



DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO DE ACABADOS A INMUEBLES EN EL MUNICIPIO SAHAGÚN-
CÓRDOBA

YULENIS MARIA ORTEGA ARGUMEDO

PAULA ANDREA QUIJANO VARGAS

JUAN CARLOS RAMIREZ PITA

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Sede Bogotá D.C. - Sede Principal

Programa Especialización en Gerencia de Proyectos

abril de 2020

DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO DE ACABADOS A INMUEBLES EN EL MUNICIPIO SAHAGÚN-
CÓRDOBA

YULENIS MARIA ORTEGA ARGUMEDO
PAULA ANDREA QUIJANO VARGAS
JUAN CARLOS RAMIREZ PITA

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de
Proyectos

Asesor(a)
MAURICIO GARCIA ALEJO
Doctor en Administración de Empresas
Magister en Administración de Empresas

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Virtual y a Distancia
Sede Bogotá D.C. - Sede Principal
Programa Especialización en Gerencia de Proyectos
abril de 2020

DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO DE ACABADOS A INMUEBLES EN EL MUNICIPIO SAHAGÚN-
CÓRDOBA

Dedicatoria

Dedicamos este esfuerzo a nuestros padres porque nos formaron como persona y han confiado en cada uno de nosotros día a día, para cumplir nuestros sueños.

Lo dedicamos a las personas cercanas que nos acompañan en nuestro camino, a ellos que nos alegran, que nos motivan a mejorar y nos apoyan incondicionalmente.

DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE ACABADOS A INMUEBLES EN EL MUNICIPIO SAHAGÚN-CÓRDOBA

Agradecimientos

Los autores expresan su agradecimiento a:

A Dios y a nuestros padres, porque nos han dado el apoyo, guiándonos espiritual y emocionalmente por el camino del bien.

Agradecemos especialmente a todos nuestros amigos y profesionales que hicieron posible este trabajo de grado; dándole especial reconocimiento a los maestros colaboradores, quienes con su experiencia guiaron para que este trabajo se culminara de la mejor forma.

DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE ACABADOS A INMUEBLES EN EL MUNICIPIO SAHAGÚN-CÓRDOBA

Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras	8
Resumen	9
Abstract	10
Introducción	11
I CAPÍTULO: DISEÑO METODOLÓGICO	12
1.1 Dimensión del tema de estudio	12
1.1.1 Problema	12
1.1.2 Descripción del problema	13
1.1.3 Formulación del problema	14
1.2 Objetivos	15
1.2.1 Objetivo general	15
1.2.2 Objetivos específicos	15
1.3 Justificación	16
1.4 Estado del arte o antecedentes	18
1.5 Metodología	22
1.5.1 Tipo de estudio	22
1.5.2 Enfoque de investigación	22
1.5.3 Población y muestra	22
1.5.4 Instrumentos	24
1.5.5 Procedimiento	28
II CAPÍTULO: DESARROLLO OBJETIVO ESPECÍFICO 1	29
2 Resultados	29
2.1 Análisis de la demanda	29
2.2 Mercado objetivo	30
2.3 Análisis de la oferta	31
2.4 Matriz DOFA	32

DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO DE ACABADOS A INMUEBLES EN EL MUNICIPIO SAHAGÚN-
CÓRDOBA

III CAPÍTULO: DESARROLLO OBJETIVO ESPECÍFICO 2.....	35
IV CAPÍTULO: DESARROLLO OBJETIVO ESPECÍFICO 3	36
V CAPÍTULO: ANÁLISIS FINANCIERO	38
VI CAPÍTULO: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
6.1 Conclusiones	44
6.2 Recomendaciones	45
Referencias.....	46
Anexos.....	48
Anexo 1	48
Anexo 2	49
Anexo 3	50

DETERMINAR LA VIABILIDAD DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO DE ACABADOS A INMUEBLES EN EL MUNICIPIO SAHAGÚN-
CÓRDOBA

Lista de tablas

Tabla 1. Ficha de encuesta.....	24
Tabla 2. Censo 2005 Población y Unidades de Vivienda.....	29
Tabla 3. Censo 2018 Población y Unidades de Vivienda	30
Tabla 4. Incremento de Salario mínimo.....	32
Tabla 5. Matriz DOFA.....	33
Tabla 6. Productos disponibles para la venta.....	38
Tabla 7. Ventas Anuales en pesos.....	38
Tabla 8. Costo MP e insumos pesos.....	39
Tabla 9. Inversiones.....	39
Tabla 10. Préstamo.....	40
Tabla 11. Resultado.....	41
Tabla 12. Proyección 5 años.....	42
Tabla 13. Evaluación.....	42
Tabla 14. Balance.....	43

Lista de figuras

Figura 1. Gráfico de modelo de muestra	23
Figura 2 Mapa de municipio de Sahagún, Córdoba.....	24
Figura 3 Licencias en m2 de vivienda departamento de Córdoba.....	25
Figura 4 Aporte al PIB por el departamento de Córdoba.....	25
Figura 5 Resultado a la pregunta #1 de la encuesta.....	26
Figura 6 Resultado a la pregunta #2 de la encuesta.....	26
Figura 7 Resultado a la pregunta #3 de la encuesta.....	27
Figura 8 Resultado a pregunta #4 de la encuesta.....	27
Figura 9 Resultado a la pregunta #5 de la encuesta.....	28
Figura 10. Licencias de vivienda Sahagún.....	31
Figura 11. Inflación y meta de inflación.....	31
Figura 12. Punto de equilibrio.....	41

Resumen

Se determinará la viabilidad de una empresa independiente y sólida analizando variables del ámbito financiero, técnico y ambiental, para aportar suficiente información del lugar objetivo.

El proyecto se enfrenta a la situación actual del municipio de Sahagún Córdoba con factores que respondan a las necesidades que se estimen en la población estudio, analizando así mismo la tendencia del sector constructor y su alto crecimiento en el país.

Se analizarán los diferentes componentes del macroambiente y microambiente del mercado potencial del municipio de Sahagún, teniendo en cuenta las condiciones actuales del entorno para la prestación del servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles. Se definirán los requerimientos básicos para el funcionamiento de la empresa, en el cual con la información recolectada se elaborará un estudio a partir de un planteamiento del problema frente al consumo de recurso requerido en mano de obra, materiales y costos indirectos.

Palabras clave: viabilidad, mercado, beneficios, impacto social y ambiental.

Abstract

The viability of an independent company will be determined by deeply analyzing variables from the financial, technical and environmental fields, in order to provide sufficient information on the target location.

The project faces the current situation of the municipality of Sahagún, Córdoba, with factors that respond to the estimated needs in the studied population, also analyzing the trend of the construction sector and its high growth in the country.

The different components of the macroenvironment and microenvironment of the potential market of the municipality of Sahagún will be analyzed, taking into consideration the current conditions of the environment for the provision of maintenance services for painted buildings. The basic requirements for the operation of the company will be defined, and with the collected information, a study will be elaborated based on an approach to the problem regarding the resource consumption required in labor, materials and indirect costs.

Keywords: viability, market, benefits, social and environmental impact.

Introducción

En la actualidad las empresas colombianas se encuentran en transición, por la alta competencia en el territorio nacional y la apertura del mercado con tratados económicos internacionales que han permitido un mayor desarrollo en la economía colombiana. Por esta razón, las empresas se han visto obligadas a adaptarse a las exigencias del mercado con el propósito de ser sostenibles y mantenerse con el tiempo, para esto es necesario aplicar estrategias que les permitan diferenciarse de sus competidores tales como preservación del medio ambiente, precio y calidad.

Este trabajo, determinará la viabilidad de una empresa dedicada a los acabados de inmuebles, que permita definir la oferta y la demanda de la actividad en el municipio de Sahagún del departamento de Córdoba, de esta manera, la ejecución de viviendas tiende a contribuir enormemente a la organización del territorio nacional, permitiendo el desarrollo económico de un país mediante la evolución de la construcción, convirtiéndose en uno de los sectores más importantes y dinámicos, pues este permite la creación y el mejoramiento de edificios y viviendas, entre otros.

El sector constructor en el país, es uno de los sectores que genera un gran desarrollo económico y social, de cada una de las regiones del país. De este sector se despliegan innumerables actividades que se pueden explotar y desarrollar.

El principio de este estudio se basa en que existen ciertas situaciones desfavorables en el país, especialmente en el municipio de Sahagún- Córdoba, las cuales han originado que los empresarios cambien su forma de hacer negocio e implementen herramientas que contribuyan a mantener un perfil más alto en el ámbito económico.

En el municipio de Sahagún se ha dado un aumento significativo en la demanda de construcciones, por lo que se ha recurrido a prestar este servicio de acabados a inmuebles desde otras ciudades, ya que en Sahagún no se cuenta con una empresa que brinde esta labor y que garantice calidad, por esto surge la necesidad de determinar la viabilidad de una empresa prestadora de servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles en el municipio de Sahagún-Córdoba de que se adapte al contexto colombiano y cumpla con la satisfacción del mercado objetivo en la región.

I CAPÍTULO: DISEÑO METODOLÓGICO

1.1 Dimensión del tema de estudio

1.1.1 Problema

El 2020 luce como un año sobre el que se puede soportar una visión objetivamente optimista para el sector de la construcción. Las señales observadas a lo largo de 2019 respecto al mercado de vivienda nueva, particularmente el de vivienda social y segmento medio, alimentan esa expectativa, junto a un desempeño que puede describirse como punto de inflexión para el mercado de vivienda de segmentos altos y la construcción no residencial. Estas tendencias, sumadas a un terreno de bajas tasas de interés y dinamismo en el canal de crédito, configuran las condiciones para fijar expectativas favorables durante el año.

El mercado de vivienda nueva cerró 2019 con un crecimiento de 4,7%, llegando a 188.000 unidades vendidas. El lanzamiento de proyectos también tuvo un repunte importante que reflejó un crecimiento de 10%. En este dinamismo, la vivienda social llegó a 118.000 unidades, evidencia clara de la importancia del programa Mi Casa Ya, que ha permitido no solo incrementar la oferta de proyectos de Vivienda de Interés Social (VIS), sino que ha facilitado el cierre financiero para decenas de miles de hogares, llevando a que seis de cada 10 viviendas nuevas en el país sean VIS¹.

La construcción de vivienda es un motor de desarrollo económico y social que disminuye la pobreza por medio de generación de empleo, trae equidad y bienestar social, aumenta la inversión extranjera en el país y además en una de las ramas con mayor desempeño económico. Su incremento del 21,37% anual de unidades vendidas en el acumulado de 12 meses con corte a febrero de 2019².

¹S.A.S., E. L. R. (n.d.). "Construcción 2020: dos claves para avanzar". Retrieved March 28, 2020, from <https://www.larepublica.co/especiales/estado-de-la-economia-2020/construccion-2020-dos-claves-para-avanzar-dijo-sandra-forero-presidente-de-camacol-2960109>

²CAMACOL, Jefatura de estudios económicos y técnicos. 15 edición, mayo 2019

Para la asociación nacional de industriales (ANDI), la construcción ha sido una de las actividades productivas más dinámica al presentar un crecimiento promedio en las licencias de construcción del 3.3% con respecto al año 2019 en el departamento de Córdoba³.

En marzo de 2019, se licenciaron 16.039 soluciones de vivienda; 8.288 viviendas de interés social (VIS) y 7.751 viviendas diferentes a interés social, lo cual representó una variación en el número de unidades aprobadas para vivienda de interés social de 20,0% y para vivienda diferente de interés social de 23,2%⁴.

Esto contribuye a que el sector continúe con la dinámica de crecimiento y generación de empleo que se ha tenido en los últimos años.

1.1.2 Descripción del problema

El mundo moderno sugiere importantes desafíos para cualquier empresario, al margen de la complejidad de la empresa, del sector en el cual se desenvolverá, el mercado es un juez que no perdona los errores, y la empresa debe garantizar que tanto su estructura como su producto va a cumplir con las exigencias de los clientes, situación que las lleva a trabajar ocasionalmente en forma conjunta, so pena de quedar por fuera de la oferta.

Por inquietud de los participantes del presente Trabajo de Grado frente a la expectativa de incursionar en el negocio de la construcción, en determinar la viabilidad de una empresa prestadora de servicios de acabados en inmuebles nuevos y usados de estratos socio-económico medio-alto, ubicados en el municipio de Sahagún (Córdoba), con el fin de generar ingresos y beneficios.

Actualmente el modelo de mercado referente a la esfera de inmuebles se ha enfocado principalmente en la venta de propiedades nuevas, sin embargo, como estrategia de venta por parte de las constructoras, permiten modificaciones y mantenimiento o entregan el inmueble sin ningún tipo de acabados.

³ANDI, Información Económica, Indicadores Regionales, Enero 2020

⁴DANE, Boletín Técnico indicadores económicos alrededor de la construcción, I trimestre 2019

En el municipio de Sahagún Córdoba se evidencia la necesidad de satisfacer un mercado específico, frente a la falta de oferta local del servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles, ofreciendo calidad y eficiencia en la labor, a precios que puedan competir con las otras empresas que prestan este servicio y se encuentran localizadas en la región, las cuales puedan tener precios más altos, considerando los costos de logística y transporte.

1.1.3 Formulación del problema

¿Será viable una empresa prestadora de servicios de mantenimiento de acabado a inmuebles en el municipio de Sahagún Córdoba, ofreciendo garantía, excelencia en calidad, eficiencia y precio?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad de una empresa prestadora de servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles en el municipio de Sahagún Córdoba, que responda a las necesidades y expectativas de la población.

1.2.2 Objetivos específicos

- Determinar el mercado propio para una empresa prestadora de servicio de mantenimiento de inmuebles a nivel de acabados en el municipio de Sahagún Córdoba, de estrato socio-económico medio-alto.
- Establecer el impacto social y ambiental para una empresa de mantenimiento de inmuebles a nivel de acabados en el municipio de Sahagún Córdoba.
- Determinar los posibles beneficios al implementar una empresa prestadora de servicios de mantenimiento de inmuebles a nivel de acabados en el municipio de Sahagún Córdoba.

1.3 Justificación

Se identifica que en el sector de la construcción hay una gran oportunidad de participar con un proyecto que hace parte del proceso del mantenimiento de la vivienda en Colombia, así mismo al evaluar la situación actual en que se encuentra el sector de servicios, se tiene en cuenta su aporte con relación en el PIB y el crecimiento de este sector en el país, estas son variables que se presentan como ocasión para aprovechar y determinar la viabilidad de una empresa dedicada a los acabados de viviendas.

Este trabajo proporcionará, que bajo la apropiación de las tendencias que hay actualmente en el sector de la construcción se puedan visualizar nuevas oportunidades, identificando unas condiciones iniciales, con ventajas competitivas, que faciliten la entrada en un campo que esta por explorar en una gran medida, como lo es el acabado de inmuebles tanto nuevos como usados, enfocándose directamente en los estratos socio-económico medio-alto, ubicados en el municipio de Sahagún Córdoba, es decir basándose en las necesidades, gustos y deseos, con el fin de brindar una satisfacción completa a cada uno de ellos.

Después de realizar un análisis determinado sobre las posibilidades de establecer un proyecto de emprendimiento en el municipio de Sahagún-Córdoba de una empresa prestadora de servicios de acabados a inmuebles, que permitirá establecer la viabilidad ofreciendo garantía y calidad al ejecutar la labor eficientemente y a precios que puedan ser competitivos con otras empresas que prestan este servicio y se encuentren localizadas en la región.

De acuerdo con las características de este municipio y sus alrededores, se evidencio la carencia de este tipo de empresas para los servicios de acabados a viviendas. Por lo tanto, se determinará la viabilidad y sostenibilidad en el tiempo del presente proyecto.

Con lo anterior, se puede decir que una empresa de mantenimiento y mejoramiento del aspecto visual de los acabados en los inmuebles en el municipio de Sahagún puede ser viable técnica, financiera, comercial y ambientalmente, puesto que no es novedosa pero sí es necesaria y está acorde a las características del mercado, sus tendencias y necesidades de los usuarios por este servicio.

Por otra parte, al dar origen a una nueva empresa en este municipio se promueve el empleo, mejora el aspecto visual de los barrios, genera buenas prácticas de mantenimiento para los inmuebles y se genera un bajo impacto en el medio ambiente de la región, además se fortalecerá y ampliará las posibilidades en servicios dentro del sector de la construcción.

El análisis de las condiciones actuales del entorno nacional y el mercado del municipio de Sahagún Córdoba permitirán determinar que la prestación del servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles tenga un crecimiento importante impulsado por el dinamismo de la construcción, el mantenimiento y mejoramiento del aspecto visual de viviendas para los cuales traerá la demanda de este tipo asistencia.

Este trabajo cobra interés para sus autores en la medida que facilita la comprensión de aspectos teórico-prácticos de los referentes metodológicos que aporta la evaluación de proyectos, por lo tanto, esta investigación será de gran soporte para la viabilidad del mismo.

1.4 Estado del arte o antecedentes

Para este proyecto se consultaron diferentes estudios de proyectos a nivel nacional mediante una búsqueda en base de datos digitales para tener fundamento en las fuentes de información y relacionar la metodología utilizada para el desarrollo de los diferentes estudios, como el análisis de mercado, estudio técnico.

ARIAS GUTIERREZ, Jury Catalina y GOMEZ PEREZ, Fabián Humberto. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría enfocada en gestión de procesos, administrativa, financiera y logística de las pymes ubicadas en el departamento de Antioquia. Proyecto de grado para optar el título de Especialistas en Formulación y Evaluación de Proyectos Públicos y Privados. Medellín: Universidad de Medellín Facultad de posgrados, 2011.

Esta investigación se realiza a partir de estudio de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de consultoría a Pymes en procesos, administrativa, financiera y logística en el departamento de Antioquia; con el fin de optimizar sus recursos e incrementar su nivel competitivo, a un nivel de precios accesible para el mercado objetivo.

El enfoque de este proyecto empresarial obedece a los altos índices de incumplimiento en el pago de los créditos concedidos a las Pymes para su creación y fortalecimiento financiero, los cuales fueron otorgados mediante programas de emprendimiento adelantados por el gobierno local. En la Región específicamente se tiene la conciencia de que estos programas contribuyen con el desarrollo económico, generación de empleos y mejoramiento de la calidad de vida de las personas; sin embargo, las Pymes se han convertido en empresas “apaga incendios” y por ende presentan inestabilidades en su gestión administrativa, logística y financiera. Lo anterior puede resultar ser una de las causas por las cuales muchas de las microempresas han fracasado e incumplido los términos de pagos concedidos en estos programas⁵.

⁵ARIAS GUTIERREZ, Jury Catalina y GOMEZ PEREZ, Fabian Humberto. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría enfocada en gestión de procesos, administrativa, financiera y logística de las pymes ubicadas en el departamento de Antioquia. Proyecto de grado para optar el título de Especialistas en Formulación y Evaluación de Proyectos Públicos y Privados. Medellín: Universidad de Medellín Facultad de posgrados, 2011.

CHÁVEZ ROSERO, Eliana Paola y AMADO LANDINEZ, Oswaldo. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de outsourcing de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Bogotá localidad de chapinero. Proyecto de grado. Administrador de Empresas. Bogotá: Universidad de la Salle Facultad de Administración de Empresas, 2006.

En la actualidad el Gobierno Nacional a través de organismos públicos y privados ha motivado el desarrollo de nuevos proyectos para generar empleo y mejorar la calidad de vida de toda la comunidad. Los niveles de productividad y rentabilidad que las compañías alcanzan para afianzar sus programas de crecimiento, tanto en el ámbito local como en el internacional, en buena medida dependen de los mejoramientos que le brinden a la calidad de sus servicios y al perfeccionamiento de sus planes de comunicación corporativa⁶.

RICO MOYA, Lina Paola y LOZANO FORERO, Manuel Alfonso. Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de pinturas arquitectónicas en la ciudad de Bogotá D.C Trabajo de grado. Ingeniero Industrial. Bogotá: Fundación Universidad de Américas, 2010.

El presente trabajo tiene como finalidad estimar las ventajas y desventajas de carácter técnico y financiero para la puesta en marcha de un proyecto de inversión, en este caso la creación de una comercializadora de pinturas arquitectónicas en la ciudad de Bogotá D.C. determinando principalmente las características de un estudio de mercado que permita estimar si existe la suficiente demanda que justifique la inversión del proyecto, los posibles nichos de mercado y las inconformidades que se presentan actualmente en los consumidores⁷.

También se logró desarrollar un estudio técnico que permitió conocer las instalaciones locativas, tecnológicas y maquinarias, así como aspectos de seguridad industrial que conlleven al correcto desarrollo de las actividades de la empresa; elaborar la estructura organizativa y administrativa para establecer las características de los recursos humanos necesarios para llevar a cabo el ejercicio de la organización; establecer un estudio ambiental en el cual se evalué el impacto que genera el

⁶ CHÁVEZ ROSERO, Eliana Paola y AMADO LANDINEZ, Oswaldo. Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de outsourcing de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Bogotá localidad de chapinero. Proyecto de grado. Administrador de Empresas. Bogotá: Universidad de la Salle Facultad de Administración de Empresas, 2006.

⁷ RICO MOYA, Lina Paola y LOZANO FORERO, Manuel Alfonso. Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de pinturas arquitectónicas en la ciudad de Bogotá D.C Trabajo de grado. Ingeniero Industrial. Bogotá: Fundación Universidad de Américas, 2010.

producto al ecosistema, implementando mecanismo de prevención y control de contaminación contribuyendo al desarrollo sostenible del planeta; ejecutar los pasos y procedimientos requeridos para la creación de la empresa comercializadora enmarcada en la legislación colombiana cumpliendo con las normas legales vigentes, finalmente realizar la evaluación financiera para concluir si es viable económicamente llevar a cabo el proyecto además de los compromisos que la comercializadora adopte relaciones con la calidad, seguridad y responsabilidad social de manera que se puedan reducir al mínimo las probabilidades de fracaso en la toma de decisiones durante el desarrollo del proyecto.

SARRIA, Camilo y BECERRA, Sandra Milena. Implementación de un plan de negocios en la empresa pintura San Pedro. Trabajo de grado. Administrador de Empresas. Bogotá: Universidad de la Salle, 2010.

El origen de esta investigación se debe a algunas situaciones críticas en la economía del país; lo cual ha forzado a los empresarios y emprendedores a cambiar su visión de negocio, para poder optimizar al máximo sus recursos y así poder ser más competitivos. La investigación se desarrolla en la empresa Pinturas San Pedro, la cual se dedica a la labor de la comercialización, en la que se pretende implementar un plan de negocio, que enfoque los esfuerzos de la empresa a replantear y organizar toda la gestión estratégica⁸.

Por medio de los estudios y análisis realizados, se identifican las falencias importantes, que afectan la gestión de pinturas San Pedro, y a su vez permite a plantear alternativas que contribuyen de manera positiva al desarrollo de la empresa.

⁸ SARRIA, Camilo y BECERRA, Sandra Milena. Implementación de un plan de negocios en la empresa pintura San Pedro. Trabajo de grado. Administrador de Empresas. Bogotá: Universidad de la Salle, 2010.

ROJAS, Monica. Plan de negocios para la puesta en marcha de una planta de elaboración y comercialización de pinturas arquitectónicas en la ciudad de Cúcuta. Trabajo de grado. Administrador de empresas. Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander, Facultad de ciencias Empresariales, 2005.

Este proyecto se desarrolló en vista a los altos índices de desocupación, el crecimiento de la economía informal y la falta de iniciativa hacia nuevos productos que fortalezcan la economía local.

El propósito del estudio fue examinar y analizar las características del mercado mediante una investigación a la población que se toma como base para establecer la viabilidad técnica en cuanto a equipos e insumos necesarios, localización y tamaño del proyecto, estudiar el diseño organizacional requerido que asegure una adecuada prestación del servicio, aspectos que se tiene en cuenta para los resultados económicos y financieros⁹.

⁹ ROJAS, Monica. Plan de negocios para la puesta en marcha de una planta de elaboración y comercialización de pinturas arquitectónicas en la ciudad de Cúcuta. Trabajo de grado. Administrador de empresas. Cúcuta: Universidad Francisco de Paula Santander, Facultad de ciencias Empresariales, 2005.

1.5 Metodología

1.5.1 Tipo de estudio

Se utilizará un tipo de estudio descriptivo para la recopilación de la información requerida para el desarrollo de los objetivos. Según Méndez¹⁰, la metodología descriptiva tiene como propósito la identificación de los hechos que conforman el problema de investigación, teniendo en cuenta las características del entorno y de las personas que se encuentran en el universo de investigación o incluso de situaciones específicas que permitan llegar a una serie de resultados que permitan determinar como producto final un modelo de negocio que será el instrumento para tomar la decisión de ejecutar dicho proyecto.

1.5.2 Enfoque de investigación

El presente trabajo será diseñado bajo el planteamiento metodológico del enfoque cuantitativo, puesto que éste es el mejor que se adapta y permite aplicar técnicas como la observación y recopilación de datos de forma directa que son necesarias para establecer condiciones generales del mercado donde se va a desenvolver la empresa a partir de su implementación.

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar así la viabilidad de la hipótesis previamente establecida. “Es la medición numérica, el conteo y frecuentemente confía en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamientos en una población”. (Hernández, Fernández & Baptista, 2003, p.5).

1.5.3 Población y muestra

Al seleccionar y plantear un diseño se busca maximizar la validez y confiabilidad de la información y reducir los errores. La validez se refiere al grado en que se logra medir lo que se pretende, es un requisito para lograr la confiabilidad de los datos. La confiabilidad se refiere a la consistencia, coherencia y estabilidad de la información recolectada.

¹⁰ MÉNDEZ, C. Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: Mc Graw Hill, 2012.

Otro elemento que debe plantearse claramente en el diseño, población o grupo o sujeto en que se realizará el estudio.

Para ello debemos en primer término definir la unidad de análisis es decir "quiénes van a ser medidos". Este primer paso permite posteriormente delimitar el universo o población que son la totalidad de los individuos o elementos en los cuales se puede presentar la característica susceptible de ser estudiada y en quienes se pretende generalizar los resultados.

Posteriormente se procede a delimitar la muestra que es un subgrupo o parte de la población o universo, en la que se llevará a cabo la investigación con el fin de generalizar los hallazgos a esa población.

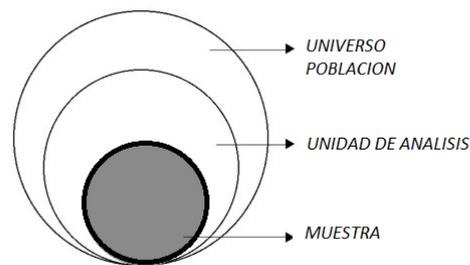


Figura 1 Gráfico de modelo de muestra. Fuente: Propia.

La determinación de la población contribuye a identificar las fuentes primarias de información. En la presente investigación se tendrán en cuenta 3 grupos:

Grupo 1: Clientes potenciales de la empresa que conforman el estudio de mercado.

Grupo 2: Posibles proveedores de maquinaria, equipos, materiales y suministros que permitirán recopilar información importante para el estudio de mercado y para el estudio técnico.

Grupo 3: Competidores dedicados a la producción y/o comercialización de pinturas que se encuentren en el mercado cerca del municipio de Sahagún.



Figura 2 Mapa de municipio de Sahagún, Córdoba. Fuente: Alcaldía Sahagún, Córdoba¹¹.

Tamaño de la población (Fuente: alcaldía de Sahagún)	137500 personas
Tamaño de la muestra	74 personas
Nivel de Confianza	90%
Margen de error	10%

Tabla 1. Ficha de encuesta. Elaboración: propia.

1.5.4 Instrumentos

Se utilizarán para la recolección de la información por medio de entrevistas informales y observación directa, aplicadas directamente por los investigadores y por encuesta (Anexo 1). Esta información es necesaria para el desarrollo del estudio de mercado, principalmente para el análisis de los clientes potenciales, producto, precios, canales de distribución, proveedores y competidores.

¹¹ www.sahagun-cordoba.gov.co.

Las fuentes principales son los informes económicos regionales del Banco de la República, informes estadísticos del DANE, reportes económicos en sitios WEB y normatividad vigente para las actividades que desarrollará la empresa.

Por otro lado, se puede observar el aumento del mercado de vivienda en el departamento de Córdoba (figura 3), y por ende lo que aporta este sector al producto interno bruto (PIB) (figura 4).



Figura 3 Licencias en m2 de vivienda departamento de Córdoba, Fuente: ANDI, Boletín diciembre 2019¹².



Figura 4 Aporte al PIB por el departamento de Córdoba, Fuente: ANDI, Boletín diciembre 2019¹³.

¹² <http://www.andi.com.co/>

¹³ <http://www.andi.com.co/>

De los resultados obtenidos al realizar la encuesta en el municipio de Sahagún-Córdoba, en los siguientes gráficos se puede observar la tendencia de la población a la posibilidad de tener una empresa prestadora de servicios de mantenimiento de acabados a inmuebles, siendo favorable para determinar la viabilidad del proyecto.

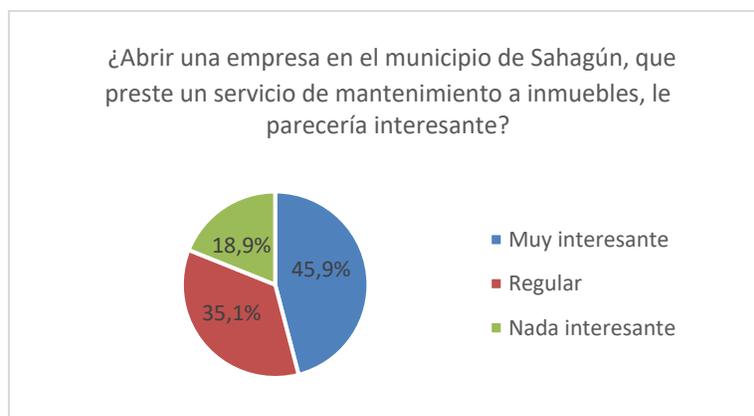


Figura 5 Resultado a la pregunta #1 de la encuesta. Elaboración propia.

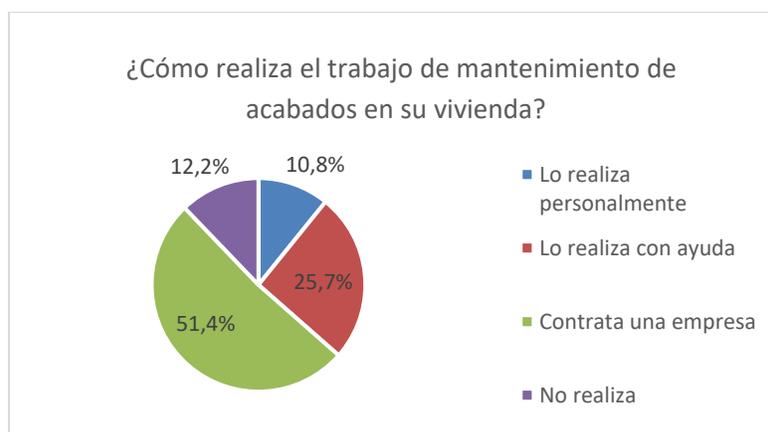


Figura 6 Resultado a la pregunta #2 de la encuesta. Elaboración propia.

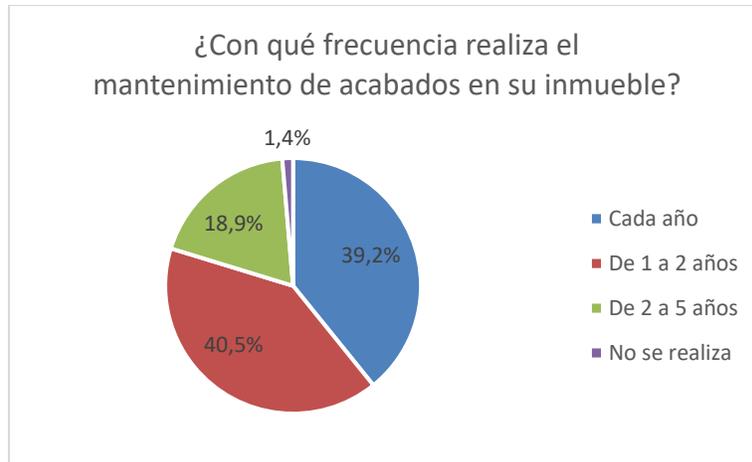


Figura 7 Resultado a la pregunta #3 de la encuesta. Elaboración propia.

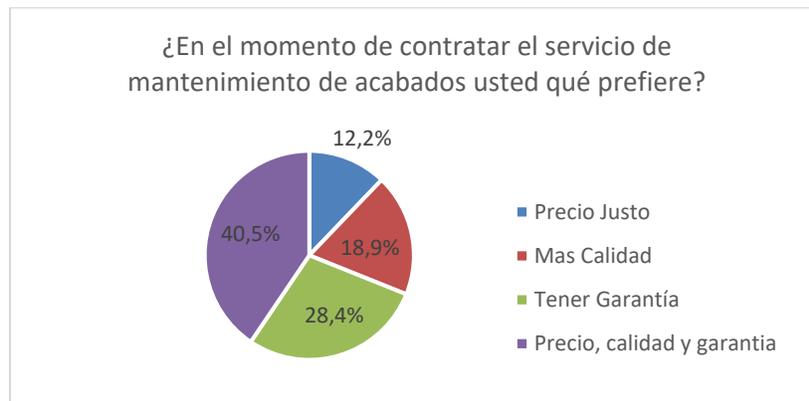


Figura 8 Resultado a pregunta #4 de la encuesta. Elaboración propia.

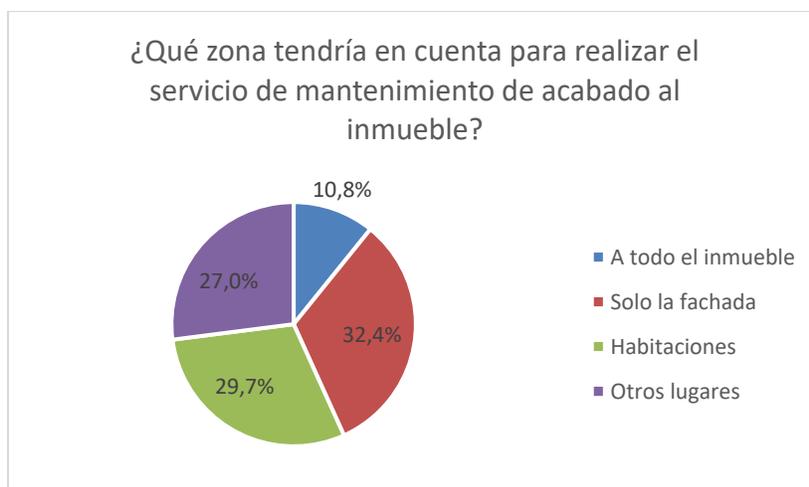


Figura 9 Resultado a la pregunta #5 de la encuesta. Elaboración propia.

1.5.5 Procedimiento

Se tomará la técnica de encuestas la cual nos permite medir la percepción que tiene la población en cuanto a la necesidad que se tiene de requerir un servicio para el mantenimiento de los acabados en sus viviendas, así como la opinión de los clientes en cuanto a la calidad del servicio que han recibido de otras empresas prestadoras de este mantenimiento. Ver Anexo 1.

II CAPÍTULO: DESARROLLO OBJETIVO ESPECÍFICO 1

En la actualidad las empresas colombianas se encuentran en transición, por la alta competencia en el territorio nacional y la apertura del mercado con tratados económicos internacionales que han permitido una mayor apertura de la economía colombiana. Por esta razón, las empresas se han visto obligadas a adaptarse a las exigencias del mercado con el propósito de ser sostenibles y mantenerse con el tiempo y para esto es necesario aplicar estrategias que les permitan diferenciarse de sus competidores tales como preservación del medio ambiente, precio y calidad.

El estudio de mercado es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la viabilidad de la empresa prestadora de servicios de mantenimiento con pintura a inmuebles en el municipio de Sahagún -Córdoba, para atender la necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeara a la empresa: usuarios, proveedores, competidores, legal, y económico o social.

2 Resultados

2.1 Análisis de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda se tuvo en cuenta la tabla 2 del censo de viviendas realizado en el año 2005, correspondiente a 19588 viviendas y la tabla 3 se registra un total de viviendas de 27866 dato obtenido del censo (2018) obteniéndose un aumento de 8278 viviendas.

RESULTADOS CENSO GENERAL 2005													
Población censada después de compensada por omisiones de cobertura geográfica (1,22%) y contingencia de transferencia (0,26%)													
COLOMBIA													
MUNICIPIOS													
Departamento	Código de municipio	Nombre de municipio o corregimiento departamental	Categoría	Población CENSADA COMPENSADA 2005			Hogares CENSADOS COMPENSADOS 2005			Personas por hogar 2005	Viviendas CENSADAS COMPENSADAS 2005		
				Urbano (Cabecera)	Rural (Resto)	Total	Urbano (Cabecera)	Rural (Resto)	Total		Urbano (Cabecera)	Rural (Resto)	Total
Córdoba	23000	Sahagún		44.855	41.334	86.189	10.021	8.688	18.709	4.60	10.159	9.429	19.588

Tabla 2 Censo 2005 Población y Unidades de vivienda. Fuente: DANE¹⁴

¹⁴ www.dane.gov.co

Censo Nacional de Población y Vivienda - CNPV 2018

Total de Unidades de Viviendas censadas según condición de ocupación, hogares y población censada a nivel nacional, departamental y municipal 2018

TOTAL 2018									
Concepto			Unidades de Vivienda según Condición de Ocupación				Total		
Código DIVIPOLA	NOMBRE DEPARTAMENTO	NOMBRE MUNICIPIO	Total unidades de vivienda con personas ausentes	Total unidades de vivienda de uso temporal	Total unidades de vivienda desocupadas	Total unidades de vivienda con personas presentes	Unidades de vivienda	Hogares	Población
23580	Córdoba	Puerto Libertador	68	286	1.461	11.203	13.018	11.306	35.362
23586	Córdoba	Purísima	1	81	322	3.956	4.360	4.329	14.705
23660	Córdoba	Sahagún	228	852	1.683	25.103	27.866	28.609	94.020
23670	Córdoba	San Andrés Sotavento	6	108	348	9.417	9.879	11.415	42.046
23672	Córdoba	San Antero	6	667	642	7.760	9.075	9.019	29.028
23675	Córdoba	San Bernardo del Viento	11	254	834	8.130	9.229	9.018	29.437
23678	Córdoba	San Carlos	3	52	194	6.481	6.730	7.212	23.532
23682	Córdoba	San José de Uré(1)	8	59	445	2.566	3.078	3.315	11.059
23686	Córdoba	San Pelayo	3	197	573	10.939	11.712	14.363	40.617
23807	Córdoba	Tierralta	79	395	2.131	21.821	24.426	22.750	86.578
23815	Córdoba	Tuchín	6	19	366	7.798	8.189	10.847	40.033
	Indice	VIHOPE CNPV 2018	Población CNPV 2018						

Tabla 3. Censo 2018 Población y Unidades de vivienda. Fuente: DANE¹⁵

El municipio cuenta en la actualidad con 32 corregimientos, 117 veredas y 54 barrios en donde se encuentran los propietarios de inmuebles a los cuales se involucra para la renovación de pintura como un hábito remodelar.

2.2 Mercado objetivo

La sede de la empresa será nacional y su sede se ubicará en el municipio de Sahagún Córdoba para prestar el servicio de mantenimiento a inmuebles con pintura a personas jurídicas (compañías y constructoras) y personas naturales de estratos iguales o superiores a tres con hábito de remodelar sus inmuebles.

Los beneficios que busca el consumidor son calidad, eficiencia, garantía y precio en el servicio y un valor agregado que pudiera aplicarse con respecto a la competencia.

¹⁵ www.dane.gov.co

2.3 Análisis de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta a cinco años se tuvo en cuenta la figura 10 que muestra las licencias de construcción de vivienda en el municipio de Sahagún. Se observa en esta gráfica para el año 2015 se construyeron aproximadamente 400 casas, sin embargo, hubo una disminución para los años 2016, 2017 y 2018 en los cuales no se construyeron más de 60 viviendas aproximadamente. No obstante para el año 2019 se ha incrementado las construcciones llegando a 400 viviendas de lo que va corrido del año, viendo esta tendencia podría decirse que para finales del año 2019 superara lo que se construyó en el 2015.



Figura 10. Licencias de vivienda Sahagún. Elaboración propia con base en fuente: DANE.¹⁶

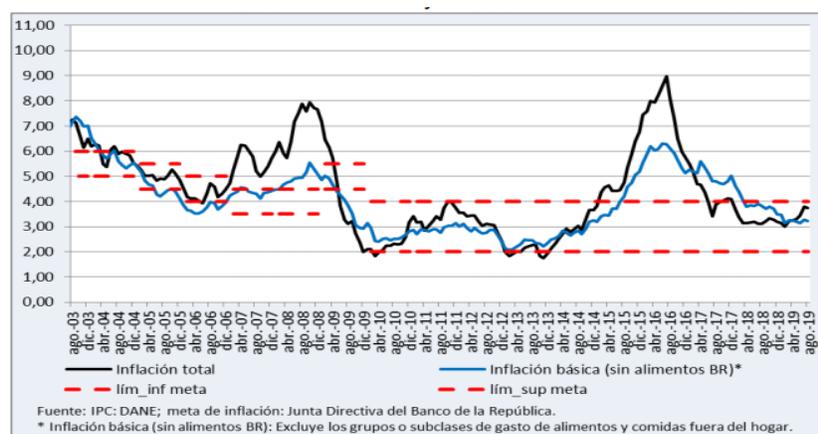


Figura 11. Inflación y meta de inflación. Fuente: DANE.¹⁷

¹⁶ www.dane.gov.co

¹⁷ www.dane.gov.co

Se puede ver en la tabla 4 la inflación y meta de inflación desde el mes de agosto del 2003 hasta agosto del 2019 donde se observa variabilidad llegándose a mantener por debajo del 4% en los últimos tres años de conservarse esta tendencia, los precios de los insumos y mano de obra no se verán afectados significativamente.

VARIACIÓN DEL IPC VS. VARIACIÓN DEL SALARIO				
Año	Variación anual IPC	Salario diario	Salario mensual	Incremento del salario
2000	8,75%	\$8.670	\$260.100	10%
2001	7,65%	\$9.533	\$286.000	10%
2002	6,99%	\$10.300	\$309.000	8%
2003	6,49%	\$11.066	\$332.000	7,4%
2004	5,5%	\$11.933	\$358.000	7,8%
2005	4,85%	\$12.716	\$381.500	6,6%
2006	4,48%	\$13.600	\$408.000	6,9%
2007	5,69%	\$14.456	\$433.700	6,3%
2008	7,67%	\$15.383	\$461.500	6,4%
2009	2%	\$16.563	\$496.900	7,7%
2010	3,17%	\$17.166	\$515.000	3,6%
2011	3,73%	\$17.853	\$535.600	4%
2012	2,44%	\$18.890	\$566.700	5,8%
2013	1,94%	\$19.650	\$589.500	4,02%
2014	3,66%	\$20.533	\$616.000	4,5%
2015	6,77%	\$21.478	\$644.350	4,6%
2016	5,75%	\$22.981	\$689.455	7%
2017	N.D.	24.590.56	\$737.717	7%

Fuente: Banco de la República - Dane / Gráfico: LD-AT

Tabla 4. Incremento de Salario mínimo. Fuente: Banco de la república.¹⁸

Por lo tanto para el primer y segundo año de creada la empresa, se deberá mantener al cliente y su fidelización. En el tercer año la empresa deberá presentar la rentabilidad que permitirá incluir un servicio adicional para los clientes. Para el cuarto y quinto año se adoptarán invertir instalación maquinaria de aplicación y nuevas tecnologías que ayuden al crecimiento de la misma.

2.4 Matriz DOFA

Con este este análisis queremos identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas para la prestación de servicio de mantenimiento de inmuebles con pintura en Sahagún (Córdoba). Así se permite saber el lugar en el mercado para competir.

¹⁸ <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Negociación con los proveedores. • Precio que el cliente está dispuesto a pagar. • Número de empleados reducido. • Costo de maquinaria e insumos alto. • Marca el servicio no reconocido en el medio. • Hábito de remodelación o mantenimiento con pintura bajo en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilización de herramienta y maquinaria de última tecnología. • Ofrecer garantía en el servicio mediante un contrato. • Se ofrece pintura de calidad (tipo 1). • Falta de competencia en la localidad Sahagún. • Crecimiento del sector constructor. • Clientes potenciales en usuarios con hábito de remodelación. • Genera fuente de empleo
FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Lugares de trabajo limpio y ordenado. • Tener contrato de servicio. • Ofrecer calidad eficiencia y garantía en el servicio. • Disposición de residuos en forma segura. • Puntualidad en el cumplimiento. • Personal capacitado. • Satisfacer al cliente para buscar fidelización. • Buen poder de negociación con el cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • La fijación de precios no sea objetiva. • El color no sea lo esperado por el cliente. • El mercado busca mano de obra barata. • Dificultad en la penetración del mercado. • Poca demanda. • Mercado de temporada (solo en épocas la remodelación como navidad y año nuevo) • Barrera y habitó en la remodelación o mantenimiento con pintura.

Tabla 5. Matriz DOFA. Elaboración: propia.

Después de un estudio de la competencia se observa que no existen empresas con servicio de mantenimiento a inmuebles en el municipio, determinando un gran auge de clientes para este negocio. También se establece las necesidades de los posibles consumidores potenciales para el servicio de pintura a los inmuebles.

Del análisis de la oferta y la demanda se puede observar que en municipio de Sahagún no hay empresas que ofrezcan servicio de pintura por lo que es viable la puesta en marcha de una empresa prestadora de servicios de mantenimiento con pintura en inmuebles en el municipio de Sahagún - Córdoba. Por la falta de competencia en el sector local y el crecimiento urbanístico.

III CAPÍTULO: DESARROLLO OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Desde hace tiempo los factores sociales y ambientales de las empresas se han convertido en un tema importante, que además se publicita para demostrar que las empresas están implementando y cumpliendo las normas internacionales en temas de sostenibilidad ambiental a la par con las empresas internacionales. Por otra parte, al dar origen a este tipo de empresa en este municipio se promueve el empleo, las buenas prácticas y el medio ambiente en la región, cuando se establezca el servicio y se fortalezca el sector de la construcción.

El análisis de las condiciones actuales del entorno nacional y el mercado del municipio de Sahagún Córdoba permitirán determinar que la prestación del servicio de mantenimiento de inmuebles con pintura tenga un crecimiento importante impulsado por el dinamismo de la construcción, el embellecimiento del entorno y el mantenimiento y mejoramiento visual de viviendas que aumente la demanda de este tipo de servicio para mejorar el aspecto de las paredes y fachadas.

Aunque es difícil de medir el impacto social y ambiental, algunas empresas se centran en medir resultados, sin profundizar en la teoría del cambio. De ser factibles las condiciones del mercado la puesta en marcha de la empresa prestadora de servicio de mantenimiento de inmuebles con pinturas y teniendo en cuenta las tendencias de crecimiento y de diversificación del mercado en cuanto a calidad, eficiencia, garantía y precio busca satisfacer una demanda cada vez más exigente impactando directamente el entorno social.

La puesta en marcha de la empresa prestadora de servicio de mantenimiento de inmuebles con pinturas requerirá del cumplimiento de los requisitos legales y normatividad técnica con fin de permanecer y crecer en el mercado local, regional y nacional, todo esto generando puestos de trabajo, compras de materias primas, y aportando al mejoramiento del entorno en las áreas intervenidas, sin dejar de lado que todas las actividades serán generando el menor impacto negativo al ambiente puesto que se buscan productos hidrosolubles, de bajo olor y manejados de forma eficiente a fin de ser un ejemplo para las demás empresas del sector en manejo de los recursos.

Se planea utilizar equipos mecánicos y eléctricos que ayudarán con bajar las cantidades de material a utilizar en los trabajos y por ende reducir el desperdicio o despilfarro de sobrantes, minimizando el impacto de estos desechos al medio ambiente.

IV CAPÍTULO: DESARROLLO OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Crear una empresa en Colombia es cada vez más fácil, sin necesidad de intermediarios, abogados o tramitadores cualquier persona tiene una compañía operativa en cuestión de días, el proceso está centralizado para crear empresa en pocas instituciones de forma que el emprendedor no debe visitar por un sin número de organismos, sino que traza una ruta fija de muchas idas y venidas entre la DIAN y la Cámara de Comercio. El 95% de las empresas que se crean en Colombia son S.A.S; las empresas S.A.S son más económicas porque su creación por documento privado elimina los gastos en derechos notariales.

De acuerdo con la Cámara de Comercio de Bogotá, a partir del año 2000, las nuevas empresas no pueden beneficiarse de la reducción en el pago de los aportes parafiscales durante los tres primeros años de operación. El estímulo parafiscal es exclusivo para microempresas, pequeñas y medianas empresas (Mipymes).

El Ministerio de Trabajo por su parte, recuerda otros incentivos planteados recientemente:

- Las pequeñas empresas nuevas y aquellas que venían operando sin matrícula mercantil no pagarán el impuesto a la renta en sus dos primeros años a partir del inicio de su actividad económica principal.
- En los siguientes tres años pagarán este impuesto en proporción al 25%, 50% y 75% de la tarifa general establecida.
- No pagarán el costo de la matrícula mercantil en las cámaras de comercio, en el primer año a partir del inicio de su actividad económica principal.

En resumen, los beneficios directos o descuentos para las nuevas pequeñas empresas consisten en que el pago de estas tres obligaciones se puede hacer de manera progresiva, es decir, en un porcentaje de la tarifa que va creciendo con el tiempo hasta alcanzar el 100% de la tarifa normal o plena.

Un buen empleo puede cambiar la vida de una persona y cuando los puestos de trabajo son adecuados, pueden transformar sociedades completas. Los gobiernos deben poner este tema en primer plano para promover la prosperidad y luchar contra la pobreza”, sostuvo el presidente del Grupo del Banco Mundial, Jim Yong Kim. “Es fundamental que los gobiernos trabajen bien con

el sector privado, el cual da cuenta del 90% de todos los puestos de trabajo. Por lo tanto, tenemos que encontrar la mejor manera de ayudar a empresas y fincas pequeñas a crecer.

Los empleos vinculan a las personas con la sociedad y la economía en las que viven. El acceso a un trabajo seguro, productivo y remunerado de manera justa — asalariado o por cuenta propia — es un factor fundamental para la autoestima de las personas y las familias, que les afirma su sentimiento de pertenencia a una comunidad, y les permite hacer una contribución productiva.

La experiencia ha demostrado que el crecimiento económico por sí solo no es suficiente. El fuerte crecimiento económico de las últimas décadas, antes de la crisis, no permitió asegurar una creación de empleo sólida ni resultados económicos incluyentes. El desafío de la creación de empleo perdurará después de 2015. El crecimiento a corto plazo está en proceso de desaceleración y muchas de las grandes economías enfrentan perspectivas de bajo crecimiento en el futuro previsible.

El sector constructor en el país, es uno de los sectores que genera gran desarrollo económico y social, contribuyendo al producto interno bruto (PIB) de cada una de las regiones en el país.

La idea de incursionar en el sector de servicio de acabados a inmuebles en el municipio de Sahagún/ Córdoba con una empresa que pueda no solo satisfacer necesidades si no también, volver una realidad gustos y deseos de los clientes, en cuanto al tema de acabados, hace que sea una propuesta interesante desde todo punto de vista. Para los clientes es de gran atractivo que una empresa pueda acompañarlos en todo momento, brindando asesoría desde el inicio y que además pueda materializar todo lo que ellos desean, ofreciendo calidad en la mano de obra y los materiales al momento de realizar los acabados en los inmuebles de su propiedad.

V CAPÍTULO: ANÁLISIS FINANCIERO

La finalidad de esta etapa es ordenar toda la información en sentido monetario, evaluando todas las variables, para así poder determinar la rentabilidad del proyecto.

Este proceso se trata de la aplicación de diferentes técnicas y formulas, que permiten deducir diferentes relaciones y valores, las cuales son muy útiles para tomar importantes decisiones internas y externas; el final total del análisis financiero, es convertir una serie de datos y valores, en información importante y relevante que sirva para dar respuesta a diferentes puntos importantes a seguir en una empresa.

#	Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta
1	RESANE PROYECTADO	M2	\$7.950
2	PINTURA EXTERIOR PROYECTADO	M2	\$12.250
3	PINTURA INTERIOR PROYECTADO	M2	\$12.800
4	PINTURA ORNAMENTACIÓN	M2	\$12.500
5			
6			
7			
8			
9			
10			

Tabla 6. Productos disponibles para la venta. Elaboración: propia.

#	Ventas Anuales en Pesos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	RESANE PROYECTADO	\$141.510.000	\$167.904.000	\$191.332.650	\$210.547.800	\$231.607.350
2	PINTURA EXTERIOR PROYECTADO	\$154.350.000	\$234.330.250	\$267.135.750	\$293.853.000	\$323.240.750
3	PINTURA INTERIOR PROYECTADO	\$161.280.000	\$465.907.200	\$531.136.000	\$584.243.200	\$642.675.200
4	PINTURA ORNAMENTACION	\$7.875.000	\$9.762.500	\$11.125.000	\$12.237.500	\$13.462.500
5		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
6		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
7		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
8		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
9		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
10		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Venta en Pesos		\$465.015.000	\$877.903.950	\$1.000.729.400	\$1.100.881.500	\$1.210.985.800

Tabla 7. Ventas Anuales en pesos. Elaboración: propia.

#	Costo MP e Insumos Pesos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	RESANE PROYECTADO	\$31.150.000	\$36.960.000	\$42.117.250	\$46.347.000	\$50.982.750
2	PINTURA EXTERIOR PROYECTADO	\$63.630.000	\$96.601.450	\$110.125.350	\$121.139.400	\$133.254.350
3	PINTURA INTERIOR PROYECTADO	\$55.440.000	\$160.155.600	\$182.578.000	\$200.833.600	\$220.919.600
4	PINTURA ORNAMENTACIÓN	\$1.417.500	\$1.757.250	\$2.002.500	\$2.202.750	\$2.423.250
5		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
6		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
7		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
8		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
9		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
10		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	Costo MP e Insumos	\$151.637.500	\$295.474.300	\$336.823.100	\$370.522.750	\$407.579.950

Tabla 8. Costo materiales insumos pesos. Elaboración: propia.

	Detalle de Inversiones en Bienes de Uso	Monto	Vida Util en Años
1	MUEBLES DE OFICINA	\$2.400.000	5
2	COMPUTADORES	\$4.500.000	5
3	IMPRESORA	\$1.500.000	10
4	MAQUINA PULVERIZADORA-PINTURA	\$16.000.000	10
5	ESTANTERIA MURAL	\$700.000	10
6	PLATAFORMA ELEVADORA TIJERA ELECTRICA	\$2.000.000	10
7	LIJADORAS ROTO-ORBITALES	\$800.000	5
8	ASPIRADORA INDUSTRIAL	\$235.000	2
9	HIDROLAVADORA INDUSTRIAL	\$440.000	2
10	RODACHINES	\$300.000	5
11	GRUA PARA ESTIBAS	\$2.000.000	5
12	CAMIONETA	\$25.000.000	5
13	HERRAMIENTA MANUAL	\$1.500.000	3
14	EXTENSIONES ELECTRICAS	\$1.000.000	10
15	Telefono	\$180.000	5
16	Software	\$650.000	1
17	Circuto cerrado	\$2.200.000	5
18	Otros	\$7.487.500	
19			
20			
	Total Inversión en Bienes de Uso	\$68.892.500	

Tabla 9. Inversiones. Elaboración: propia.

La información que brinda demuestra la rentabilidad de una empresa, pues a partir de esta se puede ver el beneficio o déficit final de la operación realizada en el periodo. Por lo tanto otro nombre que tiene es el estado de pérdidas y ganancias, pues se sabe exactamente y con detalle cual es el final de todas las actividades hechas, y que efecto causaron al final.

La siguiente tabla ocupa el estado de resultados para la empresa de mantenimiento y mejoramiento de acabados en 5 años.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	465.015.000	877.903.950	1.000.729.400	1.100.881.500	1.210.985.800
Costo de Ventas	151.637.500	295.474.300	336.823.100	370.522.750	407.579.950
Utilidad Bruta	313.377.500	582.429.650	663.906.300	730.358.750	803.405.850
Gastos de producción Fijos	96.163.500	247.508.340	268.146.079	287.704.585	309.922.185
Sueldos de Administración	42.000.000	115.000.000	145.000.000	175.000.000	190.000.000
Sueldos Comerciales	24.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000	30.000.000
Cargas Sociales	37.620.000	82.650.000	99.750.000	116.850.000	125.400.000
Publicidad	10.004.000	2.000.000	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Fletes	0	0	0	0	0
Impuestos y tasas	12.500.000	15.000.000	19.000.000	21.000.000	25.000.000
Varios	3.100.000	4.000.000	8.000.000	12.000.000	16.000.000
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
Total Otros Gastos	225.387.500	496.158.340	581.896.079	654.554.585	708.322.185
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	87.990.000	86.271.310	82.010.221	75.804.165	95.083.665
Intereses y capital	25.105.120	27.387.404	27.387.404	2.282.284	0
Utilidad Antes de Impuestos	62.884.880	58.883.906	54.622.817	73.521.882	95.083.665
Impuesto a las Ganancias	880.388	824.375	764.719	1.029.306	1.331.171
Utilidad Después de Impuestos	62.004.492	58.059.532	53.858.098	72.492.575	93.752.493
Tasa de Impuesto a las ganancias	1,40%				

Tabla 11. Resultado. Elaboración: propia.

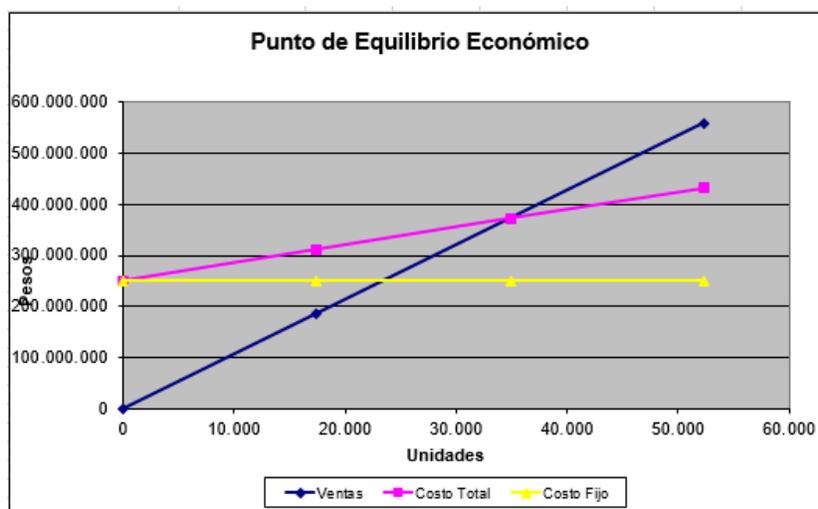


Figura 12. Punto de equilibrio. Elaboración: propia.

Flujo de Fondos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas		465.015.000	868.979.621	998.074.607	1.098.716.777	1.208.605.966
Egresos por Compras M.P.		151.637.500	297.356.563	335.929.372	369.794.354	406.778.982
Sueldos y Cargas		178.980.000	448.724.840	511.300.079	574.958.585	616.226.185
Otros Gastos de Producción		9.720.000	16.000.000	21.500.000	25.000.000	29.500.000
Otros Gastos de Adm. Y Ventas		25.604.000	21.000.000	39.000.000	45.000.000	53.000.000
Impuesto a las Ganancias			880.388	824.375	764.719	1.029.306
Total Egresos Operativos		365.941.500	783.961.791	908.553.826	1.015.517.658	1.106.534.474
Diferencia Operativa		99.073.500	85.017.830	89.520.781	83.199.119	102.071.492
Inversiones	68892500					
Flujo Financiero						
Prestamo	60.000.000					
Devolución del Prestamo		-25.105.120	-27.387.404	-27.387.404	-2.282.284	0
Total Flujo Financiero		-25.105.120	-27.387.404	-27.387.404	-2.282.284	0
Diferencia Ingresos - Egresos		65.075.880	57.630.426	62.133.377	80.916.835	102.071.492
Aporte del Emprendedor	8.892.500	8.892.500				
Flujo de Fondos		73.968.380	131.598.806	193.732.183	212.515.641	295.803.675

Tabla 12. Proyección 5 años. Elaboración: propia.

Tasa de Oportunidad	5%					
Flujo del Proyecto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas		465.015.000	868.979.621	998.074.607	1.098.716.777	1.208.605.966
Egresos Operativos		399.939.120	811.349.195	935.941.230	1.017.799.941	1.106.534.474
		65.075.880	57.630.426	62.133.377	80.916.835	102.071.492
Inversión	-68.892.500					
Flujo del Proyecto	-68.892.500	65.075.880	57.630.426	62.133.377	80.916.835	102.071.492
Tasa Interna de Retorno	91%					
Valor Actual Neto	\$ 245.576.337					

Tabla 13. Evaluación. Elaboración: propia.

Al estar detallado cada uno de sus ítems (activos, pasivos y patrimonio) se puede conocer a profundidad que es lo que posee la empresa, que es lo que debe, y la diferencia entre ellos; por lo tanto lo que se puede conocer con esto es la situación contable en general de la empresa, esta información es de suma importancia para un negocio, pues pueden evaluar cuál es la disponibilidad de dinero que tiene y el estado de sus deudas.

Activo		Pasivo	
Caja	73.968.380	Proveedores	8.268.750
Créditos	10.051.000	Sueldos y Cargas	17.270.000
Productos Terminados	5.712.500	Impuesto a Pagar	880.388
Materias Primas	0	Pasivo Corriente	26.419.138
Activo Corriente	89.731.880		
		Prestamos	45.574.845
		Pasivo No Corriente	45.574.845
		TOTAL PASIVO	71.993.983
		Patrimonio Neto	
Bienes de Uso	68.892.500	Capital	0
Amortización B. de U.	-11.083.500	Resultado	62.004.492
Activo No Corriente	57.809.000		62.004.492
Total Activo	147.540.880	Total Pasivo + PN	133.998.474

Tabla 14. Balance. Elaboración: propia.

VI CAPÍTULO: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Analizadas las condiciones actuales de mercado del municipio de Sahagún Córdoba en el entorno regional y nacional, permiten determinar que la prestación del servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles, tiene un crecimiento importante impulsado por el dinamismo de la construcción y el mantenimiento y mejoramiento del aspecto visual, esto con lleva a elevar la demanda de este tipo de servicio para mantener y mejorar paredes y fachadas.

Las condiciones del mercado son factibles para la puesta en marcha de la empresa prestadora de servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles, teniendo en cuenta las tendencias de crecimiento del mercado y la diversificación de productos existentes en cuanto a calidad, eficiencia, garantía y precio para satisfacer una demanda cada vez más exigente.

Las facilidades e incentivos tributarios y financieros que presenta el estado para la puesta en marcha de la empresa prestadora de servicio de mantenimiento de acabados a inmuebles hace cada vez más atractiva la idea de poner en marcha este tipo de emprendimiento de la mano de un personal técnico y operativo calificado es sinónimo de éxito asegurado.

Con el análisis básico que se realizó en la parte financiera, se pudo determinar que el crecimiento anual es del 10% a 5 años. La TIR dio como resultado un 91%, lo cual indica que es viable la puesta en marcha de la empresa.

6.2 Recomendaciones

Hacerle seguimiento al plan de negocios, a fin de evidenciar cambios en los datos que se proyectaron en el ejercicio.

Teniendo en cuenta que el sector de la construcción es un avance grande de la economía colombiana y de su estabilidad depende esta cadena de empresas productoras y de servicios, es vital seguir las tendencias del mercado con el fin de minimizar los riesgos en la operación, con frecuencias mínimo semestrales para garantizar la toma de decisiones y generación de planes de acción que permitan orientar el rumbo de la organización.

Cuando se adquieran datos sobre las condiciones de mercado, revisar con los datos iniciales si se requiere un ajuste económico.

Implementar un sistema que ayude a llevar un manejo adecuado de los clientes, lo que permitirá hacer un seguimiento continuo y organizado con el fin enfocar la estrategia de mercado, para aumentar las ventas.

Referencias

- ✓ ARIAS, J.C y GOMEZ, F.H. (2011) Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría enfocada en gestión de procesos, administrativa, financiera y logística de las pymes ubicadas en el departamento de Antioquia. PDF.
- ✓ Arriendo Sahagún - 20 locales en arriendo en Sahagún. (n.d.). Retrieved September 25, 2019, from <https://casas.mitula.com.co/casas/arriendo-locales-sahagún>.
- ✓ Bogotá, C. de C. de. (n.d.). Información general para creación de empresa. Retrieved March 13, 2020, from <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>
- ✓ CHÁVEZ, E.P y AMADO, O. (2006) Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de outsourcing de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Bogotá localidad de chapinero. PDF.
- ✓ Harvard business school. (2009). Crear un plan de negocio. Santiago de Chile: ed. Impact media comercial.
- ✓ Hernández, F. Y. B., Fernández, C., & Baptista, M. (2003). Procesos de la Investigación Cuantitativa.
- ✓ Hernandez, R; Fernandez, C; Baptista, P (1998). Metodología de la investigación. 3ª ed. México: Mc. Graw Hill.
- ✓ Índice de precios al consumidor (IPC). (2019, August 6). Retrieved September 29, 2019, from <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-consumidor-ipc>.
- ✓ Lo bueno y lo malo de crear empresa en Colombia. (n.d.). Retrieved March 13, 2020, from <https://www.gestionlegalcolombia.com/blog/lo-bueno-y-lo-malo-de-crear-empresa-en-colombia>
- ✓ Martínez, O. N. (2009, November). PDF. Bogotá.
- ✓ Méndez, R. (2016). Formulación y evaluación de proyectos. Enfoque para emprendedores.
- ✓ MÉNDEZ, C. Metodología, Diseño y desarrollo del proceso de investigación. Bogotá: Mc Graw Hill, 2012.
- ✓ RICO, L.P y LOZANO, M.A. (2010) Estudio de factibilidad para la creación de una comercializadora de pinturas arquitectónicas en la ciudad de Bogotá D.C. PDF.
- ✓ Riveros, S., Gonzalez, S., Cruz, L., Hartmann, M., Jair, Piñeros, J., ... Vargas, R. (n.d.). Las mejores empresas de Construcción y Remodelaciones - habitissimo. Retrieved September 29, 2019, from <http://www.empresas.habitissimo.com.co/>.

- ✓ ROJAS, M. (2005) Plan de negocios para la puesta en marcha de una planta de elaboración y comercialización de pinturas arquitectónicas en la ciudad de Cúcuta. PDF.
- ✓ SARRIA, C.B, S.M. (2010) Implementación de un plan de negocios en la empresa pintura San Pedro. PDF
- ✓ Seldon, A; Penance, F. (1986). Diccionario de Economía. 4ª Ed. Barcelona. Oikos Tau, s.a. – Editores.
- ✓ Udaondo.M. (1992). Gestión de Calidad. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- ✓ Vivallo, P.A.G. (2015) PDF.

Anexos

Anexo 1

Encuesta

Buenos días/tardes estamos realizando una encuesta y la información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de una empresa prestadora de servicios de mantenimiento de acabados a inmuebles en el municipio (Sahagún, Córdoba), Gracias

Edad: 25 – 30 () 31 – 40 () 41 – 50 () Genero: F () M ()

1. ¿Abrir una empresa en el municipio de Sahagún, que preste un servicio de mantenimiento a inmuebles, le parecería interesante?

Muy interesante ()
 Regular ()
 Nada interesante ()

2. ¿Cómo realiza el trabajo de mantenimiento de acabados en su vivienda?

Lo realiza personalmente ()
 Lo realiza con ayuda ()
 Contrata una empresa ()
 No es realizado ()

3. ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento de acabados en su inmueble?

Cada año ()
 De 1 a 2 años ()
 De 2 a 5 años ()
 No se realiza ()

4. ¿En el momento de contratar el servicio de mantenimiento de acabados usted qué prefiere?

Precio Justo ()
 Más Calidad ()
 Tener Garantía ()
 Todas las anteriores ()

5. ¿Qué zona tendría en cuenta para realizar el servicio de mantenimiento de acabado al inmueble?

A todo el inmueble	()
Solo la fachada	()
Habitaciones	()
Otros lugares	()

Anexo 2

Resultado de la encuesta

Edad

25 - 30	11
31 - 40	24
41 - 50	31
mayor de 50	8

Genero

F	31
M	43

1. ¿Abrir una empresa en el municipio de Sahagún, que preste un servicio de mantenimiento a inmuebles, le parecería interesante?

	Personas
Muy interesante	34
Regular	26
Nada interesante	14

2. ¿Cómo realiza el trabajo de mantenimiento de acabados en su vivienda?

Lo realiza personalmente	8
Lo realiza con ayuda	19
Contrata una empresa	38
No realiza	9

3. ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento de acabados en su inmueble?

Anualmente	29
De 1 a 2 años	30
De 2 a 5 años	14
No se realiza	1

4. ¿En el momento de contratar el servicio de mantenimiento de acabados usted qué prefiere?

Precio Justo	9
Más Calidad	14
Tener Garantía	21
Todas las anteriores	30

5. ¿Qué zona tendría en cuenta para realizar el servicio de mantenimiento de acabado al inmueble?

A todo el inmueble	8
Solo la fachada	24
Habitaciones	22
Otros lugares	20

Anexo 3

Archivo en Excel del análisis financiero.