

Estudio operativo, organizacional y aproximación al estudio de mercado de la Empresa Crecer
Construcciones S.A.S., en la ciudad de Villavicencio, (Meta)

Fecha: 20-11-2017

Referencia: ESTUDIO OPERATIVO, ORGANIZACIONAL Y APROXIMACIÓN AL
ESTUDIO DE MERCADO DE LA EMPRESA CRECER CONSTRUCCIONES S.A.S., EN LA
CIUDAD DE VILLAVICENCIO, (META)

Versión: 01

Autor: Xiomara Caviedes Zambrano – Yerly Araminta Castro Triana

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Dedicatoria

Éste trabajo lo dedicamos primeramente a Dios, el creador de los cielos y la tierra por impartirnos la fortaleza y la constancia necesaria para culminar una de las etapas más importantes de nuestra vida, sin ÉL nada es posible.

A nuestras familias, por su apoyo y paciencia incondicional, por ser nuestros motores de vida para los grandes retos de cada día y la inspiración para dar lo mejor de nosotros.

A nuestros docentes y tutor, que nos acompañaron e impartieron su conocimiento con dedicación, e impactar nuestra vida como profesionales, prepararnos para los grandes desafíos y sembrar un legado para la futura generación.

Xiomara Caviedes Zambrano

Yerly Araminta Castro Triana

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo nos gustaría agradecerle al Dios Todopoderoso por bendecirnos con Su Gracia para llegar hasta donde hemos llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado.

A la vida por darnos la oportunidad de estudiar y ser profesionales.

A nuestro (a) director (a) de trabajo, por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en nosotros que podamos terminar nuestros estudios con éxito.

También nos gustaría agradecer a nuestros profesores durante toda la carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a nuestra formación, y en especial por su amistad.

Son muchas las personas que han formado parte de nuestra vida profesional a las que nos encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles.

Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

Xiomara Caviedes Zambrano

Yerly Araminta Castro Triana

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	
Capítulo 1.....	13
1.Generalidades.....	13
1.1 Planteamiento del problema.....	13
1.1.1 Antecedentes.....	13
1.2 Justificación.....	14
1.3 Definición de Objetivos.....	15
1.3.1 Objetivo General.....	15
1.3.2 Objetivos Específicos.....	16
Capítulo 2.....	17
2. Estudios técnicos, de operación o de ingeniería.....	17
2.1 Operación.....	17
2.1.1 Ficha técnica del producto o servicio.....	17
2.2.2 Estado de desarrollo del producto.....	18
2.2.3 Descripción del proceso.....	18
2.2.4 Necesidades y requerimientos (materias -primas -insumos).	20
2.2 Plan de producción del programa.....	21
2.2.1 Plan de compras.....	21
2.2.2 Consumos por unidad de productos.....	22
2.2.3 Costo de productos anuales.....	22

2.2.4 Costos de producción.....	24
2.2.5 Infraestructura y parámetros técnicos.....	25
CAPITULO II.....	26
2. Estudio Organizacional.....	26
2.1 Estrategia Organizacional.....	26
2.2.1 Análisis DOFA.....	27
2.2 Estructura Organizacional.....	27
2.3 Aspectos Legales.....	28
2.4 Costos Administrativos.....	28
2.4.1. Gastos de personal.....	28
2.4.2 Gastos de puesta en marcha.....	29
2.4.3 Gastos anuales de administración.....	30
2.5 Presupuesto de venta en unidades por año.....	33
2.6 Análisis de Cash Flow.....	34
2.6.1 Indicadores Financieros.....	35
2.6.2 Punto de Equilibrio y Pay Back de la inversión.....	37
2.6.3 Pay back de la inversión.....	39
Capitulo III.....	40
3. Estudio de Mercados.....	40
3.1. Análisis del sector.....	41
3.1.1 Análisis del sector.....	41
3.2 Análisis de mercado.....	44
3.3. Análisis de la competencia.....	45

3.4. Identificación de productos sustitutos y complementarios	46
3.4.1 Productos Complementarios.....	46
3.5 Desarrollo del Estudio.....	49
3.5.1 Establecimiento del Universo de Estudio.....	50
3.5.1 Selección de la Muestra.....	51
3.5.2 Diseño de instrumentos para recolección de información primaria.....	51
3.5.3 Procesamiento y Análisis.....	52
3.6 Estrategia de distribución.....	54
3.7 Proyección de ventas.....	54
4. Conclusiones.....	55
5. Recomendaciones	57
Referencias Bibliográficas.....	58
Anexos	

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Ficha técnica del producto o servicio	17
Tabla 2.. Insumos o materias primas necesarias para fabricar un producto o servicio.	22
Tabla 3. Costo de productos anual.....	22
Tabla 4. Costos de producción anual	24
Tabla 5. Análisis estratégico de con la matriz DOFA	26
Tabla 6. Costos mano de obra directa.....	28
Tabla 7. Gastos de puesta en marcha.....	30
Tabla 8. Costos y Gastos Administrativos.....	31
Tabla 9. Balance de Resultados (PyG) Proyectado	31
Tabla 10. Balance General Proyectado.....	32
Tabla 11. Presupuesto de ventas en unidades	33
Tabla 12. Análisis de Cash Flow	34
Tabla 13. Tasa interna de retorno	36
Tabla 14. Margen de Contribución Promedio Unitario, punto de equilibrio en pesos, punto de equilibrio en unidades.....	38
Tabla 15. Pay back de la inversión	40

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Estructura organizacional. Fuente. Las Autoras. 2017. Con datos de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S.....	27
Figura 2. Fórmula para hallar el Precio Potencial de Venta. Fuente: Amat, O. (2005).	33
Figura 3. Fórmula Genérica del Valor Actual Neto. Fuente: Amat, O. (2005).	36
Figura 4. Fórmula Genérica de la TIR. Fuente: Rodríguez, Parejo, Cuervo & Calvo, (2003)	36
Figura 5. Canal de Distribución empresa de servicios. Fuente. Las autoras. 2017.	48

Introducción

CRECER CONSTRUCTORES S.A.S., es una empresa que pretende posicionarse en el gremio de la construcción, mediante la elaboración de los servicios para obra civil, plan de negocio que surge de las necesidades de los clientes que requieren esta actividad para la finalización de su obra.

El crecimiento económico del departamento del Meta, ha venido en aumento según el análisis PESTEL realizado en el presente trabajo.

Los productos no tangibles se han venido posicionando en el mercado de una manera acelerada, permitiendo un crecimiento económico y social de la región, pero aun así los índices de desempleo siguen siendo altos, razón por la cual uno de los objetivos del presente plan de negocio es la contratación de hombres y mujeres cabeza de familia, que permita un mejor desarrollo económico para estos hogares, mejorando con esto su calidad de vida, ya que son personas vulnerables en la sociedad, por la dificultad que tiene a la hora de encontrar un empleo estable y con todas las condiciones legales.

En el proceso se desarrolló un estudio de mercado, en el cual se determinaron el número de constructoras existentes en el municipio de Villavicencio, que se pueden considerar clientes potenciales para el servicio prestado, donde se observaron las principales necesidades de los clientes y algunas de las falencias presentadas por la competencia, que a pesar de ser pocas existe.

En la elaboración del análisis financiero se establecieron los costos directos e indirectos permitiendo de esta manera determinar el valor mínimo de venta del servicio de aseo para obra

Después del análisis financiero, se presentó una propuesta de marketing la cual está enfocada a la capacitación y entrenamiento del personal, compra de productos biodegradables y

condiciones económicas reglamentarias para los trabajadores, alcanzando de esta manera el éxito en el desarrollo de la actividad.

Capítulo 1

1.Generalidades

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Antecedentes

En el departamento del Meta, existe múltiples empresas prestadoras de servicios de aseo para la obra, legalmente constituidas y de las cuales la mayoría tiene algún tipo de contratación con las constructoras, sin embargo la calidad del servicio no es buena, por lo cual se presentan diversas quejas, entre las que se encuentran:

- Mal servicio al cliente
- Demora en la facturación
- Mala calidad en el servicio entregado
- Impuntualidad en el cumplimiento de las tareas
- Falta de cumplimiento al decreto 1072 del año 2015

Cada una de estas fallencias, tiene algún argumento o justificación ya que el hecho de obligar a algunas señoras a constituirse legalmente para poder facturar ha venido aumentando los gastos y de esta manera disminuyendo la capacidad de respuesta, para cumplir los compromisos adquiridos con el cliente

El presente plan de negocio pretende crear una empresa dedicada a la prestación de Servicios de aseo que contribuya con el mejoramiento continuo, la satisfacción del cliente y una contratación a madres cabeza de hogar, con condiciones dignas de empleo y que les permitan un mejor desarrollo social y económico para sus familias.

La empresa estará orientada a la buena capacitación y entrenamiento del personal siendo uno de sus principios la contratación de mujeres cabeza de familia, ya que su fundadora es una mujer en las mismas condiciones.

1.2 Justificación

El campo de la construcción ha venido creciendo de una manera acelerada en los 5 últimos años en la ciudad de Villavicencio, generando cifras significativas de empleo, cambiando el sistema de contratación directa para iniciar a subcontratar y de esta manera distribuir el trabajo y las responsabilidades de la ejecución del proyecto, entre varias empresas.

CRECER CONSTRUCTORE S.A.S., se crea para ser una empresa subcontratista que ejecuta los procesos de limpieza en la finalización y entrega de obra, generando una nueva modalidad de empleo en el área de prestación de servicios de aseo.

CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, pretende convertirse en una empresa, que cambia la modalidad de contratación de los servicios de aseo para obra, implementando un nuevo sistema de subcontratación, donde la responsabilidad de la limpieza de la propiedad pasa a ser de una persona jurídica, con el respaldo de la firma de un contrato que cuenta con cláusulas y especificaciones de la labor contratada, obligando al subcontratista a cumplir con la ejecución del contrato en los tiempos establecidos

El crecimiento económico y social de la ciudad de Villavicencio, se ve reflejado en el crecimiento económico de las empresas, las cuales son fuente de empleo para personas vulnerables como mujeres y hombres cabeza de familia y con pocas posibilidades de acceso a la educación media y superior, por falta de tiempo, dinero y trabajo entre otras cosas.

Después de las bonanzas cocaleras y petroleras que han acaecido en la Orinoquía colombiana, las empresas creadas para brindar servicios, se han visto golpeadas por el cambio en la vocación empresarial, por lo anterior es necesario crear unidades de negocio auto sostenibles, como la que se plantea en el presente proyecto.

La población femenina, especialmente la que es cabeza de familia posee un agravante social y es que la mayoría tiene cómo nivel máximo académico el bachillerato, por lo cual no es fácil para ellas conseguir un empleo que les garanticen la satisfacción de las necesidades básicas, que tiene ésta población.

El proyecto busca contribuir con el crecimiento económico de la región, mediante la apertura de oportunidades de empleo y la extensión de beneficios a los colaboradores, especialmente a los del sector menos favorecido de la sociedad.

El que se cree una empresa con todas las formalidades de ley, permite que las condiciones de trabajo sean más seguras, mediante la identificación y administración de los riesgos presentes en la actividad realizada

Se requieren más empresas llaneras que generen calidad empresarial, mediante el cumplimiento de las normas tanto de seguridad, cómo de buenas prácticas de servicios.

1.3 Definición de Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

Formular el Plan de Negocio para determinar la viabilidad, para la puesta en marcha de la empresa Crecer Constructores S.A.S, en la ciudad de Villavicencio, en el Departamento del Meta.

1.3.2 Objetivos Específicos.

Identificar cuál es la situación del sector mediante un análisis PESTEL, en la cual se va a desarrollar el objeto social de la empresa

Determinar mediante un estudio, cuál es la organización funcional más adecuada para la empresa.

Calcular mediante un estudio financiero, las necesidades de fondos que requiere la empresa para su puesta en marcha

Establecer un plan de mercadeo, para alcanzar los propósitos financieros de la empresa

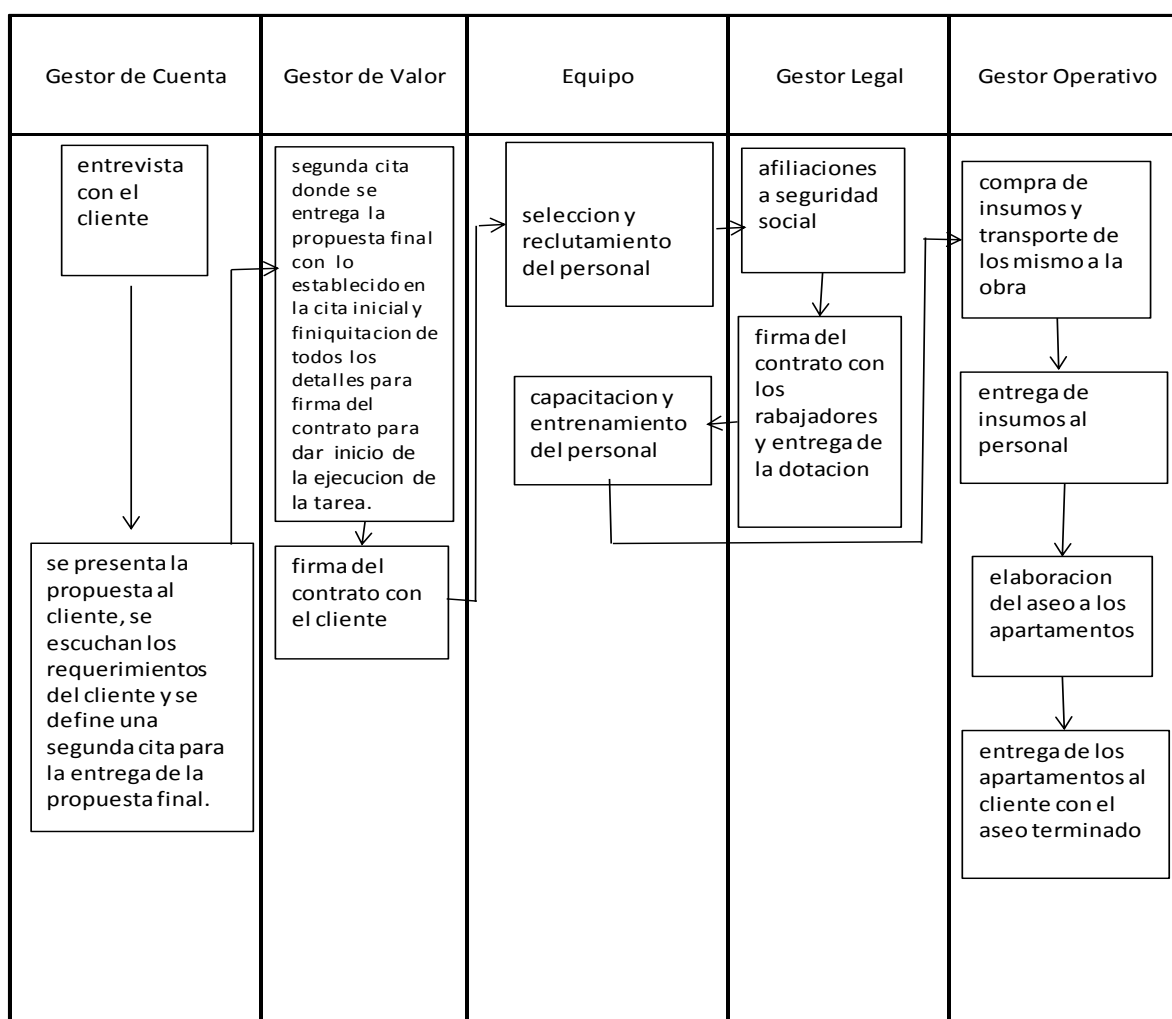
Capítulo 2

2. Estudios técnicos, de operación o de ingeniería

2.1 Operación

2.1.1 Ficha técnica del producto o servicio.

Tabla 1. Ficha técnica del producto o servicio



Fuente. Las Autoras. 2017.

2.2.2 Estado de desarrollo del producto.

Producto: El producto a comercializar son servicios de aseo para finalizaciones de obra de infraestructura.

Usos: Los productos ofertados tienen su principal uso en los diferentes sectores constructores de la región, una vez ya esté concluida la obra y previniendo que para esas empresas es mejor tercerizar el servicio, en vez de aumentar la carga prestacional, teniendo aseadoras y supervisoras, lo cual hará en primer término que se aumenten los costos y en segundo que se desvíe la atención del cumplimiento de su objeto social principal, el cual es la construcción, no el aseo.

Usuarios: Los servicios ofertados, están dirigidos en primera instancia a constructoras que desarrollen proyectos de infraestructura de cualquier tipo y que requieran el aseo para finalizar y entregar a obra.

Composición: El servicio ofertado estará prestado por personal no profesional, quienes reciben una capacitación por parte de la empresa, al comienzo de su contrato.

2.2.3 Descripción del proceso.

2.2.3.1 Aseo grueso.

1. Se recibe el apartamento por el cliente
2. Se inicia con la recolección de la basura gruesa y escombros sobrantes de la actividad constructiva
3. Se pasa a barrer y limpiar el polvo del apartamento para observar las manchas de pintura adheridas al piso, madera, mesones y baños

4. Se empieza hacer la limpieza de la pintura con jabón industrial y biovarsol
5. Se aplica ácido muriático en los pisos del balcón para desprender el concreto y la pintura que se encuentra en las baldosas del balcón
6. Se inicia a lavar los baños para sacar la mugre gruesa y empezar a pulir las partes de baldosa y ventana
7. Se barre y trapea todo el polvo por segunda vez, para para observar las imperfecciones que quedaron de la primera limpieza

2.2.3.2 Aseo fino .

1. Limpieza de los residuos de pintura y concreto del aseo grueso
2. Limpieza de vidrios de la puertas y ventanas, con las cuchillas se raspa la pintura adherida al vidrio y con las esponjas luego con el trapo y los limpia vidrios se repasa para hacer una limpieza perfecta
3. Con el thinner se termina de desmanchar la pintura que hay en los balcones
4. Se lava los mesones por la parte de abajo para quitar los residuos de mugre que quedan en el momento de la instalación
5. Se limpian cajones y estufa con el jabón industrial
6. Se limpia la estufa y cajones y extractor der olores

2.2.3.3 Aseo repaso.

1. Se barre y se trapea por tercera vez el apto
2. Limpieza nuevamente de polvo de todos los muebles del apartamento (madera, mesones, ventanas, baños equipo que hacen parte de las instalaciones) con aromatizante
3. Se trapea con aromatizante todo el apto para dar un ambiente de olores limpios y frescos.
4. Se entrega el apartamento a la constructora.

Estos son todos los pasos que se llevan para la elaboración del aseo en obra civil, con este procedimiento, se espera dar un servicio de alta calidad y que sea muy eficaz a los clientes

CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, contara con la cantidad de personal necesario para dar un servicio eficiente a los clientes, teniendo siempre como prioridad la calidad en el servicios

2.2.4 Necesidades y requerimientos (materias -primas -insumos).

Dentro de esta actividad se requiere la compra de productos químicos como:

- Jabón industrial
- Varsol
- Tiner
- Biovarsol
- Fabulosos

- Clorox
- Limpia vidrios

En herramientas manuales se compran

- Escobas
- Traperos
- Cuchilla de bisturí
- Esponjas de alambre
- Sabras
- Trapos blancos
- Guantes
- Bolsas para la basura

2.2 Plan de producción del programa

2.2.1 Plan de compras.

Los insumos serán adquiridos en la ciudad de Villavicencio, en las distribuidoras donde tengan existencias suficientes para dar respuesta inmediata a un requerimiento masivo de insumos, en dado caso de que se presente alguna actividad no programada en medio de la ejecución del contrato

El stock mínimo de almacenamiento de insumos será de canecas de 5 galones que permitan

prestar el servicio de aseo a un mínimo de 12 apartamentos mientras llega el nuevo pedido de insumos en dado caso que se presente algún retraso con la entrega.

2.2.2 Consumos por unidad de productos.

Los productos relacionados a continuación, son los necesarios para desarrollar la actividad de limpieza en un apartamento tipo, de 78 m²

Tabla 2.. Insumos o materias primas necesarias para fabricar un producto o servicio.

NOMBRE DEL PRODUCTO	UND. MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Jabón Industrial	Galón	1	5.000,00	5.000,00
Thiner	Galón	1	5.300,00	5.300,00
Varsol	Galón	1	3.600,00	3.600,00
Biovarsol	Galón	1	5.000,00	5.000,00
fabuloso	Galón	1	5.000,00	5.000,00
Limpiavidrios	Galón	1	5.000,00	5.000,00
Acido	Galón	1	3.600,00	3.600,00
Cuchillas	caja X 6 Uds	1	500	500
Escoba	Unidad	1	500	500
Varios	Varios	15	1.108,20	16.623,00
COSTO TOTAL M. P. POR UNIDAD				50.123,00

Fuente. Las Autoras. 2017.

2.2.3 Costo de productos anuales.

Tabla 3. Costo de productos anual.

DESCRIPCIÓN	UND. DE MEDIDA	AÑO1		VALOR TOTAL
		COSTO	MAT. PRIMA REQ.	
Jabón Industrial	Galón	5.000,00	520	2.600.000,00
Thiner	Galón	5.300,00	520	2.756.000,00

Varsol	Galón	3.600,00	520	1.872.000,00
Biovarsol	Galón	5.000,00	520	2.600.000,00
fabulos	Galón	5.000,00	520	2.600.000,00
Limpiavidrios	Galón	5.000,00	520	2.600.000,00
Acido	Galón	3.600,00	520	1.872.000,00
Cuchillas	caja X 6 Uds	500	520	260.000,00
Escoba	Unidad	500	520	260.000,00
Varios	Varios	1.108,20	7.800	8.643.960,00
TOTAL				26.063.960,00

AÑO2

DESCRIPCIÓN	UND. DE MEDIDA	COSTO	MAT. PRIMA REQ.	VALOR TOTAL
Jabón Industrial	Galón	5.000,00	780	3.900.000,00
Thiner	Galón	5.300,00	780	4.134.000,00
Varsol	Galón	3.600,00	780	2.808.000,00
Biovarsol	Galón	5.000,00	780	3.900.000,00
fabulos	Galón	5.000,00	780	3.900.000,00
Limpiavidrios	Galón	5.000,00	780	3.900.000,00
Acido	Galón	3.600,00	780	2.808.000,00
Cuchillas	caja X 6 Uds	500	780	390.000,00
Escoba	Unidad	500	780	390.000,00
Varios	Varios	1.108,20	11.700	12.965.940,00
TOTAL				39.095.940,00

AÑO3

DESCRIPCIÓN	UND. DE MEDIDA	COSTO	MAT. PRIMA REQ.	VALOR TOTAL
Jabón Industrial	Galón	5.000,00	1.170	5.850.000,00
Thiner	Galón	5.300,00	1.170	6.201.000,00
Varsol	Galón	3.600,00	1.170	4.212.000,00
Biovarsol	Galón	5.000,00	1.170	5.850.000,00
fabulos	Galón	5.000,00	1.170	5.850.000,00
Limpiavidrios	Galón	5.000,00	1.170	5.850.000,00
Acido	Galón	3.600,00	1.170	4.212.000,00
Cuchillas	caja X 6 Uds	500	1.170	585.000,00
Escoba	Unidad	500	1.170	585.000,00
Varios	Varios	1.108,20	17.550	19.448.910,00
TOTAL				58.643.910,00

AÑO4

DESCRIPCIÓN	UND. DE MEDIDA	COSTO	MAT. PRIMA REQ.	VALOR TOTAL
Jabón	Galón	5.000,00	1.755	8.775.000,00

Industrial				
Thiner	Galón	5.300,00	1.755	9.301.500,00
Varsol	Galón	3.600,00	1.755	6.318.000,00
Biovarsol	Galón	5.000,00	1.755	8.775.000,00
fabulos	Galón	5.000,00	1.755	8.775.000,00
Limpiavidrios	Galón	5.000,00	1.755	8.775.000,00
Acido	Galón	3.600,00	1.755	6.318.000,00
Cuchillas	caja X 6 Uds	500	1.755	877.500,00
Escoba	Unidad	500	1.755	877.500,00
Varios	Varios	1.108,20	26.325	29.173.365,00
TOTAL				87.965.865,00
AÑOS				
DESCRIPCIÓN	UND. DE MEDIDA	COSTO	MAT. PRIMA REQ.	VALOR TOTAL
Jabón Industrial	Galón	5.000,00	2.633	13.162.500,00
Thiner	Galón	5.300,00	2.633	13.952.250,00
Varsol	Galón	3.600,00	2.633	9.477.000,00
Biovarsol	Galón	5.000,00	2.633	13.162.500,00
fabulos	Galón	5.000,00	2.633	13.162.500,00
Limpiavidrios	Galón	5.000,00	2.633	13.162.500,00
Acido	Galón	3.600,00	2.633	9.477.000,00
Cuchillas	caja X 6 Uds	500	2.633	1.316.250,00
Escoba	Unidad	500	2.633	1.316.250,00
Varios	Varios	1.108,20	39.488	43.760.047,50
TOTAL				131.948.797,50

Fuente. Las Autoras. 2017. Con datos de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S,

2.2.4 Costos de producción.

Los costos relacionados en la siguiente tabla, son los costos de producción del servicio por 5 años.

Tabla 4. Costos de producción anual

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
COMPRA DE MATERIAS PRIMAS	26.063.960,00	39.095.940,00	58.643.910,00	87.965.865,00	131.948.797,50
MANO DE OBRA DIRECTA	67.362.990,40	71.404.769,82	75.689.056,01	80.230.399,37	85.044.223,34
Gerente	16.800.000,00	17.808.000,00	18.876.480,00	20.009.068,80	21.209.612,93

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Vendedores	19.537.221,31	20.709.454,59	21.952.021,87	23.269.143,18	24.665.291,77
Secetaria	10.118.050,66	10.725.133,70	11.368.641,72	12.050.760,22	12.773.805,83
Arriendo	4.200.000,00	4.452.000,00	4.719.120,00	5.002.267,20	5.302.403,23
SSPP	840.000,00	890.400,00	943.824,00	1.000.453,44	1.060.480,65
Internet y Teléfono	840.000,00	890.400,00	943.824,00	1.000.453,44	1.060.480,65
Gerente	7.200.000,00	7.632.000,00	8.089.920,00	8.575.315,20	9.089.834,11
Vendedores	8.373.094,85	8.875.480,54	9.408.009,37	9.972.489,93	10.570.839,33
Secetaria	4.336.307,42	4.596.485,87	4.872.275,02	5.164.611,52	5.474.488,21
Arriendo	1.800.000,00	1.908.000,00	2.022.480,00	2.143.828,80	2.272.458,53
SSPP	360.000,00	381.600,00	404.496,00	428.765,76	454.491,71
Internet y Teléfono	360.000,00	381.600,00	404.496,00	428.765,76	454.491,71
Papelería	1.800.000,00	1.908.000,00	2.022.480,00	2.143.828,80	2.272.458,53
IMPUESTOS	-	4.469.114,22	6.523.753,73	9.277.289,08	13.376.026,10
AMORTIZACIÓN PRESTAMO	11.722.500,00	10.462.500,00	9.202.500,00	7.942.500,00	6.682.500,00
TOTAL EGRESOS	181.714.124,64	206.590.878,74	236.087.287,71	276.605.805,51	333.712.684,11
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	35.491.564,44	44.794.413,24	59.909.866,40	83.115.794,75	117.512.535,29
TOTAL	398.919.813,72	457.976.170,72	532.084.441,83	636.327.405,76	784.937.903,53

Fuente. Las Autoras. 2017. Con datos de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S,

2.2.5 Infraestructura y parámetros técnicos.

Crece constructores cuenta con una oficina ubicada en Bosques de Abajan 1 donde se realizan todos los procedimientos administrativos, en las obras donde se desarrolla la actividad de aseo se cuenta con una bodega, donde los colaboradores guardan insumos, dotación, herramientas de trabajo y sus cosas personales, esta cuenta con llave de seguridad que es administrada por el líder del personal en la obra y se entrega a la constructoras en el momento que se finaliza la actividad de aseo.

CAPITULO II

2. Estudio Organizacional

2.1 Estrategia Organizacional

Tabla 5. Análisis estratégico de con la matriz DOFA

ANÁLISIS ESTRATÉGICO CON LA MATRIZ DAFO	
ESTUDIO OPERATIVO, ORGANIZACIONAL Y APROXIMACION AL ESTUDIO DE MERCADO DE LA EMPRESA CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO, (META)	
FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA	FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA
D EBILIDADES	A MENAZAS
SER UNA EMPRESA NUEVA EN EL MERCADO	QUE LA COMPETENCIA BAJE LOS PRECIOS
LA INEXPERIENCIA EN ESTE TIPO DE NEGOCIO	LA EMPRESA CONTRATE PERSONAL DIRECTO CON LA CONSTRUCTORA
	QUE LOS TIEMPOS DE ENTREGA DE LOS DEMAS CONTRATISTAS PARA EMPESAR A REALIZAR EL ASEO NO SE CUMPLA
F ORTALEZAS	O PORTUNIDADES
QUE LA PROPIETARIA SIEMPRE A TRABAJADO EN EL AREA DE LA COSNTRUCCION	EL AUMENTO DE LA COSNTRUCCION
TENER PERSONAL CALIFICADO PARA REALIZAR LA ACTIVIDAD	LA NECIDAD DE LA CONSTRUCTORA PARA REALIZAR LOS SERVICIOS DE ASEO
LOS PROVEDORES DE INSUMOS Y PRODUCTOS SE ENCEUNTRAN EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO	APROVECHAR QUE LA EMPRESA TIENE UN MARGEN DE UTILIDAD ALTO PARA PAGAR RAPIDAMENTES LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Fuente. Las Autoras. 2017. Con datos de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S,

2.2.1 Análisis DOFA

Por medio del análisis dofa se logró identificar las debilidades, fortalezas y oportunidades con las que contara CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, en el mercado de la construcción, tomando todas las medidas de precaución necesarias para que la empresa no se vea afectada por ninguna dificultad que se pueda presentar en el desarrollo de la tarea.

2.2 Estructura Organizacional.

Estructura organizacional de CRECER CONSTRUCTORES S.A.S., desarrollada para dar el cumplimiento del objeto social de empresa

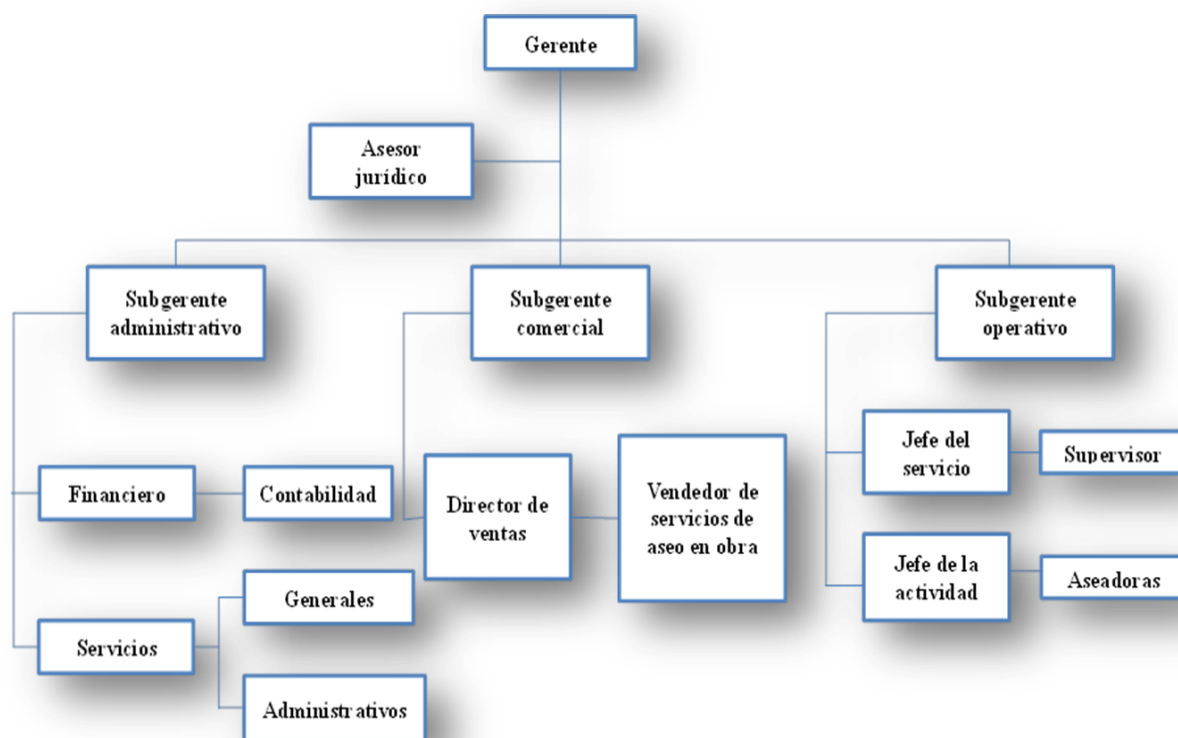


Figura 1. Estructura organizacional. Fuente. Las Autoras. 2017. Con datos de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S.

2.3 Aspectos Legales

Legales: para los últimos años, las exigencias legales en cuanto a la constitución de empresas, ha aumentado de manera notoria en todos los aspectos, hay muchos más requisitos y algunos de ellos son la posibilidad de brindar estabilidad económica y solidez financiera de la compañía, además de mayores exigencias en cuanto a la seguridad e integridad de los trabajadores, lo cual redundará en un aumento de los costos de la empresa.

(Ver anexo 1. Cámara De Comercio Crecer Constructores S.A.S.)

2.4 Costos Administrativos

2.4.1. Gastos de personal.

Teniendo en cuenta la modalidad de contratación del personal de aseadores, se estableció para efectos prácticos que la mano de obra directa estará conformada por cinco (05) aseadores, los cuales pueden atender la proyección anual de servicios, el incremento de la mano de obra anual se calcula en 6%

El salario establecido para la mano de obra directa es de mínimo (\$ 737.717) auxilio de transporte (\$83.200), prestaciones sociales y liquidación estipulada por la ley.

Tabla 6. Costos mano de obra directa.

AÑO 1				
DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Aseador	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	67.362.990,40
TOTAL	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	67.362.990,40
AÑO 2				
DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL

Aseador	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	71.404.769,82
TOTAL	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	71.404.769,82

AÑO 3

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Aseador	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	75.689.056,01
TOTAL	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	75.689.056,01

AÑO 4

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Aseador	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	80.230.399,37
TOTAL	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	80.230.399,37

AÑO 5

DESCRIPCIÓN	SUELDO ANUAL	PREST. SOCIALES	SUBS. TRANSP.	VALOR TOTAL
Aseador	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	85.044.223,34
TOTAL	44.263.020,00	23.016.770,40	83.200,00	85.044.223,34

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S. 2017.

2.4.2 Gastos de puesta en marcha .

Los costos de puesta en marcha son los que intervienen en el proceso de producción de forma indirecta, teniendo en cuenta el objeto social que desarrollará la empresa, para efectos prácticos se tuvo en cuenta el método ABC, para establecer el centro de costos al que pertenece el rubro, dándole una ponderación del 70% para CIF y 30% para Costos y Gastos Administrativos (Balada & Ripoll, 2007)

Se proyecta que el salario de la fundadora y quién ocupará el cargo de Gerente será de \$2.000.000.00 mensual, se contratarán dos vendedores, con sueldo mínimos, una secretaria con el salario mínimo, se prevé pagar un arriendo mensual de \$500.000,00; los servicios públicos de la empresa serán de \$100.000,00 mensuales y un cargo mensual de internet y telefonía celular de \$100.000.00

Tabla 7. Gastos de puesta en marcha.

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
COMPRA DE MATERIAS	26.063.960,00	39.095.940,0	58.643.910,0	87.965.865,0	131.948.797,
PRIMAS		0	0	0	50
MANO DE OBRA DIRECTA	67.362.990,40	71.404.769,8	75.689.056,0	80.230.399,3	85.044.223,3
Gerente	16.800.000,00	17.808.000,0	18.876.480,0	20.009.068,8	21.209.612,9
Vendedores	19.537.221,31	20.709.454,5	21.952.021,8	23.269.143,1	24.665.291,7
Secretaria	10.118.050,66	10.725.133,7	11.368.641,7	12.050.760,2	12.773.805,8
Arriendo	4.200.000,00	4.452.000,00	4.719.120,00	5.002.267,20	5.302.403,23
SSPP	840.000,00	890.400,00	943.824,00	1.000.453,44	1.060.480,65
Internet y Teléfono	840.000,00	890.400,00	943.824,00	1.000.453,44	1.060.480,65
Gerente	7.200.000,00	7.632.000,00	8.089.920,00	8.575.315,20	9.089.834,11
Vendedores	8.373.094,85	8.875.480,54	9.408.009,37	9.972.489,93	10.570.839,3
Secretaria	4.336.307,42	4.596.485,87	4.872.275,02	5.164.611,52	5.474.488,21
Arriendo	1.800.000,00	1.908.000,00	2.022.480,00	2.143.828,80	2.272.458,53
SSPP	360.000,00	381.600,00	404.496,00	428.765,76	454.491,71
Internet y Teléfono	360.000,00	381.600,00	404.496,00	428.765,76	454.491,71
Papelería	1.800.000,00	1.908.000,00	2.022.480,00	2.143.828,80	2.272.458,53
IMPUESTOS	-	4.469.114,22	6.523.753,73	9.277.289,08	13.376.026,1
AMORTIZACIÓN PRESTAMO	11.722.500,00	10.462.500,0	9.202.500,00	7.942.500,00	6.682.500,00
TOTAL EGRESOS	181.714.124,64	206.590.878,	236.087.287,	276.605.805,	333.712.684,
SALDO FLUJO DE EFECTIVO	35.491.564,44	44.794.413,2	59.909.866,4	83.115.794,7	117.512.535,
TOTAL	398.919.813,72	457.976.170,	532.084.441,	636.327.405,	784.937.903,
		72	83	76	53

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S. 2017.

2.4.3 Gastos anuales de administración.

Son los llamados “gastos generales” o “gastos administrativos”, algunos de ellos son los gastos en los que incurre la empresa para su supervisión y su buena administración en general, en él se incluyen los costos de llevar los registros y el control contable, gastos de correspondencia,

gastos de compras etc. Lizcano Álvarez, J. (1998). El sistema de costes basado en las actividades. AECA.

para el presente proyecto se tuvo en cuenta el 30% de los Costos Indirectos de Fabricación y los gastos de papelería calculados en % 150.000.00 mensuales.

Tabla 8. Costos y Gastos Administrativos

DESCRIPCIÓN	VALOR ANUAL
Gerente	7.200.000,00
Vendedores	8.373.094,85
Secretaria	4.336.307,42
Arriendo	1.800.000,00
SSPP	360.000,00
Internet y Teléfono	360.000,00
Papelería	1.800.000,00
TOTAL	24.229.402,27

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S. 2017.

2.4.3.1 Costos y Gastos de Ventas.

No existen costos de gastos y ventas ya que, por la modalidad de negocio, se considera que los vendedores hacen parte del proceso productivo y sus salarios, se tuvieron en cuenta en los CIF.

2.4.3.2 Cuentas de resultados y Balances.

Tabla 9. Balance de Resultados (PyG) Proyectado

	DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
	VENTAS	189.615.689,08	215.893.727,54	251.202.740,88	299.811.733,85	368.109.424,66
-	COSTO DE VENTAS	145.858.222,37	166.072.098,11	193.232.877,60	230.624.410,65	283.161.095,89
=	UTILIDAD BRUTA EN VE	43.757.466,71	49.821.629,43	57.969.863,28	69.187.323,20	84.948.328,77
-	GASTOS DE ADMINISTR	25.266.068,94	26.719.833,07	28.260.823,06	29.027.605,78	30.759.062,12
-	GASTOS DE VENTAS	-	-	-	-	-
=	UTILIDAD O PERDIDA O	18.491.397,77	23.101.796,36	29.709.040,22	40.159.717,42	54.189.266,64
-	INTERESES FINANCIER	5.722.500,00	4.462.500,00	3.202.500,00	1.942.500,00	682.500,00
=	UTILIDAD O PERDIDA A	12.768.897,77	18.639.296,36	26.506.540,22	38.217.217,42	53.506.766,64
-	IMPUESTO DE RENTA	4.469.114,22	6.523.753,73	9.277.289,08	13.376.026,10	18.727.368,33
=	UTILIDAD O PERDIDA D	8.299.783,55	12.115.542,63	17.229.251,14	24.841.191,32	34.779.398,32

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S. 2017.

Cómo se puede observar, desde el primer año y con base en las previsiones hechas en el proyecto, se obtendrá resultados positivos en éste.

Tabla 10. Balance General Proyectado

ACTIVOS	INSTALACIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
CORRIENTE						
CAJA - BANCOS	27.590.000	35.491.564	44.794.413	59.909.866	83.115.795	117.512.535
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	27.590.000	35.491.564	44.794.413	59.909.866	83.115.795	117.512.535
GASTOS PREOPERATIVOS	200.000	160.000	120.000	80.000	40.000	0
ACTIVO FIJO						
TERRENOS	0	0	0	0	0	0
COMPUTADORES	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000	2.600.000
- DEP ACUM. COMP.	0	866.667	1.733.333	2.600.000	2.600.000	2.600.000
EDIFICIOS	0	0	0	0	0	0
-DEP. ACUM. EDIF.	0	0	0	0	0	0
VEHICULOS	0	0	0	0	0	0
- DEP ACUM. VEHIC.	0	0	0	0	0	0
MAQUINARIA Y EQUIPO	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000	960.000
- DEP ACUM. M. Y EQ.	0	96.000	192.000	288.000	384.000	480.000
MUEBLES Y ENSERES	650.000	650.000	650.000	650.000	650.000	650.000
-DEP. ACUM. M. Y ENS.	0	130.000	260.000	390.000	520.000	650.000
TOTAL ACTIVO FIJO	4.410.000	3.277.333	2.144.667	1.012.000	746.000	480.000
TOTAL ACTIVO	32.000.000	38.768.898	46.939.080	60.921.866	83.861.795	117.992.535

PASIVOS		ANO1	ANO2	ANO3	ANO4	ANO5
CORRIENTE						
IMPUESTOS POR PAGAR	0	4.469.114	6.523.754	9.277.289	13.376.026	18.727.368
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	4.469.114	6.523.754	9.277.289	13.376.026	18.727.368
PASIVO LARGO PLAZO						
OBLIG. FINANCIERAS	30.000.000	24.000.000	18.000.000	12.000.000	6.000.000	0
TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	30.000.000	24.000.000	18.000.000	12.000.000	6.000.000	0
TOTAL PASIVO	30.000.000	28.469.114	24.523.754	21.277.289	19.376.026	18.727.368
PATRIMONIO						
CAPITAL	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
UTILIDAD DEL PERIODO	0	8.299.784	12.115.543	17.229.251	24.841.191	34.779.398
UTILIDAD ACUMULADA	0	0	8.299.784	20.415.326	37.644.577	62.485.769
TOTAL PATRIMONIO	2.000.000	10.299.784	22.415.326	39.644.577	64.485.769	99.265.167
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	32.000.000	38.768.898	46.939.080	60.921.866	83.861.795	117.992.535
Total de control	0	0	0	0	0	0

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S. 2017.

2.5 Presupuesto de venta en unidades por año

La proyección de venta se realizó tomando con base a la ejecución de los servicios de aseo en un año de 8 torre de 6 pisos con 65 apartamentos de 78m², que es en promedio la producción a anual en la ciudad de Villavicencio.

Identificación de los precios: El precio de venta se determina a partir del análisis financiero del proyecto. Aunque se tienen en cuenta algunas referencias de los precios tanto de empresas de la capital que prestan servicios similares, cómo de lo que le cuesta a una empresa constructora mantener un equipo especializado de trabajadores, para que ejecuten ésta labor, sin embargo en general, el costo de venta se determinara en todos los casos, aplicando la fórmula citada por ESTEO, F. *Análisis contable de la Rentabilidad Empresarial*. CEF Editorial.

$$\text{Precio Potencial de Venta} = \frac{\text{Costos totales} - (\text{Costos Totales} \times \text{Impuestos})}{1 - ((\% \text{ Utilidad Deseada}) - (\text{Impuestos}))}$$

Figura 2. Fórmula para hallar el Precio Potencial de Venta. Fuente: Amat, O. (2005).

Tabla 11. Presupuesto de ventas en unidades

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5	TOTAL
Servicios de aseo por obras finalizadas (Unidad Básica de Construcción)	520	780	1170	1755	2633	6.858
TOTAL UNIDADES	520	780	1.170	1.755	2.633	6.858
PRECIO DE VENTA UNITARIO	364.646	276.787	214.703	170.833	139.833	
TOTAL EN PESOS	189.615.689	215.893.728	251.202.741	299.811.734	368.109.425	1.324.633.316

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES

S.A.S. 2017.

2.6 Análisis de Cash Flow

Tabla 12. Análisis de Cash Flow

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
INGRESOS					
SALDO INICIAL	27.590.000,00				
		35.491.564,44	44.794.413,24	59.909.866,40	83.115.794,75
VENTAS					
	189.615.689,08	215.893.727,54	251.202.740,88	299.811.733,85	368.109.424,66
	-	-	-	-	-
TOTAL INGRESOS	217.205.689,08	251.385.291,98	295.997.154,12	359.721.600,25	451.225.219,41
EGRESOS					
COMPRA DE MATERIAS PRIMAS MANO DE OBRA DIRECTA					
Gerente	26.063.960,00	39.095.940,00	58.643.910,00	87.965.865,00	131.948.797,50
Vendedores	67.362.990,40	71.404.769,82	75.689.056,01	80.230.399,37	85.044.223,34
Secretaria	16.800.000,00	17.808.000,00	18.876.480,00	20.009.068,80	21.209.612,93
Arriendo	19.537.221,31	20.709.454,59	21.952.021,87	23.269.143,18	24.665.291,77
SSPP	10.118.050,66	10.725.133,70	11.368.641,72	12.050.760,22	12.773.805,83
Internet y Teléfono	4.200.000,00	4.452.000,00	4.719.120,00	5.002.267,20	5.302.403,23
Gerente	840.000,00	890.400,00	943.824,00	1.000.453,44	1.060.480,65
Vendedores	840.000,00	890.400,00	943.824,00	1.000.453,44	1.060.480,65
Secretaria	7.200.000,00	7.632.000,00	8.089.920,00	8.575.315,20	9.089.834,11
Arriendo	8.373.094,85	8.875.480,54	9.408.009,37	9.972.489,93	10.570.839,33
SSPP	4.336.307,42	4.596.485,87	4.872.275,02	5.164.611,52	5.474.488,21
Internet y Teléfono	1.800.000,00	1.908.000,00	2.022.480,00	2.143.828,80	2.272.458,53
Papelería	360.000,00	381.600,00	404.496,00	428.765,76	454.491,71
IMPUESTOS	360.000,00	381.600,00	404.496,00	428.765,76	454.491,71
	1.800.000,00	1.908.000,00	2.022.480,00	2.143.828,80	2.272.458,53
	-	4.469.114,22	6.523.753,73	9.277.289,08	13.376.026,10

DESCRIPCIÓN	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
AMORTIZACIÓN					
PRESTAMO	11.722.500,00	10.462.500,00	9.202.500,00	7.942.500,00	6.682.500,00
TOTAL EGRESOS					
	181.714.124,64	206.590.878,74	236.087.287,71	276.605.805,51	333.712.684,11
SALDO FLUJO DE EFECTIVO					
	35.491.564,44	44.794.413,24	59.909.866,40	83.115.794,75	117.512.535,29

DATOS PARA EL CALCULO DE LA TIR Y EL VNA

(32.000.000)	35.491.564,44	44.794.413,24	59.909.866,40	83.115.794,75	117.512.535,29
---------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----------------

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES

S.A.S. 2017

2.6.1 Indicadores Financieros

Una vez obtenido el Cash Flow proyectado a cinco años, se procederá a calcular el Valor Actual Neto (VAN) con una tasa de descuento del 22% y la rentabilidad simple generada a través de la Tasa Interna de Rentabilidad (TIR), lo cual permitirá determinar si esta rentabilidad es mayor a la rentabilidad mínima esperada por los inversionistas. De ser menor que la rentabilidad esperada por los inversionistas, no valdría la pena invertir en el proyecto y dedicar tiempo y esfuerzo al emprendimiento empresarial (Higgins, 2004).

Para realizar el cálculo se ha usado el cash-flow neto esto es, la suma de todos los ingresos (no se tuvo en cuenta la amortización, por no ser un movimiento real de dinero), el cash-flow de inversión (para la inversión inicial o p. ej. para reparaciones, etc.) y cash-flow financiero (p.ej. para financiar pago de dividendos). Con el flujo de caja proyectado, se pueden hallar los indicadores financieros, aplicando las fórmulas financieras correspondientes:

VAN: Tasa de descuento del 11,5% (Tasa mínima de rentabilidad esperada por los inversionistas)

$$VAN = -C_0 + \sum_{t=1}^N \frac{FCN_t}{(1+i)^t}$$

Figura 3. Fórmula Genérica del Valor Actual Neto. Fuente: Amat, O. (2005).

TIR: Rentabilidad simple del proyecto (con la cual el VAN es cero)

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} =$$

Figura 4. Fórmula Genérica de la TIR. Fuente: Rodríguez, Parejo, Cuervo & Calvo, (2003)

Tabla 13. Tasa interna de retorno

TASA INTERNA DE RETORNO TIR	INVERSIÓN	-		
		32.000.000		
ES LA TASA QUE HACE QUE EL VALOR PRESENTE NETO SEA IGUAL A CERO, ES DECIR QUE REDUCE A CERO LOS INGRESOS Y LOS EGRESOS DEL PROYECTO,	AÑO1	35.491.564	AÑO4	83.115.795
INCLUYENDOSE LA INVERSIÓN INICIAL QUE REALIZARON LOS SOCIOS EN EL PROYECTO.	AÑO2	44.794.413	AÑO5	117.512.535
COMO LA TASA RESULTANTE ES SUPERIOR A LA DEL MERCADO QUIERE DECIR QUE NUESTRO PROYECTO ES MAS RENTABLE	AÑO3	59.909.866		TIR DEL PROYECTO
VALOR PRESENTE NETO				
PERMITE ESTABLECER LA EQUIVALENCIA	AÑO1	35.491.564	AÑO4	83.115.795

TASA INTERNA DE RETORNO TIR	INVERSIÓN	-			
		32.000.000			
ENTRE LOS INGRESOS Y EGRESOS DEL FLUJO DE EFECTIVO DE UN PROYECTO, LOS QUE SON COMPARADOS CON LA INVERSIÓN INICIAL DE LOS SOCIOS, A UNA TASA DETERMINADA. SE SUMAN LOS FLUJOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO Y SE LE DESCUENTA LA INVERSIÓN INICIAL, SI ES POSITIVO EL RESULTADO (VPN) SE ACEPTA EL PROYECTO.					
	AÑO2	44.794.413	AÑO5	117.512.535	VPN DEL
	AÑO3	59.909.866			PROYECTO

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES

S.A.S. 2017

Cómo se puede observar la TIR es bastante alta, teniendo en cuenta que n es una empresa comercializadora sino de prestación de servicios, lo cual redundaría en que los costos de producción se reducen ostensiblemente, convirtiéndose los ingresos mayormente en utilidad, lo cual no pasa ni en las empresas industriales (costos de fabricación) ni en las comerciales (costo de mercancía disponible para la venta)

2.6.2 Punto de Equilibrio y Pay Back de la inversión.

El punto de equilibrio en la empresa, es aquel nivel de ventas en los que se garantiza el cubrimiento total de los costes variables totales de los productos vendidos y el cubrimiento total de los costes fijos. Es decir, marca el nivel de venta que debe obtener la empresa para no tener ni utilidades, ni pérdidas. Es importante saber cuál es, porque permite hacer las estimaciones de venta mínimas que debe alcanzar la empresa, sabiendo que por cada unidad vendida por debajo de

éste, se generarán pérdidas y por cada unidad vendida por encima de éste se obtendrán utilidades.

Para hallar el punto de equilibrio, la proyección financiera tiene que hallar el consolidado de los costes fijos y los costes variables, por unidad y en general del período (Ripoll & Balada, 2007).

Tabla 14. Margen de Contribución Promedio Unitario, punto de equilibrio en pesos, punto de equilibrio en unidades.

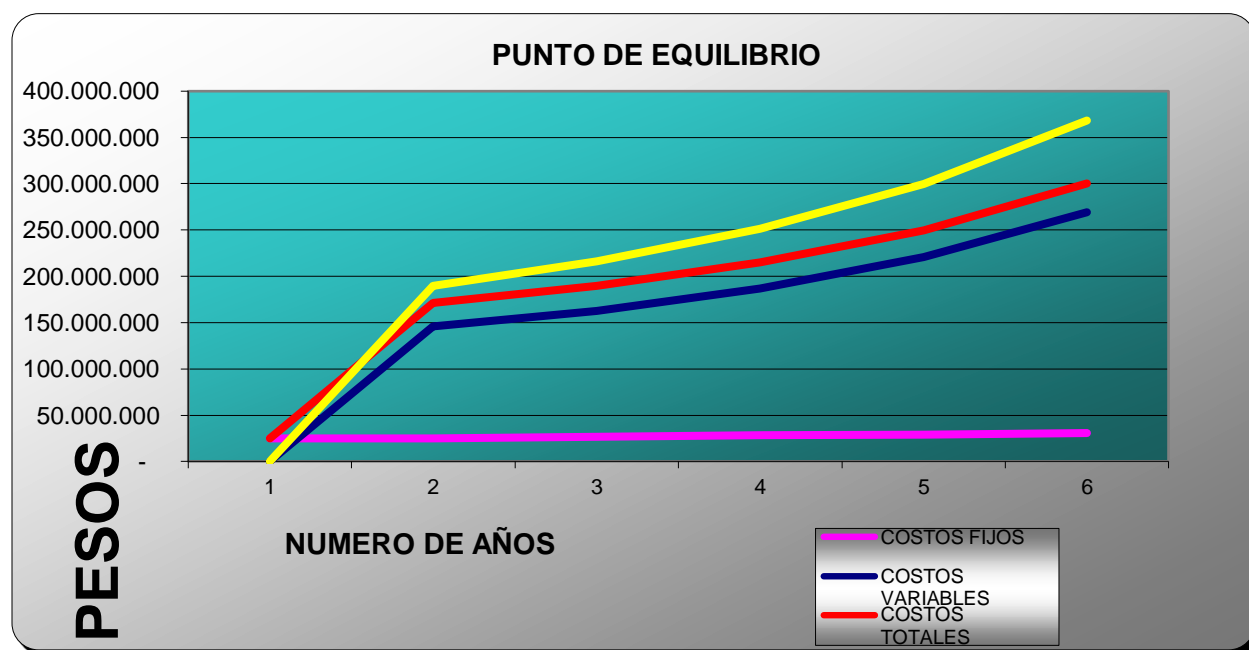
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN EN UNIDADES			
MC1= PRECIO DE VENTA UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO			
MC1=	364.646	-280.312	84.334
	276.787	-208.764	68.023
	214.703	-159.546	55.158
	170.833	-125.659	45.174
	139.833	-102.309	37.524
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES			
PE1= COSTOS FIJOS TOTALES / MC1			
PE1=	25.266.069	84.334	Año 1
	26.719.833	68.023	Año 2
	28.260.823	55.158	Año 3
	29.027.606	45.174	Año 4
	30.759.062	37.524	Año 5
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN EN PESOS			
MC2= (VENTAS TOTALES - COSTO VARIABLE TOTAL) / VENTAS TOTALES			
MC1=	189.615.689	145.762.222	1,77
	215.893.728	162.835.982	1,75
	251.202.741	186.668.238	1,74
	299.811.734	220.531.536	1,74
	368.109.425	269.328.293	1,73
PUNTO DE EQUILIBRIO EN PESOS			
PE2= COSTOS FIJOS TOTALES / MC2			
PE2=	25.266.069	1,77	Año 1
	25.266.069	1,75	Año 2
	26.719.833	1,74	Año 3
	28.260.823	1,74	Año 4
	29.027.606	1,73	Año 5
PRUEBA			
PE2/PE1= PVU			

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES

S.A.S. 2017

Cómo se puede observar el margen de contribución por unidad en pesos, es de \$84.334, para el primer año, lo que nos arroja un punto de equilibrio en unidades de 300 unidades básicas de producción, teniendo en cuenta que nuestra penetración del mercado va a ser de 520 Unidades de producción, se puede considerar que la empresa trabajará holgadamente.

Lo anterior significa que para garantizar que la empresa pueda cubrir, la totalidad de sus costes fijos a la vez que cubre los costes variables de los productos vendidos debe poder vender servicios a cinco empresas que construyan cada una, una torre de 65 apartamentos al año, lo cual le generaría ingresos por: \$109.393.500, con lo cual cubriría la totalidad de los costos fijos y la totalidad de los costos variables de la empresa.



Gráfica 1. Punto de Equilibrio CRECER CONSTRUCTORES S.A.S. Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa .2017

2.6.3 Pay back de la inversión.

El Payback o plazo de recuperación de la inversión es la medida en tiempo, en el cual se recuperará la totalidad de la inversión, teniendo en cuenta la tasa de cambio y la pérdida de poder adquisitivo del dinero. (Balada & Ripoll 2007).

Resulta muy útil para CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, en el entendido que es necesario informarles a los inversionistas, el tiempo en el cual podrán recuperar la totalidad de la inversión:

Tabla 15. Pay back de la inversión

INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
32.000.000,00	35.491.564,44	44.794.413,24	59.909.866,40	83.115.794,75	117.512.535,29
	35.491.564,44	80.285.977,68	140.195.844,09	223.311.638,83	340.824.174,13
	0,901622696	0	0	0	0,00
	0	0	0	0	0
	10,81947235	0	0	0	0,00
	10	0	0	0	0
	25	0	0	0	0
PRI (años)	0,90				

Fuente: Las autoras del proyecto con base en la proyección financiera de la empresa CRECER CONSTRUCTORES S.A.S. 2017

Si se presenta un mayor número de contratos al programado la proyección de ventas se debe hacer abonos a capital de los del crédito solicitado para dar inicio de la labor

Capítulo III

3. Estudio de Mercados

3.1. Análisis del sector

3.1.1 Análisis del sector

3.1.1.1 Político.

El presente estudio de mercado, elaborado en el año 2017, muestra el mal desarrollo de tipo político presente en el país y las afectaciones causadas principalmente en el departamento del meta, Colombia es un país que a pesar de ser democrático, presenta fallecías relacionadas a la falta de recursos y discriminación social, en dónde la circunstancia de no tener poder económico ha causado que las decisiones de elección política se conviertan en el negocio más grande del poder y el de menor beneficio para el pueblo.

El pueblo no tiene la última palabra en las elecciones de tipo político, esto es un juego en el que intervienen por una parte los políticos, que “compran” el voto, y por otro el pueblo que vota por el candidato que más paga o que dé más ayudas, mientras que las campañas políticas están andando, hay ayudas, pero después de estar en el poder, se olvidan de las necesidades de desarrollo económico y social que la gente tiene, lo cual redundo en que se mantienen o incluso aumentan los índices de desempleo.

Es importante resaltar que en el departamento del Meta existen muchos grupos al margen de la ley, quienes han logrado involucrar a muchas personas que no cuentan con una oportunidad de empleo, por esta razón existen algunos proyectos sociales del estado que buscan que las personas laboren en diferentes partes, para impedir que se vinculen a este tipo de grupos al margen de la ley, sin embargo, etas oportunidades de trabajo, sin insuficientes. CRECER CONSTRUCTORES S.A.S desarrolla su objeto social en la ciudad de Villavicencio, con personas vulnerables, principalmente mujeres y hombres cabezas de hogar quienes, mientras trabajan, tienen que

educar, formar y sacar adelante sus hijos, conformado así una población, que es quien más necesita amparo e impulso, para mejorar su calidad de vida.

3.1.1.2 Económico.

El crecimiento constructivo de la ciudad de Villavicencio, aumentó entre los años 2015 y 2016 en un 20% y de la mano de los demás municipios aledaños, lo que aumenta la demanda de servicios de aseo para obra civil, esta no es una actividad que se vea reflejada en ningún balance económico de los departamentos del Meta y Casanare, pero se tiene claro que al crecer la construcción, la necesidad aumenta, ampliando la posibilidad de darle un crecimiento económico a la ciudad, ya que el dinero que se genere gracias a este tipo de servicios, será reinvertido por las trabajadoras y la empresa por medio de la compra de los productos, dotación y herramientas en la misma ciudad, contribuyendo con el crecimiento económico de cada uno de los departamentos.

3.1.1.3 Social.

El departamento del Meta y la ciudad de Villavicencio, tienen un entorno de desarrollo social complejo, por las dificultades que se les presentan a todas las mujeres que son madres cabeza de familia y sin trabajo estable, las cuales son incalculables, representadas en poco tiempo disponible, falta permanente de dinero, poco tiempo para descanso, reducida vida social y familiar, y pocas posibilidades de profesionalización, entre otros factores, que cambiarían en el momento en que se adquiriera un trabajo estable, sólido y duradero, los hijos de esta población, tendrán posibilidad de educación, salud y recreación, los cuales son derechos fundamentales, que se pueden gozar sólo si hay una estabilidad laboral de por parte de la madre o el padre.

3.1.1.4 Tecnológico.

Hacer el aseo en las instalaciones de una vivienda, apartamento o recinto recién construido, no es una labor que requiera de mucha tecnología, desde hace bastante tiempo se ha visto que la mejor manera es realizarlo por el método tradicional, sin embargo el cambio tecnológico se ha dado en los materiales que se utilizan, los cuales mejoran su prestación en cuanto a facilidad de limpieza y desmanche, algunas herramientas han cambiado, mejorando la eficiencia y el tiempo para entregar limpio un sector recién construido, básicamente los requerimientos tecnológicos son mínimos y se traducen en la necesidad de conocer las atributos de los implementos y en mantener las herramientas siempre en perfectas condiciones, de igual manera no se puede hacer a un lado el hecho que el toque femenino, es la base para que un aseo esté bien hecho y el sitio se entregue al cliente con un ambiente agradable.

A diferencia de otras actividades económicas, los servicios de aseo difícilmente serán reemplazados en su totalidad por máquinas o herramientas de tipo tecnológicos, los avances en éste campo, ya se encuentran en el mercado y será de gran ayuda para los trabajadores contar con ellas.

3.1.1.5 Medio ambientales.

La protección al medio ambiente para estas épocas es tema de vital importancia y tiene gran influencia en la industria en general, CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, está diseñada para contribuir con el cuidado del medio ambiente, los productos utilizados para alcanzar el éxito en el desarrollo de la tarea son amigables con el planeta.

Legales: para los últimos años, las exigencias legales en cuanto a la constitución de empresas, ha aumentado de manera notoria en todos los aspectos, hay muchos más requisitos y algunos de ellos son la posibilidad de brindar estabilidad económica y solidez financiera de la

compañía, además de mayores exigencias en cuanto a la seguridad e integridad de los trabajadores, lo cual redundará en un aumento de los costos de la empresa.

3.2 Análisis de mercado

El crecimiento de la construcción en la ciudad de Villavicencio ha venido aumentando desde el año 2014 de manera acelerada, en el municipio existe aproximadamente 25 constructoras, algunas de ellas son:

- García e hijos S.A.S
- Santa lucia inversiones y proyectos S.A.S
- Soluciones y construcciones S.A.S
- Amarilo S.A.S
- Promotora campestre S.A.S
- Hexágonos del llano CIA LTDA
- Construcciones RAM S.A.S
- Inversiones llano hermoso
- Constructora BIOTHECNET
- MC construcciones S.A.S
- Constructora Arvinco S.A.S
- Constructora Heliconias S.A.S
- Constructora Mebar S.A.S
- Constructora Prabyc ingenieros S.A.S
- Grupo mejorarte S.A.S
- Inversiones Magla S.A.S

- Construcciones Ferglad S.A.S

Todas implementan dos tipos de construcción: propiedad horizontal, en alturas de 5 pisos en adelante hasta 21 pisos y casas de 1, 2, y hasta 4 pisos, son obras de gran magnitud lo cual hace que la cantidad de trabajo aumente, teniendo la posibilidad de alcanzar un mayor número de contratos y de esta manera, la contratación de mujeres para la elaboración de los servicios de aseo sería masiva, contribuyendo con el desarrollo económico y social de las familias.

Del éxito de las ventas depende que el crecimiento de la empresa sea cada vez mayor, una de las principales fortalezas para el éxito de las ventas debe ser un excelente servicio al cliente, los servicios de aseo para obra son un producto no tangible y por lo tanto el proceso de venta se desarrolla de manera personal, por medio de la visita a los clientes logrando mostrar todos los beneficios que genera para las constructoras, una buena ejecución de esta tarea.

3.3. Análisis de la competencia

El departamento del Meta y aún más la ciudad de Villavicencio, ha tenido un crecimiento muy acelerado en el gremio constructivo, lo que ha generado un aumento en la demanda laboral y el crecimiento empresarial en el departamento, por esta razón de la capital se han desplazados un sin número de las empresas a la ciudad, generando aumento en la competencia y una mayor demanda laboral, los servicios de aseo en obra es una de las actividades en la que se ha presentado un menor índice en la competencia, pero no se puede descartar la posibilidad de que los altos índices de la demanda, se conviertan en un mercado para explorar por empresa de otras ciudades.

El aumento en la demanda de los servicios de aseo y la obligación de cumplir el decreto

1072 de 2015 sobre Seguridad y Salud en el Trabajo, causo que las señoras que llevan muchos años trabajando en dicha labor para la misma constructora, legalizaran su servicio por medio de la creación de una empresa como persona natural o jurídica; permitiendo el alcance de una facturación legal, lo que las ha obligado a buscar otros clientes para lograr el crecimiento de su empresa y un mayor número de ingresos, ya que el pago de impuestos a la hora de la legalización de empresas, es muy exigente y con la última actualización del aumento de impuestos, el costo es mucho mayor.

La existencia de varias empresas en la ciudad, no disminuye la posibilidad de que empresa sea exitosa, ya que la demanda laboral es alta y CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, será una empresa enfatizada en la calidad y excelente servicio, logrando altos índices de contratación y permitiendo una vinculación masiva de mujeres para desarrollar la tarea.

La calidad es el resultado de un esfuerzo arduo y trabajo en equipo, logrando el cumplimiento de la tarea de una manera eficaz, virtudes con la cuales contara CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, mediante la capacitación y entrenamiento del personal.

3.4. Identificación de productos sustitutos y complementarios

Los productos sustitutos: El producto sustituto es personal contratado por la constructora, que hace parte de su nómina y a quienes además de las prestaciones de ley, los tienen que capacitar y comprar la dotación requerida tanto para desarrollar la obra, cómo para garantizar su seguridad.

3.4.1 Productos Complementarios.

Los productos complementarios, son los insumos y materiales que se requieren para hacer el

aseo, de acuerdo a las especificaciones técnicas que la constructora exija o necesite.

3.4.1.1 Identificación del producto de acuerdo a su sector.

Los productos ofertados son del sector de los servicios, aunque en algunas ocasiones los productos o insumos necesarios para hacer el aseo, pueden estar inmersos dentro del contrato son necesarios para el desarrollo del proyecto.

3.4.1.2 Identificación de las fuentes de abastecimiento de los insumos.

La materia prima principal, son las horas-hombre del personal que realizará el aseo y los implementos para hacer el aseo que se adquieren en el mercado local de la ciudad de Villavicencio.

3.4.1.3 Identificación de los canales de distribución.

En una primera etapa, se pretende satisfacer la necesidad inmediata que presente el sector constructor de la ciudad de Villavicencio y algunos municipios aledaños, pero posteriormente se pretende ir creciendo para ampliar el nicho de mercado a los demás municipios del departamento y posteriormente de la región. Cuando se haya consolidado el servicio en la Orinoquía, se piensa ofertar en ciudades intermedias, hasta llegar a las ciudades capitales más grandes del país.

3.4.1.4 Identificación de las condiciones de la política económica.

Actualmente y de acuerdo a la situación económica de la región, con el aumento del precio del dólar y la caída internacional de los precios del petróleo, los cuales han impactado de manera significativa el sector constructor, éste ha ido decayendo, sin embargo y otra parte, teniendo en cuenta la construcción de la doble calzada Bogotá-Villavicencio, en la cual el tiempo de desplazamiento de la capital hacia la ciudad, cada vez es más corto, se prevé un sostenimiento del sector constructor y un crecimiento natural de éste, ya no dependiendo de las bonanzas, sino de la libre disposición de oferta y demanda del mercado, lo cual es mucho más beneficioso.

3.4.1.5 Identificación de los proveedores.

Los proveedores de la empresa son personal no profesional que están dispuestos a prestar sus servicios en el sector del aseo, los cuales se buscan en los portales de bolsas de empleo, a través de publicaciones en las redes sociales y por referidos de otros trabajadores, actualmente el sector operativo de la empresa tiene una base de datos de cien posibles empleados, los cuales son llamados de acuerdo a las necesidades del sector y a la cantidad de obras disponibles.

3.4.1.6 Identificación de la competencia.

La competencia directa se identifica a través de una única empresa, Tempo-Aseo, que tiene su oficina principal en Bogotá, pero con una sede en el municipio de Villavicencio y quienes además de ofrecer sus servicios a las constructoras, como una diversificación de su ingreso, se especializan en contratar servicios de aseo cotidiano a las empresas de la ciudad. Las otras compañías identificadas son de Bogotá, sin tener sede en la ciudad, lo cual hace que sea más complejo la prestación del servicio.

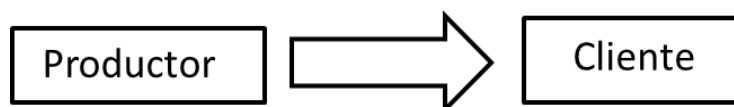


Figura 5. Canal de Distribución empresa de servicios. Fuente. Las autoras. 2017.

3.4.1.7 Ventajas del canal de distribución elegido.

El canal de distribución es corto, el objetivo es que el departamento de ventas determine directamente con el cliente cuando se necesite un servicio, teniendo en cuenta número y tamaño de obras realizadas y después que se pacten las especificaciones técnicas de éste.

A partir del canal corto de distribución, se podrá realizar una profundización de la relación comercial, porque en éste tipo de negocios es necesario identificar la necesidad de la

constructora y así mismo determinar el tamaño y los requerimientos de ésta.

3.4.1.8 Identificación del Consumidor.

La propuesta de valor presentada por la compañía tiene un nicho de mercado específico y definido: son las compañías constructoras de la ciudad, quienes hacen obras de modalidad llave en mano y quienes, para entregarlas, necesitan que éstas estén en condiciones óptimas de aseo. Aunque hay constructoras con diferentes tipos de obra, la especialidad de la empresa es realizar el aseo final para entrega a apartamentos, casas y oficinas, sin que lo anterior signifique que de requerirse otros tipos de obras (vías, bodegas, centros comerciales), se atiendan estos requerimientos.

3.4.1.9 Análisis de la demanda.

La demanda de los productos ofertados por la compañía de aseo, además de determinarse a través de la recopilación de la información recabada por medio de la entrevista realizada, se estableció mediante el estudio de mercado, en el cual se siguieron los pasos con el fin de determinar las cantidades y las condiciones en que los potenciales clientes recibirán el bien o servicio.

3.5 Desarrollo del Estudio

Para la realización del estudio, se establecieron los siguientes pasos: Hernández, Fernández, Baptista, (2010)

- Establecimiento del Universo de Estudio.
- Selección de la Muestra.
- Diseño de instrumentos para recolección de información primaria.

- Validación de formularios para recabar la información.
- Contactos y Entrevistas.
- Recolección de información.
- Procesamiento y Análisis.

3.5.1 Establecimiento del Universo de Estudio.

Número de empresas dedicadas a la construcción en la ciudad de Villavicencio.

- García e hijos S.A.S
- Santa lucia inversiones y proyectos S.A.S
- Soluciones y construcciones S.A.S
- Amarilo S.A.S
- Promotora campestre S.A.S
- Hexágonos del llano cia ltda
- Construcciones ram S.A.S
- Inversiones llano hermosos
- Constructora biothecnet
- MC construcciones S.A.S
- Constructora arvinco S.A.S
- Constructora heliconias S.A.S
- Constructora mebar S.A.S
- Constructora prabyc ingenieros S.A.S

- Grupo mejorarte S.A.S
- Inversiones magla S.A.S
- Construcciones ferglad S.A.S

Fuente: Cámara de Comercio Villavicencio. (2017).

Total, general: Se determinó mediante la información suministrada por la cámara de comercio de Villavicencio, que el total de empresas cuyo objeto social está ligado al nicho del mercado objetivo son diecisiete.

3.5.1 Selección de la Muestra.

Teniendo en cuenta el tamaño de la población objetivo, se determinó que el estudio de mercado se realizará en toda la población (Díez 1997).

3.5.2 Diseño de instrumentos para recolección de información primaria.

Acto seguido se diseñaron los instrumentos. (Ver anexo 1, Encuesta Definitiva)

3.5.2.1 Validación de formularios para recabar la información.

la validación se realizó mediante la técnica de panel de expertos, los instrumentos diseñados fueron entregados a tres expertos (un Phd y dos magísteres docentes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios), quienes los leyeron, realizaron correcciones y después de realizadas, aprobaron los instrumentos.

3.5.2.2 Contactos y Entrevistas.

Una vez planeado el procedimiento se realizaron los contactos vía telefónica, con el listado de establecimientos registrados ante la cámara de comercio, (Nombre del establecimiento,

nombre del representante legal y número telefónico de contacto).

3.5.2.3 Recolección de información.

Se procedió a concertar la cita, se utilizaron tres vendedores de la empresa, la información se recabó del 2 al 23 de Mayo de 2017.

3.5.3 Procesamiento y Análisis.

Para el análisis de la Información Cuantitativa, se utilizó el software “Sistema de Procesamiento de Encuestas” que hace parte de la obra “Formulación y Evaluación de Proyectos, Enfoque para Emprendedores, novena edición”, escrita y desarrollada por el profesor Rafael Méndez, profesor titular de la Universidad Surcolombiana.

3.5.3.1 Cálculo de la oferta.

La oferta de producción de la modalidad de servicio ofertada, se determinó de la siguiente forma:

Se procedió a aplicar el instrumento de recolección de datos cuantitativos, para hallar los valores con el fin de realizar los siguientes cálculos:

$$\text{Mercado Potencial} = P \times C \times c$$

$$\text{Demanda Real} = \text{Mercado Potencial} \times R$$

$$\text{Mercado Real} = \text{Demanda Real} \times A$$

$$\text{Oferta de Producción} = \text{Mercado Real} \times p$$

Dónde:

P = población Total

C = Porción de la población que presenta necesidades relacionadas con el servicio de aseo

para finalizar la obra de construcción.

c = Porción que muestra interés en adquirir el servicio con las condiciones y los precios ofrecidos por la empresa

A = consumo aparente de la propuesta de valor

P = Penetración del mercado proyectada para el primer año

De las encuestas realizadas se pudieron extractar los siguientes datos

P = población total = 17 constructoras matriculados en la Cámara de Comercio de Villavicencio en 2017

C = porción de la población que presenta necesidades relacionadas con la contratación de empresas para servicio de aseo de final de obra = el 60% de los encuestados manifestaron que requieren el servicio, tal y cómo la empresa lo está ofertando, el otro 40% manifestaron que ya tenían una empresa de confianza o que lo estaban haciendo con personal contratado por ellos.

c = porción que muestra interés en adquirir la propuesta de valor ofertadas por CRECER Constructores S.A. = el 80% de los que manifestaron interés en adquirir el producto tal y como lo ofrece la empresa.

$$17 \times 60\% \times 80\% = 8,16$$

A la pregunta de cuánto es el mínimo de construcción que realizan en un año, contestaron que al menos una construcción con 65 unidades en promedio al año.

A = el consumo aparente, según datos extractados de la Camacol (Cámara de Comercio del Construcción) informan que las constructoras en Colombia en promedio construyeron 2 torres de 80 apartamentos cada una.

P = Penetración del mercado proyectada para el primer año 8 torres de 65 apartamentos cada una

3.6 Estrategia de distribución

CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, promocionará de forma directa el producto a cada uno de sus clientes mediante las visitas que se realizara de forma personal a cada una de las constructoras, un ejecutivo de ventas de la empresa, para presentar el portafolio de servicios, proceso en el cual se le explicará al cliente cada una de las garantías y beneficios que se le brindaran, en el caso de iniciar contratación con la empresa.

El portafolio de servicio contendrá la siguiente información: una carpeta de presentación donde se muestra la misión y la visión de la empresa, carta de presentación de la empresa, garantías relacionadas con el personal, la lista de servicios que ofrece la empresa, registro fotográfico de algunos de los contratos realizados y por ultimo una cotización con los costos por M2 y por apartamento, o como la desee el cliente, teniendo en cuenta las especificaciones que necesite en cuanto a la elaboración de aseo en la obra

El proceso de distribución se inicia con una primera visita al cliente, en el cual se entrega el portafolio de servicio y se coordina una segunda cita, la cual se desarrollará con la persona directamente encargada de la contratación, donde se define si existe la posibilidad de negocio, el tipo de negociación y tiempo de ejecución del contrato, entre otras cosas relacionadas con la actividad.

3.7 Proyección de ventas

3.7.1 Política de cartera.

En el gremio de la construcción todos los trabajos realizados en obra se cancelan con cortes cada veinte (20) días pagando el trabajo ejecutado a la fecha, de la misma manera funcionan los servicios de aseo en obra a medida que se realiza la limpieza de los apartamentos se pasan los cortes cada veinte (20) días para pago a los siete (7) días siguientes.

Todas las empresas aplican una retención de garantías por un valor del 10% sobre el valor del neto facturado en cada corte, valor que será pagado a CRECER CONSTRUCTORES S.A.S, al finalizar la ejecución del contrato.

4. Conclusiones

Del presente trabajo se puede concluir que el crecimiento de la construcción ha detenido en la

ciudad de Villavicencio en el último año, pero aún sigue siendo importante el número de construcciones realizadas en la ciudad

La creación de una empresa dedicada a los servicios de aseo para final de obra genera beneficios a la hora de hacer la entrega de las propiedades a cada uno de los clientes

Generar empleo a la población vulnerable mejorar las condiciones de vida sociales y económicas para muchas familias en la ciudad de Villavicencio

La elaboración de un plan de negocio donde se realizan estudios de mercado estudio financiero y proyección a cinco años permite conocer que tan viable es la constitución y desarrollo de la empresa

Es importante que el personal reciba capacitación y entrenamiento para alcanzar el éxito de la tarea

Es necesario que exista un supervisor, que controle las actividades que realizan las aseadoras, para que a la hora de entregar el apto aseado sea cumpliendo las expectativas del cliente.

5. Recomendaciones

Se recomienda que inicialmente, la actividad de servicios de aso en obra se empiece en la ciudad de Villavicencio para estabilizar la empresa y después dar inicio a la actividad en otros municipios del departamento del Meta, con el fin de volver la empresa más productiva y con mayores posibilidades de generar empleo a la población escogida como candidatos para ejecutar la actividad

Se recomienda colocar ejecutivos de ventas que se encarguen de la parte comercial de visitar los clientes y ejecutar el proceso de ventas

Referencias Bibliográficas

Amat, O. (2005). *Análisis económico-financiero*. GESTIÓN 2000.com

Balada y Ripoll, V. M. (2007). *Información de costes para la toma de decisiones empresariales*. Ediciones Gestión 2000.



Díez de Castro, E. (1997). *Distribución comercial*. 2ª edición. Madrid: Editorial McGraw-Hill.

Higgins, R. C. (2004). *Análisis para la dirección financiera*. Mcgraw Hill.

Ripoll, V. y Balada, T. . (2007). *Manual de costes*. Editorial Ediciones Gestión 2000. ISBN: 9788480889308 (2ª Ed.)

Rodríguez, L.; Parejo, J; Cuervo, A y Calvo, A. (2003). *Manual el sistema financiero español*. 25.ª edición actualizada. Editorial Planeta, S. A. Barcelona – España.

Anexo 1. Cámara De Comercio – CRECER COSNSTRUCTORES S.A.S.

 CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO <small>Consejo de Vigilancia</small>	Camara de Comercio de Villavicencio CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII) CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL CRECER CONSTRUCTORES SAS	 CÁMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO <small>Consejo de Vigilancia</small>
Fecha expedición: 2017/08/01 - 09:14:37, Recibo No. S000187207, Operación No. 0115X0801013		
CODIGO DE VERIFICACIÓN: f4kvqRsdH		
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL O INSCRIPCION DE DOCUMENTOS. LA CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO , CON FUNDAMENTO EN LAS MATRICULAS E INSCRIPCIONES DEL REGISTRO MERCANTIL,		
CERTIFICA:		
NOMBRE : CRECER CONSTRUCTORES SAS N.I.T: 900810936-9 DIRECCION COMERCIAL:CASA 19 MANZANA F BARRIO COMERCIAL: BOSQUES DE ABAJAM DOMICILIO : VILLAVICENCIO TELEFONO COMERCIAL 1: 3132912472 TELEFONO COMERCIAL 2: 6812384 DIRECCION DE NOTIFICACION JUDICIAL :CLLE 36 ESTE N 15-30 BARRIO NOTIFICACION: PRADOS DE SIBERIA MUNICIPIO JUDICIAL: VILLAVICENCIO E-MAIL COMERCIAL:crecerconstructores@gmail.com		
E-MAIL NOT. JUDICIAL:crecerconstructores@gmail.com		
TELEFONO NOTIFICACION JUDICIAL 1: 3132912472 TELEFONO NOTIFICACION JUDICIAL 2: 6670467 FAX NOTIFICACION JUDICIAL:		
CERTIFICA:		
ACTIVIDAD PRINCIPAL: 4663 COMERCIO AL POR MAYOR DE MATERIALES DE CONSTRUCCION, ARTICULOS DE FERRETERIA, PINTURAS, PRODUCTOS DE VIDRIO, EQUIPO Y MATERIALES DE FONTANERIA Y CALEFACCION		
CERTIFICA:		
ACTIVIDAD SECUNDARIA: 7730 ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA, EQUIPO Y BIENES TANGIBLES N.C.P.		
ACTIVIDAD ADICIONAL 1: 8299 OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIO DE APOYO A LAS EMPRESAS N.C.P.		
ACTIVIDAD ADICIONAL 2: 8129 OTRAS ACTIVIDADES DE LIMPIEZA DE EDIFICIOS E INSTALACIONES INDUSTRIALES		
CERTIFICA:		
MATRICULA NO. 00268416 FECHA DE MATRICULA EN ESTA CAMARA: 13 DE AGOSTO DE 2014 RENOVO EL AÑO 2017 , EL 22 DE MARZO DE 2017		
***** CONTINUA *****		



Camara de Comercio de Villavicencio
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
CRECER CONSTRUCTORES SAS

Fecha expedición: 2017/08/01 - 09:14:37, Recibo No. S000187207, Operación No. 0115X0801013

CODIGO DE VERIFICACIÓN: f4kvqRsdH

CERTIFICA:

CONSTITUCION : QUE POR DOCUMENTO PRIVADO DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DE VILLAVICENCIO DEL 27 DE MAYO DE 2014 , INSCRITA EL 13 DE AGOSTO DE 2014 BAJO EL NUMERO 00049649 DEL LIBRO IX, SE CONSTITUYO LA PERSONA JURIDICA: CRECER CONSTRUCTORES SAS

CERTIFICA:

VIGENCIA: QUE EL TERMINO DE DURACION DE LA PERSONA JURIDICA ES INDEFINIDO

CERTIFICA:

OBJETO SOCIAL: EL SOCIO TENDRÁ COMO OBJETO PRINCIPAL / ALQUILER Y ARRENDAMIENTO DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA, EQUIPOS Y BIENES TANGIBLES N.C.P. / FABRICACIÓN DE PRODUCTOS METÁLICOS PARA USO ESTRUCTURAL / CONSTRUCCIÓN DE OTRAS OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL / CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS RESIDENCIALES / COMERCIO AL POR MAYOR DE OTROS TIPOS DE MAQUINARIA Y EQUIPOS N.C.P. / CONSTRUCCIÓN DE EDIFICACIONES NO RESIDENCIALES / CONSTRUCCIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS / DEMOLICIÓN / PREPARACIÓN DE TERRENO / INSTALACIONES ELÉCTRICAS / TERMINACIÓN DE ACABADOS DE EDIFICIOS Y OBRAS CIVILES DE INGENIERÍA CIVIL / OTRAS ACTIVIDADES ESPECIALIZADAS PARA CONSTRUCCIÓN DE EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA / TODA ACTIVIDAD LICITA.

CERTIFICA:

CAPITAL:

**** CAPITAL AUTORIZADO ****

VALOR :\$1,000,000.00

NO. DE ACCIONES:50.00

VALOR NOMINAL :\$20,000.00

**** CAPITAL SUSCRITO ****

VALOR :\$1,000,000.00

NO. DE ACCIONES:50.00

VALOR NOMINAL :\$20,000.00

**** CAPITAL PAGADO ****

VALOR :\$1,000,000.00

NO. DE ACCIONES:50.00

VALOR NOMINAL :\$20,000.00

CERTIFICA:

**** NOMBRAMIENTOS : ****

QUE POR DOCUMENTO PRIVADO DE ASAMBLEA DE ACCIONISTAS DEL 27 DE MAYO DE 2014 , INSCRITA EL 13 DE AGOSTO DE 2014 BAJO EL NUMERO

***** CONTINUA *****



CÁMARA DE COMERCIO
DE VILLAVICENCIO
Calle Comercio 100

Camara de Comercio de Villavicencio
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVÉS DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
CRECER CONSTRUCTORES SAS

Fecha expedición: 2017/08/01 - 09:14:37, Recibo No. S000187207, Operación No. 0115X0801013

CODIGO DE VERIFICACIÓN: f4kvqRxsDH

00049649 DEL LIBRO IX , FUE (RON) NOMBRADO(S) :
NOMBRE IDENTIFICACION
REPRESENTANTE LEGAL CAVIEDES ZAMBRANO XIOMARA C.C.1116549154
QUE POR ACTA NO. 000001 DE ASAMBLEA DE ASOCIADOS DEL 21 DE ENERO
DE 2016 , INSCRITA EL 9 DE FEBRERO DE 2016 BAJO EL NUMERO
00056531 DEL LIBRO IX , FUE (RON) NOMBRADO(S) :
NOMBRE IDENTIFICACION
REPRESENTANTE LEGAL SUPLENTE VACANTE *****

CERTIFICA:

REPRESENTANTE LEGAL: LA REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA ESTARÁ A CARGO DE UNA PERSONA NATURAL O JURÍDICA, ACCIONISTA TENDRÁ 1 SUPLENTE, DESIGNADO POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS. LAS FUNCIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL TERMINARÁN EN CASO DE DIMISIÓN O REVOCACIÓN POR PARTE DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS, DE DECESO O DE INCAPACIDAD EN AQUELLOS CASOS EN QUE EL REPRESENTANTE LEGAL SEA UNA PERSONA NATURAL Y EN CASO DE LIQUIDACIÓN PRIVADA O JUDICIAL, CUANDO EL REPRESENTANTE LEGAL SEA UNA PERSONA JURÍDICA. LA CESACIÓN DE LAS FUNCIONES DEL REPRESENTANTE LEGAL, POR CUALQUIER CAUSA, NO DA LUGAR A NINGUNA INDEMNIZACIÓN DE CUALQUIER NATURALEZA, DIFERENTE DE AQUELLAS QUE LE CORRESPONDIEREN CONFORME A LA LEY LABORAL, SI FUERE EL CASO. LA REVOCACIÓN POR PARTE DE LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS NO TENDRÁ QUE ESTAR MOTIVADA Y PODRÁ REALIZARSE EN CUALQUIER TIEMPO. EN AQUELLOS CASOS EN QUE EL REPRESENTANTE LEGAL SEA UNA PERSONA JURÍDICA, LAS FUNCIONES QUEDARÁN A CARGO DEL REPRESENTANTE LEGAL DE ÉSTA. TODA REMUNERACIÓN A QUE TUVIERE DERECHO EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA SOCIEDAD, DEBERÁ SER APROBADA POR LA ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS. *** FACULTADES DEL REPRESENTANTE LEGAL. LA SOCIEDAD SERÁ GERENCIADA, ADMINISTRADA Y REPRESENTADA LEGALMENTE ANTE TERCEROS POR EL REPRESENTANTE LEGAL, QUIEN NO TENDRÁ RESTRICCIONES DE CONTRATACIÓN POR RAZÓN DE LA NATURALEZA NI DE LA CUANTÍA DE LOS ACTOS QUE CELEBRE, POR LO TANTO, SE ENTENDERÁ QUE EL REPRESENTANTE LEGAL PODRÁ CELEBRAR O EJECUTAR TODOS LOS ACTOS Y CONTRATOS COMPRENDIDOS EN EL OBJETO SOCIAL O QUE SE RELACIONEN DIRECTAMENTE CON LA EXISTENCIA Y EL FUNCIONAMIENTO DE LA SOCIEDAD. EL REPRESENTANTE LEGAL SE ENTENDERÁ INVESTIDO DE LOS MÁS AMPLIOS PODERES PARA ACTUAR EN TODAS LAS CIRCUNSTANCIAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD, CON EXCEPCIÓN DE AQUELLAS FACULTADES QUE, DE ACUERDO CON LOS ESTATUTOS, SE HUBIEREN RESERVADO LOS ACCIONISTAS. EN LAS RELACIONES FRENTE A TERCEROS, LA SOCIEDAD QUEDARÁ OBLIGADA POR LOS ACTOS Y CONTRATOS CELEBRADOS POR EL REPRESENTANTE LEGAL. LE ESTÁ PROHIBIDO AL REPRESENTANTE LEGAL Y A LOS DEMÁS ADMINISTRADORES DE LA SOCIEDAD, POR SÍ O POR

***** CONTINUA *****



Camara de Comercio de Villavicencio
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
CRECER CONSTRUCTORES SAS
 Fecha expedición: 2017/08/01 - 09:14:37, Recibo No. S000187207, Operación No. 0115X0801013

CODIGO DE VERIFICACIÓN: f4kvqRsdH

INTERPUESTA PERSONA, OBTENER BAJO CUALQUIER FORMA O MODALIDAD JURÍDICA PRÉSTAMOS POR PARTE DE LA SOCIEDAD U OBTENER DE PARTE DE LA SOCIEDAD AVAL, FIANZA O CUALQUIER OTRO TIPO DE GARANTÍA DE SUS OBLIGACIONES PERSONALES. EN AUSENCIA DEL REPRESENTANTE LEGAL, EL REPRESENTANTE SUPLENTE TENDRÁ TODO LOS PODERES DEL REPRESENTANTE LEGAL, PARA LLEVAR CUALQUIER ACTO QUE DIERA LUGAR.

CERTIFICA:

QUE NO FIGURAN INSCRIPCIONES ANTERIORES A LA FECHA DEL PRESENTE CERTIFICADO, QUE MODIFIQUEN TOTAL O PARCIALMENTE SU CONTENIDO.

CERTIFICA:

***LA CAMARA DE COMERCIO DE VILLAVICENCIO INFORMA: ***

QUE LA MATRICULA DEL COMERCIANTE Y/O ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO LOCALIZADO EN LA DIRECCION QUE APARECE REPORTADA EN ESTE CERTIFICADO, SE INFORMO A LAS SECRETARIAS DE PLANEACION, SALUD, GOBIERNO MEDIO AMBIENTE Y HACIENDA MUNICIPAL DE LA ALCALDIA DE VILLAVICENCIO Y BOMBEROS, GENERANDOSE DE FORMA AUTOMATICA LA MATRICULA DE INDUSTRIA Y COMERCIO, A EXCEPCION DE AQUELLOS CASOS EN QUE LA ACTIVIDAD NO ESTA SUJETA A DICHO IMPUESTO.

LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA SECCION DE INFORMACION COMPLEMENTARIA, NO HACEN PARTE DEL REGISTRO PUBLICO, NI SON CERTIFICADOS POR LA CAMARA DE COMERCIO EN EJERCICIO DE SUS FUNCIONES LEGALES, LA CAMARA DE COMERCIO SOLO HACE PUBLICO EL CONOCIMIENTO QUE DE ELLOS HA TENIDO EL COMERCIANTE

LA MATRICULA EN CAMARA DE COMERCIO NO IMPLICA PERMISO O AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO.

QUE COMO CONSECUENCIA DEL REPORTE REALIZADO POR LA CAMARA DE COMERCIO, LA ALCALDIA ASIGNO EL NUMERO 0000213403 EL , PARA IDENTIFICAR ESTE NUMERO DE MATRICULA MERCANTIL.

DE CONFORMIDAD CON LO ESTABLECIDO EN EL CODIGO DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO Y DE LO CONTENCIOSO Y DE LA LEY 962 DE 2005, LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS DE REGISTRO AQUI CERTIFICADOS QUEDAN EN FIRME DIEZ (10) DIAS HABLES DESPUES DE LA FECHA DE INSCRIPCION, SIEMPRE QUE NO SEAN OBJETO DE RECURSOS.

VALOR DEL CERTIFICADO: \$5,200

IMPORTANTE: La firma digital del secretario de la Camara de Comercio de Villavicencio contenida en este certificado electrónico se encuentra emitida por una entidad de certificación abierta autorizada y vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio, de conformidad con las exigencias establecidas en la Ley 527 de 1999 para validez jurídica y probatoria de los documentos electrónicos.

***** CONTINUA *****



Camara de Comercio de Villavicencio
CERTIFICADO EXPEDIDO A TRAVES DEL PORTAL DE SERVICIOS VIRTUALES (SII)
CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL
CRECER CONSTRUCTORES SAS

Fecha expedición: 2017/08/01 - 09:14:37, Recibo No. S000187207, Operación No. 0115X0801013

CODIGO DE VERIFICACIÓN: f4kvqRsdH

La firma digital no es una firma digitalizada o escaneada, por lo tanto, la firma digital que acompaña este documento la podrá verificar a través de su aplicativo visor de documentos pdf.

No obstante, si usted va a imprimir este certificado, lo puede hacer desde su computador, con la certeza de que el mismo fue expedido a través del canal virtual de la cámara de comercio y que la persona o entidad a la que usted le va a entregar el certificado impreso, puede verificar por una sola vez el contenido del mismo, ingresando al enlace <https://virtual.ccv.org.co/cv.php> seleccionando allí la cámara de comercio e indicando el código de verificación f4kvqRsdH.

Al realizar la verificación podrá visualizar (y descargar) una imagen exacta del certificado que fue entregado al usuario en el momento que se realizó la transacción.

La firma mecánica que se muestra a continuación es la representación gráfica de la firma del secretario jurídico (o que haga sus veces) de la Cámara de Comercio quien avala este certificado. La firma mecánica no reemplaza la firma digital en los documentos electrónicos.