares y anteojos de protección ocular, además del uso de casco y zapatos de trabajo. Señalización y aislamiento de las áreas de trabajo. Tener presente el Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional en actividades Minera.
Producción de residuos.	Producción de 75,06 m de residuos sólidos. En caso de no ser adecuadamente dispuestos pueden ocasionar impactos negativos. Residuos tales como: * Restos de pinturas y solventes. * Latas de productos químicos.	En el almacenamiento: se usarán cilindros con tapa y containers para facilitar el recojo de los residuos acopiados. Los residuos sólidos deberán ser dispuestos en el mismo relleno sanitario manual una vez habilitada la primera trinchera. La tierra y desmonte pueden ser usados para cubrir otras áreas del Relleno.
Efectos sobre el paisaje.	Disminución baja del valor paisajístico.	Las zonas afectadas por los cortes de suelo y los rellenos de taludes durante la etapa de habilitación deberán ser restablecidas a la forma natural del terreno y la topografía en la medida de lo posible. Mantener las pendientes, quebradas y ondulaciones naturales del terreno, en forma similar a la topografía adyacente.
Contratación de máquinas, personal y servicios.	Causaría un impacto positivo en el aspecto socio económico, ya que daría empleo directo a unas 17 personas.	No se considera ninguna medida por tener impacto positivo.

Fuente. Este estudio

En las diferentes etapas que maneja el Plan de negocios para la creación de una empresa de mantenimiento y adecuación de espacios en edificaciones en la ciudad de san juan de pasto en el año 2015, se visualiza impactos negativos que afectan la calidad del aire, debido a la generación de partículas en el movimiento de tierras en la habilitación de trincheras y plataformas; pero que son mínimos y que además se pueden mitigar. La salud y la seguridad de las personas que trabajan se verían afectadas en el caso que no acaten las normas de seguridad indicadas. Por otra parte están los impactos positivos que son importantes como lo es la generación de empleo tanto directos en las diferentes áreas de la organización, como los empleos indirectos que se dan alrededor de las actividades.

Haciendo un balance se ve que los beneficios son mucho mayores que los impactos negativos ya que se tendrá en cuenta el manejo de residuos sólidos bajo la normatividad aplicable y medidas de mitigación complementarias, formalizadas en un plan de gestión del impacto.

## 12. CONCLUSIONES

La construcción y las empresas afines son una de las actividades económicas que más genera empleo, aportando significativamente economía del País, por ello el presente plan de negocio demuestra ser técnicamente factible y económicamente rentable.

En el estudio de mercado se puede establecer que el Plan de Negocio tiene una significativa demanda potencial; aceptación por los hogares y empresas que utilizaran los servicios integrales ofrecidos por la organización, proyectando una meta de participación inicial en el mercado de 16.500 metros cuadrados.

El Plan de Negocios propuesto, tiene alta competitividad para el Mercado objetivo en la ciudad de Pasto, debido a que presenta una serie de ventajas competitivas y valores agregados, superiores a la competencia, entre ellos: la prestación de servicios integrados, la garantía, el respaldo de una organización y el servicio postventa.

La empresa se constituirá con capital privado, se caracterizará por su fortaleza organizacional desde el comienzo de su funcionamiento, contando con una plataforma estratégica, la operación de las diferentes áreas funcionales, estructura organizacional correctamente definida, y manuales de funciones dentro de los procesos y procedimientos; además basándose en la presente investigación se ubicara en el centro de la ciudad de Pasto, ya que ahí se establece la población de interesada en adquirir los servicios.

La rentabilidad de la empresa está dado porque es un servicio requerido por la sociedad y en un escenario normal se tiene una TIR de 44,18% y un VPN de 87.564.824 demostrando de manera real la viabilidad de la empresa.

Al implementar esta empresa se tendrá impactos económicos con el incremento del PIB, con la generación de empleo y la dinamización del sector comercial.

En cuanto al impacto ambiental se tiene previsto planes de conservación y preservación, con el propósito de minimizar riesgos y de la misma manera tener responsabilidad social y ambiental.

### **13. RECOMENDACIONES**

Para la implementación efectiva de este plan de negocio es preciso contar con un respaldo financiero para trabajar en obras públicas.

Es importante tener como objetivo definir estrategias de mercadeo, para atraer a los clientes con mayor probabilidad de consumo, como son estratos altos y empresas comerciales y financieras que utilizan constantemente los servicios.

Formular estrategias de innovación en diseños y materiales, como estrategia de mercadeo y diferenciación complementaria.

Es una excelente oportunidad, implementar la norma ISO 9001 de Sistema de Gestión de Calidad para ganar competitividad frente a las demás empresas con actividades afines y así sustentar un excelente servicio desde el inicio del negocio hasta finalizar con el servicio post venta.

## BIBLIOGRAFÍA

CÁMARA DE COMERCIO DE PASTO. Anuario estadístico: anuario estadístico movimiento del registro Público. Bogotá: s.n., 2016.

FLEITMAN, Jack. Negocios Exitosos. México: Mc. Graw Hill, 2000. 450 p.

KOTLER, Philip. Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. México: Prentice Hall, 2002. 265 p.

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA, NTC 5613:2008. Referencias, bibliografía, contenido, forma y estructura. Bogota D.C, Colombia: Icontec, 2008.

WESTON, Fred. Fundamentos de Administración Financiera. La Habana: s.n., 2000. 259 p.

## NETGRAFÍA

ALCALDIA DE BOGOTA. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

ALCALDIA DE PASTO. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.alcaldiadepasto.gov.co](http://www.alcaldiadepasto.gov.co)

ARTÍCULO SOBRE LOS PLANES DE NEGOCIO COMO HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN PARA LAS NUEVAS EMPRESAS. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.google.com](http://www.google.com)

BUSINESS MONITOR INTERNATIONAL. [en línea] 2013. [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.bmiresearch.com/](http://www.bmiresearch.com/)

CÁMARA DE COMERCIO PASTO. [en línea] [citado 2016-05-05] Disponible en internet: [www.camaradecomerciodepasto.gov.co](http://www.camaradecomerciodepasto.gov.co)

CONSULTAS LABORAELS. [en línea] [citado 2015-01-09] Disponible en internet: <http://consultas-laborales.com.co/index>.

CENAC. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.cenac.org.co/](http://www.cenac.org.co/)

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (DANE). [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

DINERO.COM. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: <http://www.dinero.com/actualidad/economia/articulo/sector-servicios-si-esta-haciendo-tarea/177057>

INFORME DE INDUSTRIA ENERO-DICIEMBRE. [en línea] 2014. [citado 2016-03-09] Disponible en internet: [www.informedeindustria.gov.co](http://www.informedeindustria.gov.co)

INSTITUTO NACIONAL DE VÍAS- INVIAS. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.institutonacionaldevias.gov.co](http://www.institutonacionaldevias.gov.co)

MANTENIMIENTO. [en línea] [citado 2015-06-08] Disponible en internet: Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Mantenimiento>

PLAN TERRITORIAL DE SALUD 2012-2015. [en línea] [citado 2015-10-24] Disponible en internet: [www.planterritorialdesalud.gov.co](http://www.planterritorialdesalud.gov.co)

RECURSOS FISICOS. [en línea] [citado 2015-05-05] Disponible en internet:  
Disponible <https://www.uis.edu.co/intranet/calidad/documentos/RECURSOS%20FISICOS/PROCEDIMIENTOS/PRF.08.pdf>

# ANEXOS

## ANEXO A. ENCUESTAS

### ENCUESTA A HOGARES

Fecha: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_/

encuesta N° \_\_\_

Objetivo: Conocer las características de la prestación de los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento de los espacios en los Hogares de San Juan de Pasto.

Por favor responda las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el estrato Social al que pertenece?

3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_ 6 \_\_\_

2. ¿Marque con una "x" cuáles fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizó en el último año?

A. Sistema drywall (Super board ó Panel-yeso)	
B. Pisos (Flotantes y en cerámica)	
C. Cocinas integrales	
D. Amoblado	
E. Carpintería: Puertas, ventanas, barrederas, muebles, clósets, etc.	
F. Aluminio y Vidrio: Divisiones para baño en vidrio templado, ventanas y	
G. Canchas sintéticas y zonas de recreación	
H. Cerrajería: Puertas, ventanas, mallas de seguridad, estructuras, escaleras, etc.	
I. Enchapes	
J. Grifería	
K. Techos	
L. Iluminación	
M. Chimeneas	
N. Redes eléctricas, de datos, comunicaciones, gas, hidráulicas y sanitarias.	
O. Cámaras de seguridad	
P. Circuitos cerrados de televisión	
Q. Cajas fuertes	
R. Tanques de abastecimiento	
S. Obra Negra	
T. Obra Gris	
U. Otro, ¿cuál?	

3. ¿Quién atendió su necesidad de adecuación o mantenimiento?

- A. Maestro informal  
B. Alguien de la familia  
C. Empresa \_\_\_\_\_

4. ¿Cuántas veces al año requiere de servicios de adecuación o mantenimiento de espacios?

\_\_\_\_\_

5. ¿Su proveedor le ofrece servicio de diseño real en 3 dimensiones?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

6. ¿Le gustaría mirar las obras en 3 dimensiones con diseños, medidas, colores y materiales proyectados de manera real, antes de invertir en las obras?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

7. ¿Cuál es su actual nivel de satisfacción, respecto a la prestación de los servicios de adecuación y mantenimiento de su hogar y/o empresa? Marque su respuesta.

Factor	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Asesoría en la planeación					
Formalidad y claridad del contrato					
Nivel de confianza que genera el prestador del servicio					
Cumplimiento de tiempos					
Calidad del trabajo					
Garantía					
Costo					
<b>Promedio</b>					

8. ¿Cuál es el costo promedio de los servicios anualmente?

Menos de 500 000 \_\_\_\_\_

De 500 000 a 2 000 000 \_\_\_\_\_

De 2 000 000 a 5 000 000 \_\_\_\_\_

Mas de 5 000 000 \_\_\_\_\_

9. ¿Le gustaría contar con un proveedor que preste estos servicios con mayor garantía, profesionalismo, responsabilidad, calidad y cumplimiento?

SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

## ENCUESTA A EMPRESARIOS

Fecha: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_/

encuesta N° \_\_\_

Objetivo: conocer las características de la prestación de los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento de los espacios en la ciudad de San Juan de Pasto.

Por favor responda las siguientes preguntas:

1. ¿Número de trabajadores? \_\_\_\_\_
2. ¿Tipo de empresa?

Publica \_\_\_ Privada \_\_\_ Mixta \_\_\_

3. ¿Cuál es la actividad económica de su empresa?

Agrícola \_\_\_ industrial \_\_\_ servicios \_\_\_ comercial \_\_\_ otros \_\_\_

4. ¿Marque con una (X) cuales fueron los servicios de construcción, adecuación y mantenimiento que utilizo en el último año?

A. Sistemas drywall (Superboard ó Panel-yeso)	
B. Pisos (Flotantes y en cerámica)	
C. Cocinas integrales	
D. Amoblado	
E. Carpintería: Puertas, ventanas, barrederas, muebles, closet's, etc.	
F. Aluminio y Vidrio: Divisiones para baño en vidrio templado, ventanas y	
G. Canchas sintéticas o zonas de recreación	
H. Cerrajería: Puertas, ventanas, mallas de seguridad, estructuras, escaleras, etc.	
I. Enchapes	
J. Grifería	
K. Techos	
L. Iluminación	
M. Chimeneas	
N. Redes eléctricas, de datos, comunicaciones, gas, hidráulicas y sanitarias.	
O. Cámaras de seguridad	
P. Circuitos cerrados de televisión	
Q. Cajas fuertes	
R. Tanques de abastecimiento	
S. Obra Negra	
T. Obra Gris	
U. Otro, ¿cuál?	

5. ¿Quién atendió su necesidad de adecuación o mantenimiento?

- D. Maestro informal
- E. Alguien de la familia
- F. Empresa \_\_\_\_\_

6. ¿Cuántas veces al año requiere de servicios de adecuación o mantenimiento de espacios?

\_\_\_\_\_

7. ¿su proveedor le ofrece servicios de diseño real en 3 dimensiones?

SI\_\_\_ NO\_\_\_

8. ¿Le gustaría mirar las obras en 3 dimensiones con diseños, medidas, colores y materiales proyectados de manera real, antes de invertir en las obras?

SI\_\_\_NO\_\_\_

9. ¿Cuál es su actual nivel de satisfacción, respecto a la prestación de los servicios de adecuación y mantenimiento de su hogar y/o empresa?

<b>Factor</b>	<b>Muy malo</b>	<b>Malo</b>	<b>Regular</b>	<b>Bueno</b>	<b>Muy bueno</b>
Asesoría en la planeación					
Formalidad y claridad del Contrato					
Nivel de confianza que genera el prestador del servicio					
Cumplimiento de tiempos					
Calidad del trabajo					
Garantía					
Costo					
<b>Promedio</b>					

10. ¿Cuál es el costo promedio de los servicios anualmente?

- Menos de 500 000 \_\_\_\_\_
- De 500 000 a 2 000 000 \_\_\_\_\_
- De 2 000 000 a 5 000 000 \_\_\_\_\_
- Más de 5 000 000 \_\_\_\_\_

11. ¿Le gustaría contar con un proveedor que preste estos servicios con mayor garantía, profesionalismo, responsabilidad, calidad y cumplimiento?

SI\_\_\_NO\_\_\_