

**PLAN DE NEGOCIOS  
CASAS DE CAMPO 7 X 24 SERVICIOS**

**ALEJANDRO CHAPARRO  
JULIAN LOTERO  
MARIO MORA**

**EAN  
UNIVERSIDAD ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
FACULTAD DE POSTGRADOS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
BOGOTÁ, D.C., -II- 2013**

**PLAN DE NEGOCIOS  
CASAS DE CAMPO 7 X 24 SERVICIOS**

**ALEJANDRO CHAPARRO  
JULIAN LOTERO  
MARIO MORA**

**Trabajo de grado para optar al título de  
Especialista en Gerencia de Proyectos**

**Tutora  
NANCY PATRICIA CALIXTO S.  
Msc. Gestión de Organizaciones**

**EAN  
UNIVERSIDAD ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS  
FACULTAD DE POSTGRADOS  
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS  
BOGOTÁ, D.C., -II - 2013**

## Nota de Aceptación

---

Firma Decano de la Facultad

---

Firma primer jurado

---

Firma segundo Jurado

Bogotá, D.C., Diciembre de 2013

## **Dedicatoria**

A nuestros padres, porque han sido el mayor apoyo que hemos recibido y son un ejemplo a seguir.

## Tabla de Contenido

	pág.
1. Resumen Ejecutivo.....	2
1.1 Concepto del Negocio.....	2
1.2 Justificación y antecedentes.....	2
1.3 Objetivos.....	4
1.3.1 Objetivo General.....	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 Estado actual del negocio.....	5
1.4.1 Servicios.....	8
1.4.2 Potencial del Mercado en Cifras.....	9
1.5 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor.....	11
1.6 Análisis ERIC.....	13
1.7 Resumen de las Inversiones Requeridas.....	14
1.8 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad.....	16
2. Estudio de Mercado.....	22
2.1 Análisis del Sector.....	22
2.1.1 Análisis PESTEL.....	22
2.2 Caracterización del Sector.....	23
2.3 Barreras de entrada y salida.....	24
2.4 Análisis y estudio de Mercado.....	26
2.4.1 Tendencias del mercado.....	26
2.4.2 Segmentación de mercados.....	26
2.4.3 Descripción de los consumidores,.....	27
2.4.4 Estudio de Mercado.....	27
2.5 Análisis de Resultados Encuesta.....	31
2.6 Riesgos y oportunidades de mercado.....	38
2.6.1 Riesgos.....	38
2.6.2 Análisis de la Competencia.....	39
2.7 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter.....	40

2.8 Estudio de Precios.....	44
2.9 Plan de Mercadeo .....	46
2.9.1 Concepto del Producto o Servicio .....	46
2.9.2 Estrategias de Distribución .....	46
2.9.3 Estrategias de Precio.....	46
2.9.4 Estrategias de Promoción y comunicación .....	47
2.9.5 Estrategias de Servicio.....	47
2.9.6 Proyección de Ventas.....	47
3. Aspectos Técnicos .....	49
3.1 Ficha Técnica del Servicio.....	49
3.2 Descripción del Proceso.....	50
3.2.1 Mantenimiento de piscinas y SPA. ....	50
3.2.2 Proceso Jardines. ....	53
3.2.3 Proceso Domestico.....	55
3.2.4 Proceso Eléctrico.....	56
3.3 Necesidades y Requerimientos .....	57
3.3.1 Características de la tecnología.....	57
3.3.2 Insumos .....	61
3.4 Localización.....	61
3.5 Plan de producción.....	62
3.5.1 Procesamiento de órdenes y control de inventarios .....	62
3.5.2 Escalabilidad de producciones. ....	63
3.5.3 Capacidad de producción. ....	63
3.5.4 Planes de control de calidad.....	64
3.5.5 Procesos de investigación y desarrollo. ....	64
3.5.6 Plan de Compras. ....	64
3.5.7 Costos de prestación del servicio.....	65
3.6 Infraestructura.....	65
3.7 Mano de obra requerida .....	67
4. Aspectos Organizacionales y Legales .....	68
4.1 Análisis Estratégico .....	68
4.1.1 Misión-Visión. ....	68
4.2 Análisis DOFA .....	68
4.3 Estructura Organizacional.....	69

- 4.3.1 Organigrama.....69
- 4.3.2 Perfiles y funciones.....70
- 4.5 Gastos de Puesta en Marcha .....74
- 4.6 Gastos Anuales de Administración.....75
- 4.7 Esquema de contratación y remuneración .....76
- 4.8 Esquema de Gobierno corporativo .....76
- 4.9 Organismos de Apoyo .....77
- 4.10 Aspectos Legales .....77
  - 4.10.1 Estructura Jurídica y tipo de sociedad.....77
  - 4.10.2 Regímenes Especiales.....79
- 5. Aspectos financieros.....81
  - 5.1 Proyecciones Financieras.....81
  - 5.2 Supuestos generales .....90
  - 5.3 Flujo de efectivo .....93
  - 5.4 Análisis del Punto de Equilibrio .....94
  - 5.5 Indicadores Financieros .....96
  - 5.6 Fuentes de financiación .....97
- Conclusiones.....98
- Referencias .....99

## Tabla de Figuras

	pág.
Figura 1. Mapa región del Tequendama.....	4
Figura 2. Simulación financiera .....	19
Figura 3. Diagrama de flujo.....	62
Figura 4. Plano sede 7x24 servicios .....	66
Figura 5. Organigrama.....	69

## Lista de Gráficas

	pág.
Gráfica 1. Participación del sector de la construcción en el producto interno bruto total serie desestacionalizada a precios corrientes 2005 .....	6
Gráfica 2. Participación de la construcción y sus subsectores en el PIB serie desestacionalizada a precios corrientes 2005. ....	6
Gráfica 3. Variación anual PIB Total y PIB Construcción a precios constantes de 2005.....	7
Gráfica 4. Variación anual PIB subsectores de la construcción a precios Constantes de 2005 .....	8
Gráfica 5. Comparación de 7x24 SERVICIOS con la competencia .....	14
Gráfica 6. Participación y crecimiento del sector de la construcción en comparación desde el año 2008. ....	24
Gráfica 7. Demostración de los resultados obtenidos en la pregunta No. 2 de la encuesta .....	31
Gráfica 8. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 3 de la encuesta.....	32
Gráfica 9. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 4 de la encuesta .....	33
Gráfica 10. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 5 de la encuesta .....	34
Gráfica 11. Pregunta 6.....	35
Gráfica 12. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 6 de la encuesta .....	35
Gráfica 13. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 7 de la encuesta .....	36

Gráfica 14. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 8 de la encuesta .....37

Gráfica 15. Comparación frente a la competencia .....40

Gráfica 16. Flujo de caja.....94

## Lista de Tablas

	pág.
Tabla 1. Ficha metodológica de investigación .....	10
Tabla 2. Estimación de la demanda.....	10
Tabla 3. 7 x 24 Servicios .....	12
Tabla 4. Análisis Eric .....	13
Tabla 5. Inversiones.....	15
Tabla 6. Proyección de Ventas 7 x 24 SERVICIOS .....	17
Tabla 7. Utilidad del negocio .....	18
Tabla 8. Resultados del Análisis de la 5 Fuerzas de Porter del entorno.....	25
Tabla 9. Cálculo del tamaño de la muestra, dado diferentes parámetros .....	28
Tabla 10. Ficha Técnica de la Metodología para la Investigación de Mercados.....	28
Tabla 11. Instrumento diseñado .....	29
Tabla 12. Relación de las personas encuestadas para el estudio de mercado.....	30
Tabla 13. Pregunta No. 2.....	31
Tabla 14. Pregunta 3.....	32
Tabla 15. Pregunta 4.....	33
Tabla 16. Pregunta 5.....	34
Tabla 17. Pregunta . 7.....	36
Tabla 18. Pregunta 8.....	37

Tabla 19. Análisis de los Posibles entrantes al mercado .....	40
Tabla 20. Análisis del poder de negociación de los consumidores .....	41
Tabla 21. Análisis de las amenazas de los sustitutos.....	41
Tabla 22. Análisis del poder de negociación de los Proveedores.....	42
Tabla 23. Análisis de la rivalidad entre competidores existentes.....	42
Tabla 24. Análisis global de los resultados obtenidos en las 5 tablas mencionadas anteriormente .....	43
Tabla 25. Costos y precios por Servicio .....	45
Tabla 26. Cálculo costos por servicio empresa 7 x 24 servicios .....	45
Tabla 27. Proyección por servicios .....	48
Tabla 28. Resumen de recursos .....	57
Tabla 29. Detalle de herramientas y equipos menores .....	58
Tabla 30. Equipos de Oficina .....	59
Tabla 31. Alquiler de vehículos.....	59
Tabla 32. Talento Humano valor mensual .....	59
Tabla 33. Elementos de Dotación.....	60
Tabla 34. Elementos de Protección Personal.....	60
Tabla 35. Insumos .....	61
Tabla 36. Capacidad instalada.....	63
Tabla 37. Mano de obra requerida.....	67
Tabla 38. Análisis DOFA .....	68
Tabla 39. Gastos de nómina .....	74
Tabla 40. – Gastos Pre-operativos e inversiones para la puesta en marcha .....	74
Tabla 41. Proyección Costos indirectos de Operación .....	75

Tabla 42. Gastos Administrativos y de Ventas .....	75
Tabla 43. Proyecciones de Ventas por Servicios.....	82
Tabla 44. Proyecciones de Costos Materias Primas - Insumos por Servicio. ....	83
Tabla 45. Insumos necesarios para la operación de la empresa .....	85
Tabla 46. Proyecciones de la Mano de Obra Directa. ....	88
Tabla 47. Proyecciones de los Costos Indirectos de Operación. ....	89
Tabla 48. Proyecciones de los Gastos Administrativos.....	90
Tabla 49. Balance General.....	91
Tabla 50. Estado de resultados .....	92
Tabla 51. Flujo de caja de un proyecto. Proyecciones financieras en pesos corrientes sin financiación .....	93
Tabla 52. Punto de equilibrio Mantenimiento Piscinas.....	95
Tabla 53. Punto de equilibrio Servicio de Jardinería.....	95
Tabla 54. Punto de equilibrio Servicios Domésticos.....	95
Tabla 55. Punto de equilibrio Servicios eléctricos .....	96
Tabla 56. Indicadores financieros.....	96

## **1. Resumen Ejecutivo**

### **1.1 Concepto del Negocio**

**“Te hacemos la vida fácil para que dispongas de tu tiempo en tu casa de Campo”**

Servicio de Mantenimiento (Piscinas, eléctrico y jardinería) y servicio doméstico en casas de campo de la zona de Tequendama en Cundinamarca.

Dentro de los principales servicios planteados se encuentran:

Mantenimiento Integral preventivo y Correctivo a los equipos e instalaciones asociado a las casas de Campo, Fincas de Descanso, Condominios, Balnearios y Hoteles.

Tratamiento de aguas de piscinas y Spa suministrando productos químicos necesarios para garantizar la calidad del agua de acuerdo a la Normatividad Vigente.

Suministro de servicios de jardinería, domésticos y mantenimiento eléctrico de las instalaciones.

### **1.2 Justificación y antecedentes**

Según el DANE en su comunicado de Indicadores Económicos en la construcción, la economía colombiana en el primer trimestre de 2013, creció 2,8% con relación al mismo trimestre de 2012. Para el mismo período de referencia el PIB de la construcción creció en 16,9%.

Tanto el área como las unidades licenciadas para vivienda, presentaron variaciones anuales positivas, el área licenciada para vivienda creció 38,1% respecto a abril de 2012 (-34,1%); de igual manera, las unidades licenciadas para vivienda durante el mes de abril de 2013 crecieron

65,0%, frente al mismo mes de 2012. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2013)

La recreación y espacios de esparcimiento; son una necesidad del ser humano en una sociedad que cada vez va más rápido con los avances tecnológicos, por lo cual, muchos ciudadanos encuentran una opción placentera y de descanso las casas de campo en las afueras de la ciudad, la Zona del Tequendama en Cundinamarca, dentro de los últimos años se ha convertido en uno de los lugares de mayor preferencia para la adquisición y construcción de casas de campo y/o Casas en condominios.

El escenario deseable para las personas que tienen casas de campo y en Condominios en la zona del Tequendama, es disfrutar de las bondades del clima la amplia variedad de flora y fauna y hacer del espacio de su casa de campo un lugar para recreación y esparcimiento pero al disfrutar de las instalaciones sin tener que realizar actividades diferentes a la recreación.

Sin embargo, los propietarios se encuentran con múltiples tareas asociadas con el mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones de su casa de campo; lo cual desvirtúa, el objetivo inicial de la adquisición de las casas de campo o escenarios de recreación; para lo cual **7x24 SERVICIOS** ofrece un portafolio de servicios que se ocupan de dicho mantenimiento para que los propietarios disfruten de su tiempo en actividades asociadas exclusivamente con el disfrute de las instalaciones.

La región del Tequendama está conformada por los municipios de La mesa, Anapoima, Mesitas del Colegio, Apulo, Tena, a los cuales se accede desde Bogotá saliendo por la Calle 13 y tomando Vía la Mesa - Girardot.



Figura 1. Mapa región del Tequendama

Fuente: Google.map.

### 1.3 Objetivos

#### 1.3.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios que permita conocer la viabilidad de la empresa **7x24 SERVICIOS**.

#### 1.3.2 Objetivos Específicos

1. Identificar el nicho de mercado para determinar la viabilidad del Plan de negocio **7 x 24 SERVICIOS**.

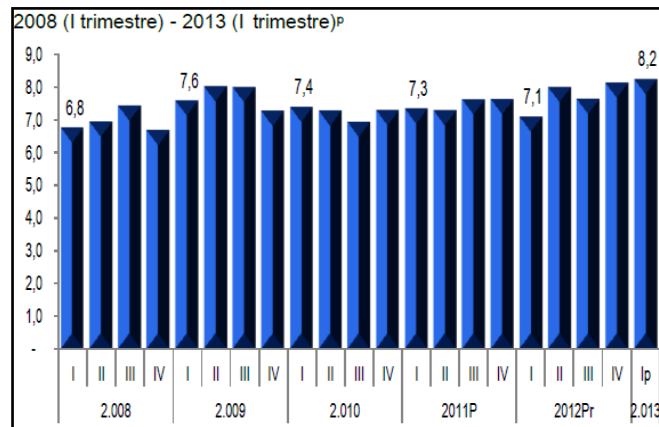
2. Proponer un plan de servucción, para la prestación de los servicios de mantenimiento en casas de Campo y Condominios.
3. Proponer la estructura administrativa que debe ser implementada en el plan de negocios **7x24 SERVICIOS**.
4. Realizar el análisis Financiero que determina la viabilidad financiera del Negocio.

#### **1.4 Estado actual del negocio**

En la actualidad no existe una empresa en la zona que brinde los servicios integrales, cada sector brinda servicios con personal particular que no pertenece a una organización, **7x24 SERVICIOS** es una idea innovadora de prestación de servicios integrales (Mantenimiento Eléctrico, Servicios Domésticos, Jardinería y Mantenimiento de Piscinas).

Según el DANE, durante el primer trimestre de 2013, el indicador de Inversión en obras civiles -IIOC, acumuló una tasa de crecimiento de 18,0%, crecimiento explicado principalmente por el comportamiento de construcciones para la minería, centrales generadoras eléctricas y tuberías para el transporte a larga y corta distancia, que creció 25,4% y sumó 12,0 puntos porcentuales a la variación total, esto según datos publicados por el DANE en Julio de 2013.

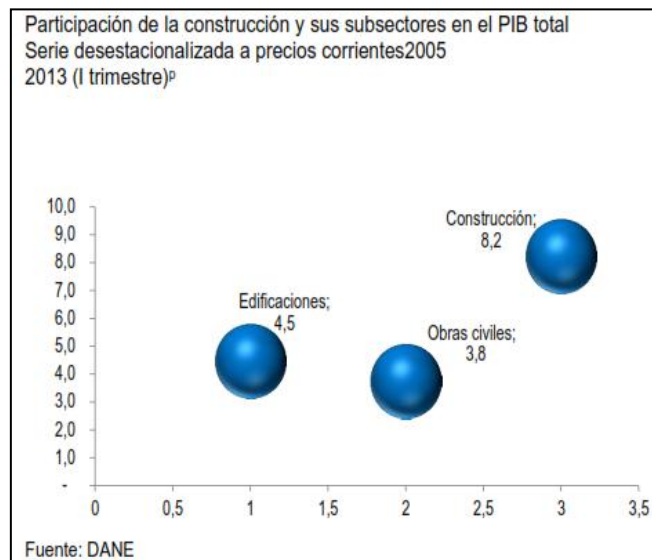
En la gráfica 1 se observa el comportamiento del sector de la construcción desde el año 2008 y su crecimiento potencial dentro del PIB.



Gráfica 1. Participación del sector de la construcción en el producto interno bruto total serie desestacionalizada a precios corrientes 2005

Fuente: Dane

Durante el primer trimestre de 2013, el sector de la construcción a precios corrientes, representó 8,2% del total del Producto Interno Bruto (PIB) de Colombia.

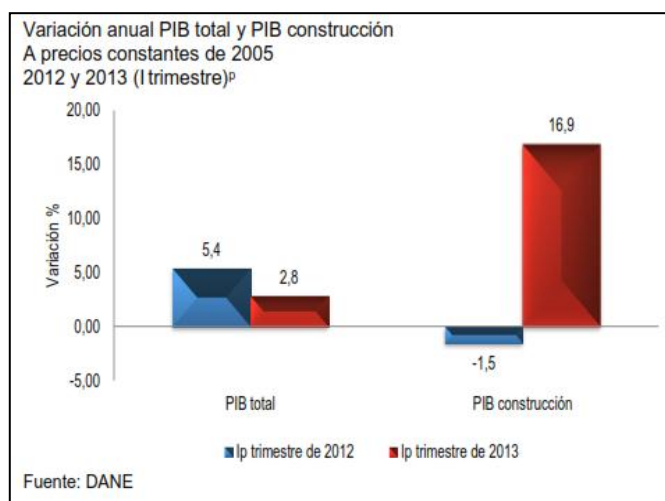


Gráfica 2. Participación de la construcción y sus subsectores en el PIB serie desestacionalizada a precios corrientes 2005.

Fuente: Dane

El PIB a precios constantes creció 2,8% en el primer trimestre de 2013 respecto al mismo trimestre de 2012 (5,4%).

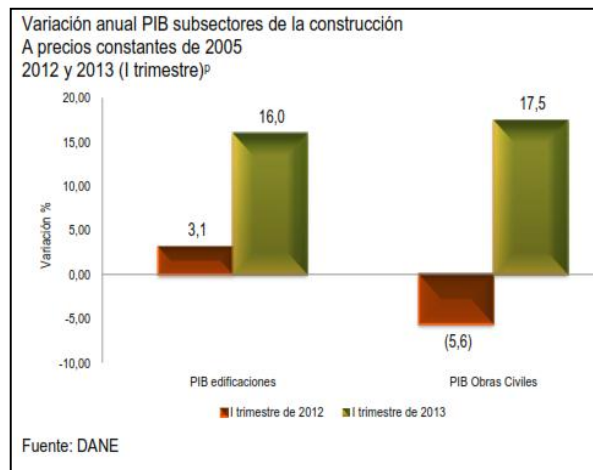
Sectorialmente, durante el mismo período de referencia, el PIB de la construcción registró un crecimiento anual de 16,9%. Los subsectores del PIB de la construcción (obras civiles y edificaciones) crecieron 17,5% y 16,0% respectivamente, con relación al mismo trimestre del año inmediatamente anterior, esto se puede apreciar en las gráficas número 3 y 4.



Gráfica 3. Variación anual PIB Total y PIB Construcción a precios constantes de 2005

Fuente: Dane

En esta gráfica se aprecia el crecimiento total del PIB en el primer semestre del año 2012 comparado con el 2013 y el crecimiento del sector total de la construcción anual del año 2013



Gráfica 4. Variación anual PIB subsectores de la construcción a precios Constantes de 2005

Fuente: Dane

Cabe notar también el crecimiento de los subsectores de la construcción comparados en el año 2012 y 2013 como se muestra en el gráfico anterior.

#### 1.4.1 Servicios

**7x24 SERVICIOS** es una empresa dedicada a la prestación de Servicios en casas de campo, Condominios ubicados en la región del Tequendama, los cuales serán atendidos en los lugares de ubicación que el cliente lo requiera, a continuación se relacionan los servicios ofrecidos:

1. Asesorías personalizada
2. Servicios Domésticos de hogar:
  - Planchado de ropa
  - Limpieza General
3. Servicios de Jardinería:
  - Limpieza
  - Mantenimiento
4. Electricidad:

- Mantenimiento
- Reparaciones
- Instalaciones Internas
- Cumplimiento Normatividad Vigente
- 5. Mantenimiento de Piscinas:
  - Tratamiento de aguas
  - Diagnostico general de acuerdo a normatividad
  - Mantenimiento de Equipos
  - Mantenimiento Filtros
  - Reparación de Motores

#### **1.4.2 Potencial del Mercado en Cifras**

La población estimada de casas fue extraída con datos de la Empresa de Energía de quien suministro el dato de Casas Con medidor en los municipios de influencia del Negocio **7x24 SERVICIOS**, de acuerdo a su ubicación cuales casas pertenecen al sector Rural y cuales al sector Urbano, el mercado objetivo de **7x24 SERVICIOS** son las casas de campo y condominios del sector Rural, por esta razón se toma el 10% de la cantidad total de casas en el sector Rural como dato de referencia para determinar la cantidad de encuesta a realizar y así saber la demanda potencial del Plan de Negocio.

A continuación se presentan la tabla 1 para determinar la cantidad de encuestas a realizar, y la tabla 2 para el cálculo de la Demanda potencial.

Tabla 1. Ficha metodológica de investigación

FICHA METODOLOGICA DE INVESTIGACIÓN	
Naturaleza de la investigación	Análisis de tendencias de intención de uso, frecuencia de compra e interés por parte de las casas de campo en La Mesa, Anapoima, Apulo, Mesitas del Colegio y Tocaima Cundinamarca. respecto a la prestación de servicios de mantenimiento.
Fecha de realización:	Del 22 de octubre al 31 de octubre
Metodología de Investigación:	Cuantitativa
Método de recolección:	Encuestas
Población (Casas de Campo)	42.338
Número de preguntas	8
Encuestadores	Julian Lotero / Mario Mora / Alejandro Chaparro
Lugar de Aplicación	La Mesa,
Contacto con la muestra	Personal por intercepción.
Nivel de confianza	95%
Margen de error estadístico	5%
Muestra final recolectada (Encuestas)	29,12
Fuente:	Elaboración Propia

Tabla 2. Estimación de la demanda

ESTIMACION DE LA DEMANDA	
Población Hogares	<b>42.338</b>
Población Rural	<b>10.585</b>
Población Urbana	<b>31.754</b>
Población Rural Campestre Objetivo	<b>1.058</b>
Población Urbana Campestre Objetivo	<b>3.175</b>
Número de Hogares objetivo	<b>4.234</b>
Porcentaje de personas dispuestas a utilizar el servicio según encuesta	<b>97%</b>
Demanda Potencial	<b>4.107</b>
Frecuencia (Servicios por mes)	<b>1,5</b>
<b>Demanda Potencial Final (Servicios al mes)</b>	<b>6.160</b>

Fuente: autores, 2013

Se concluye que la demanda potencial en el mercado de las casas de campo, condominios es de 6160.

### **1.5 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor**

#### **Cadena de valor 7 x 24 SERVICIOS**

Por medio del estudio de la cadena de valor se puede representar claramente las actividades primarias y de apoyo marcando la diferencia y frente a los competidores y la propuesta de valor agregado al mercado potencial.

Tabla 3. 7 x 24 Servicios

Sede Operativa Ubicada en la Mesa, Equipos de Computo, Vehiculos, Herramientas, Bodega de almacenamiento, Comunicaciones				
Selección de Personal, Prestaciones Sociales, Plan de Formacion e Induccion, Calidad de Vida				
Uso de Nuevas tecnologias en herramientas, Solicitudes de servicios a traves de Plataforma, Bases de datos para manejo de la Informacion				
Avisos de Prensa, Volantes Publicitarios, Pagina Web para solicitud de Servicios				
Logistica Interna	Operaciones	Logistica Externa	Marketing y Ventas	Servicios
Materiales y Equipos de Calidad	Personal Calificado	Proveedores	Atencion personalizada	Servicios Domesticos de hogar por horas
Personal Capacitado	Herramientas de Calidad	Convenios con administraciones de Conjuntos	Imagen Corporativa	Servicios Electricos ( Mantenimiento, Instalaciones, Cumplimiento de Normas Retie)
Instalaciones adecuadas	Cumplimiento de Normas	Visitas Tecnicas	Servicio Postventa	Mantenimiento de Piscinas
Tiempos cortos de Respuesta	Procedimientos de Trabajo en Alturas	Visitas Comerciales	Garantia en los Trabajos	Servicos de Jardinaria (limpieza y Mantenimiento)
Manejo de Materiales e Insumos	Cumplimiento Normas Reglamento de instalaciones Electricas	Transporte de Materiales e Insumos en Vehiculos Propios	Suministro de Materiales e Insumos	Asesoría Personalizada
Sede de Operaciones adecuada, ubicada en la Mesa Cundinamarca	Supervision y Control de los Trabajos	Tiempos de Respuesta acorde a cada necesidad	Precios Competitivos, Promociones	Atencion al cliente 7 dias a la semana 24 Horas, Cumplimiento en tiempo y satisfaccion

**7 X 24 SERVICIOS**

Fuente: autores

### 1.6 Análisis ERIC

Por medio de este análisis identifican los factores de diferenciación y de ventaja competitiva frente al mercado.

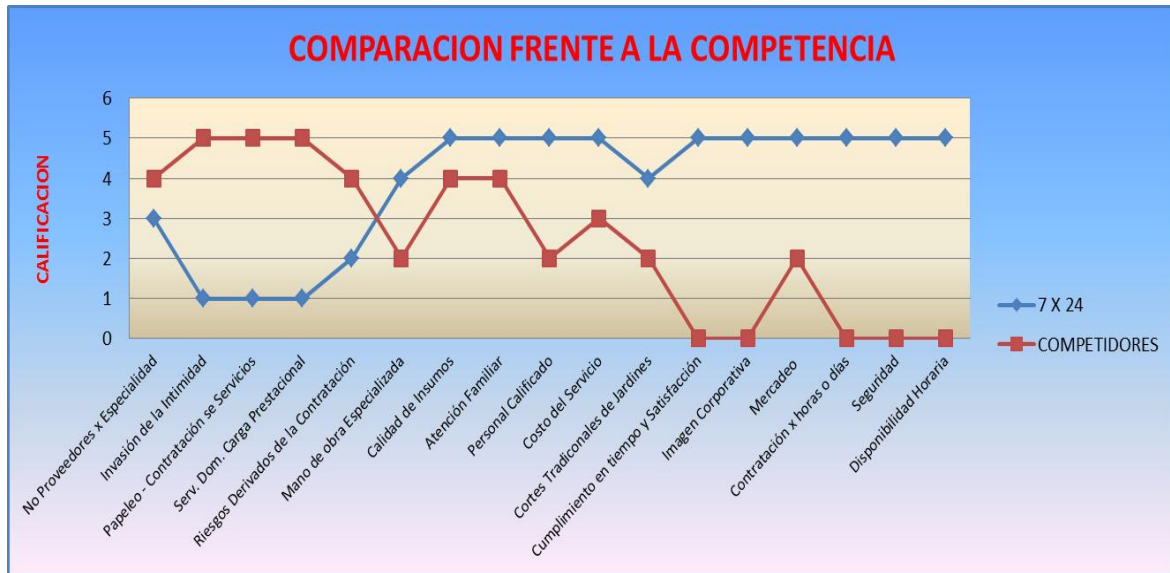
Tabla 4. Análisis Eric

Eliminar	Reducir
Contratación de Proveedores de acuerdo a la especialidad, se ofrecen servicios integrales en los cuales los usuarios puedan encontrar centralizado las soluciones requeridas.	El margen de error en cuento al desarrollo de obras inconclusas o fallas técnicas ocasionados por la contratación de personal no apto para el desarrollo de dichas tareas.
Al contratar con múltiples proveedores el usuario requiere realizar múltiples contratos de carácter legal así como administrar múltiples relaciones; a través de nuestra compañía, el usuario solo trabajará con un proveedor.	Los riesgos asociados con el uso de productos nocivos (piscinas), no aptos y de calidad inapropiadas en los servicios prestados.
La carga legal de responsabilidad por parte de los usuarios referente a contratos, pagos a parafiscales o aportes sociales que incurre al contratar directamente	Cualquier riesgo derivado de la contratación y administración de múltiples proveedores.
Si bien esperamos fortalecer la relación con nuestros clientes, evitamos que nuestros colaboradores invadan el espacio familiar y personal de los usuarios, la contratación de nuestra compañía como intermediario evita la relación contractual con los operarios lo que disminuye la fraternización entre los usuarios y nuestros colaboradores.	
Eliminar los paradigmas asociados al costo, pro conceptos de inversión.	

Incrementar	Crear
Se aumenta los niveles de accesibilidad a los usuarios, ofreciendo servicios los fines de semana o días festivos.	Nuestra compañía crea una imagen corporativa, llamativa y fácilmente recordable, a través de buen servicio, homogenización en la presentación y estándar en logos y caracteriza de los productos.
Establecer una relación contractual y de solución al cliente para que no solo nos identifique como un proveedor mas sino como la mano amiga a la hora de pensar en soluciones.	Crear una marca, un concepto y un servicio reconocido por los usuarios y confiable para ser punto de referenciación a otros usuarios prospectos.
Ofrecer un precio justo de acuerdo a la calidad o( Materiales, mano de obra y cumplimiento) ofrecida.	Plan de formación y desarrollo de nuestros colaboradores para que sean competitivos e integrales de acuerdo a las necesidades del mercado.
Diversificar el portafolio de servicios, basado en nuevos conceptos de diseño y estética de acuerdo a las condiciones geográficas de los terrenos.	Desarrollar planes de contratación del portafolio de servicios que permitan al usuario adquirir planes o contratar servicios de acuerdo a sus necesidades.
Niveles de satisfacción de clientes derivados del amplio portafolio e servicios, fácil y ágil accesibilidad y altos niveles de calidad	Un portafolio de servicios que se encuentre respaldado por productos de la mejor calidad en el mercado.
	Pólizas asociadas a la prestación del servicio que permitir cubrir gastos adicionales incurridos en la prestación del servicio.

Fuente: autores, 2013



Gráfica 5. Comparación de 7x24 SERVICIOS con la competencia

En la gráfica se observa la diferencia entre lo que ofrece la Competencia actual y **7x24 servicios** de acuerdo al análisis ERIC, las mayores deficiencias de la competencia son; No ofrece seguridad, no tiene disponibilidad horaria, no existe una empresa que suministre servicios domésticos por horas, y no tienen una imagen corporativa.

### 1.7 Resumen de las Inversiones Requeridas

A continuación se presentan las cifras en modo de resumen para las inversiones a realizar en el primer año de operación:

Tabla 5. Inversiones

<b>COSTOS PRIMER AÑO</b>	
Inversiones	17.353.000,00
Inversiones Preoperativas	25.420.000,00
	<b>42.773.000,00</b>
<b><u>COSTOS INSUMOS PRIMER AÑO</u></b>	
Mtto Piscinas	140.637.960,00
Mtto Jardinería	30.204.480,00
Mtto Eléctrico	3.000.000,00
Mtto Doméstico	16.125.000,00
	<b>189.967.440,00</b>
<b><u>MANO DE OBRA DIRECTA AÑO</u></b>	
Técnicos	50.115.351,36
Asistente Servicios Domésticos	45.011.687,04
Jardinero	15.917.875,68
Piscinero	31.835.751,36
	<b>142.880.665,44</b>
<b><u>COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN FIJOS</u></b>	
Arrendamiento Bodega	16.500.000,00
Alquiler de Vehículos	92.400.000,00
Aseo	2.400.000,00
Servicios (Agua, Telefono, Luz)	2.400.000,00
Seguros	1.000.000,00
Mano de Obra Indirecta_Coordinador	31.075.320,00
Depreciación	3.470.600,00
Amortización	8.473.333,33
	<b>157.719.253,33</b>
<b><u>GASTO OPERACIONALES ADMON Y VENTAS</u></b>	
GAV Fijo (Nomina)	68.548.500,00
GAV Fijo (Gastos Generales)	13.200.000,00
GAV Fijo (Celulares)	6.000.000,00
GAV Fijo (Peajes)	6.000.000,00
	<b>93.748.500,00</b>

Fuente: autores, 2013

### 1.8 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

Las Ventas proyectadas de la empresa se plantean por medio de 4 Servicios: Mantenimiento piscinas, Mantenimiento de Jardinería, Servicios Domésticos y Mantenimiento Eléctrico, cada uno con proyecciones que dependen del crecimiento del mercado definido que según datos extraídos del DANE es del 8,20% anual y para las unidades de servicio definidas por medio del análisis de mercado crecen con la inflación la cual se estima en promedio del 4% anual.

<b>Crecimiento Anual PIB del Sector</b>	<b>8.20 %</b>
<b>Inflación</b>	<b>4 %</b>

Los precios de cada servicio se determinaron en promedio de los diferentes sectores del mercado en donde se implementará el servicio.

A continuación se presentan las ventas proyectadas con las variables anteriormente descritas.

Tabla 6. Proyección de Ventas 7 x 24 SERVICIOS

PROYECCION VENTAS POR SERVICIOS					
<b>Servicio (Mtto Piscinas)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	130.000,00	135.200,00	140.608,00	146.232,32	152.081,61
# Unidades	3.240	3.506	3.793	4.104	4.441
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>421.200.000,00</b>	<b>473.967.936,00</b>	<b>533.346.639,02</b>	<b>600.164.305,96</b>	<b>675.352.890,21</b>
<b>Servicio (Jardinería)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	60.000,00	62.400,00	64.896,00	67.491,84	70.191,51
# Unidades	756	818	885	958	1.036
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>45.360.000,00</b>	<b>51.042.700,80</b>	<b>57.437.330,36</b>	<b>64.633.079,10</b>	<b>72.730.311,25</b>
<b>Servicio (Domésticos)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	55.000,00	57.200,00	59.488,00	61.867,52	64.342,22
# Unidades	1.440	1.558	1.686	1.824	1.974
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>79.200.000,00</b>	<b>89.122.176,00</b>	<b>100.287.402,21</b>	<b>112.851.407,96</b>	<b>126.989.432,35</b>
<b>Servicio (Eléctrico)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	75.000,00	78.000,00	81.120,00	84.364,80	87.739,39
# Unidades	1.932	2.090	2.262	2.447	2.648
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>144.900.000,00</b>	<b>163.053.072,00</b>	<b>183.480.360,86</b>	<b>206.466.780,47</b>	<b>232.332.938,73</b>
<b>SUBTOTAL VENTAS</b>	<b>690.660.000,00</b>	<b>777.185.884,80</b>	<b>874.551.732,45</b>	<b>984.115.573,49</b>	<b>1.107.405.572,54</b>

Fuente: autores

A partir de estas proyecciones de ventas y con la realización de estimación de costos y gastos operativos y administrativos obtenemos los siguientes resultados de utilidades netas en los años proyectados.

Tabla 7. Utilidad del negocio

UTILIDAD DEN NEGOCIO					
CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>	690.660.000,00	777.185.884,80	874.551.732,45	984.115.573,49	1.107.405.572,54
<b>TOTAL COSTOS DE VENTAS</b>	490.567.358,77	536.430.636,41	575.829.982,54	609.521.743,77	656.621.914,95
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	200.092.641,23	240.755.248,39	298.721.749,91	374.593.829,72	450.783.657,59
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	93.748.500,00	97.498.440,00	101.398.377,60	105.454.312,70	109.672.485,21
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	106.344.141,23	143.256.808,39	197.323.372,31	269.139.517,01	341.111.172,38
Impuestos 34%	36.157.008,02	48.707.314,85	67.089.946,58	91.507.435,78	115.977.798,61
<b>UTILIDAD NETA</b>	70.187.133,21	94.549.493,54	130.233.425,72	177.632.081,23	225.133.373,77

Fuente: autores, 2013

Como se puede apreciar el negocio presenta una Utilidad aproximada del 41% en el primer año lo cual demuestra que el proyecto posee una alta rentabilidad y es financieramente viable implementarlo y desarrollarlo.

## 1.9 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

Por medio de la simulación financiera y de las respectivas proyecciones se obtiene los siguientes resultados relevantes para el proyecto:



Figura 2. Simulación financiera

Se puede apreciar que la inversión Inicial es recuperable en un 41% solo en el primer año lo cual es muy eficiente y apropiado para los indicadores de rentabilidad de la empresa.

Se obtiene una Tasa Interna de Retorno del 85%, es decir se tiene un gran porcentaje de retorno de la inversión en el tiempo estimado.

El Valor Presente neto nos indica la maximización de la inversión en el plazo estimado o proyectado del negocio, es decir que  $VPN > 0$

Identificando estos dos indicadores en donde la  $TIR > 0$  y  $VPN > 0$ , se demuestra la excelente viabilidad del proyecto.

## 1. Equipo de trabajo

**Julián Lotero**

Profesional en Ingeniería Industrial, Especialización en Gerencia de Proyectos Universidad EAN, Diplomado en Gestión de Contratos Universidad EAN, Curso de Regulación Sector Eléctrico Empresa de Energía de Cundinamarca, Seminario. Formación Gerencial - Empresa de energía de Cundinamarca, Cuenta con 11 años de experiencia en el sector Eléctrico, en procesos comerciales de empresas comercializadoras de Energía Eléctrica, Facturación (Lectura y Reparto), SCR (Suspensión, corte y Reconexión), División control Pérdidas y Nuevos Suministros, gestión de indicadores, ejecución de operaciones en campo, gestión de contratos con empresas colaboradoras. 3 años Experiencia en Mantenimiento piscinas España.

Líder, innovador y facilitador de procesos con alta capacidad de integrar conocimientos técnicos y administrativos para la optimización del talento humano, recursos físicos, financieros y de información.

### **Jorge Mario Mora**

Profesional en Ingeniería Industrial, con Especialización Universidad EAN, Técnico profesional en inglés del Centro Electrónico de Idiomas. Cuenta con 6 años de experiencia en el sector Eléctrico, con conocimientos específicos en el área de producción y logística, costos y presupuestos con proyecciones de los mismos, Seguimiento, verificación y Control de proyectos de Inversión a corto y largo plazo, compras y manejo de toda la cadena de aprovisionamientos, excelente manejo de módulo PM, PP, CO y WF en SAP (Presupuestos, pedidos, costos, ejecución, planeación y control de los proyectos), y herramientas ofimáticas con nivel avanzado de inglés.

Proactivo, dinámico, analítico, tolerante, perseverante, perfeccionista, con buenas relaciones interpersonales, disciplinado y ante todo responsable, con aspiraciones de ser partícipe de una organización competitiva y sólida que me brinde la oportunidad de aprender y proporcionar nuevos conocimientos en relación de una mejora continua..

### **Manuel Alejandro Chaparro**

Profesional en Arquitectura, estudiante de posgrado en Gerencia de Proyectos, Curso Análisis Financiero, SENA 2011. Curso Contabilidad en las empresas, SENA 2011. Curso ISO 9001:2008: Fundamentación de un Sistema de Gestión de la Calidad, SENA 2009. Curso Estrategias Gerenciales: Gerencia de Proyecto, Gerencia para el Emprendimiento, Gestión Tecnológica y Gestión por Resultados, SENA 2009. Curso 3ds max 2009 advanced creating details, Naska Digital Bogotá 2008. Curso 3ds max 2009 essential design & visualization, Naska Digital Bogotá 2008.

Cuenta con 10 años de experiencia laboral en el área administrativa, operativa, servicio al cliente, procesos contables, seguimiento y control de proyectos; específicamente en diseño, presupuesto, ejecución y coordinación de proyectos de obra civil (obras nuevas, remodelaciones, mantenimientos), gestión y control de cumplimiento de contratos. Facilidad para el trabajo bajo presión y en equipo; con amplio sentido analítico, iniciativa, capacidad de liderazgo y buena comunicación.

## **2. Estudio de Mercado**

### **2.1 Análisis del Sector**

Para dar a conocer el sector donde se implementará el proyecto se utiliza la herramienta PESTEL que permite definir los aspectos Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales del entorno. A continuación se plasman cada uno de ellos.

#### **2.1.1 Análisis Pestel.**

##### **2.1.1.1 Los factores políticos**

Si bien se deben reconocer que las políticas anticorrupción desarrolladas por el gobierno actual han creado el primer acercamiento a una cultura transparente, no ha sido suficiente para frenar este flagelo que representa el factor negativo más relevante a la hora de invertir en el país.

##### **2.1.1.2 Los factores económicos**

El desarrollo económico colombiano muestra al país como una economía en crecimiento y de alto interés de inversión. El consumismo en los hogares y aun más el interés de las familias por encontrar lugares tranquilos tipo campestre para llevar a sus familias promueve un ambiente positivo con vista a los servicios que se pretende prestar.

##### **2.1.1.3 Los factores sociales**

Una nueva cultura demográfica de compra de vivienda en zonas campestres es la nueva tendencia que favorece nuestro mercado objetivo. Las familias, principalmente las que tienen niños pequeños, están buscando lugares campestres para vivir; sitios tranquilos donde sus hijos puedan vivir una niñez alejada del estrés de la ciudad.

#### **2.1.1.4 Los factores tecnológicos**

Colombia está actualmente desarrollando un Plan Nacional que pretende mejorar la situación del país en cuanto las tecnologías de información y comunicaciones. De esta forma el Plan TIC Colombia pretende mejorar el acceso de los colombianos a las TIC's para generar un desarrollo social y competitivo acorde con el que se ha logrado en los países desarrollados. El Plan Colombia en línea con el futuro (Plan TIC) sigue una política de Estado que articula todos los organismos gubernamentales, junto con el sector privado para encaminar un conjunto de acciones para implementar en el corto, mediano y largo plazo que permitan a todos los colombianos hacer un uso eficiente de todas las tecnologías de información y comunicaciones para mejorar la inclusión social y la competitividad.

#### **2.1.1.5 Los factores ambientales**

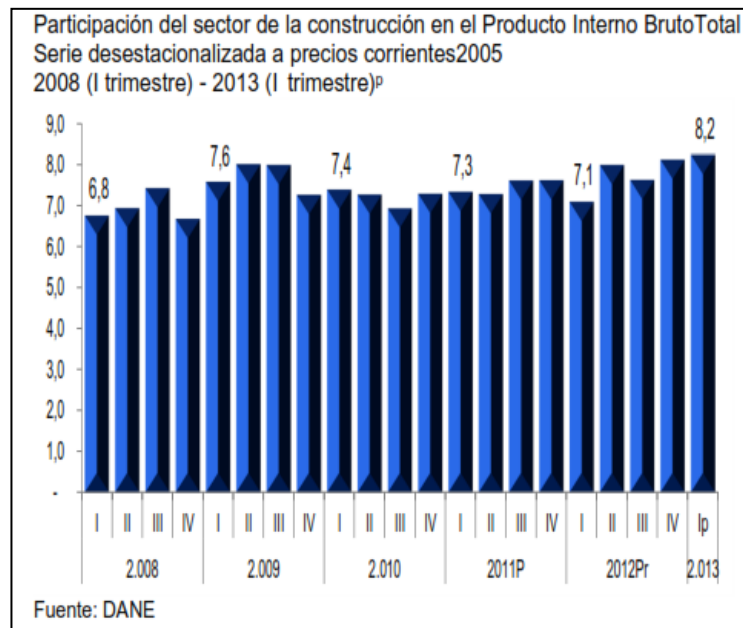
Son beneficiosos, el mejoramiento del clima cálido en Colombia también ha ayudado en gran medida no solo a la búsqueda de nuevas casas campestres para vivir, sino también para realizar excursiones y todo tipo de viajes. El aumento en la demanda en el alquiler de casas de campo también llevará consigo un aumento en la demanda de servicios 24 horas que cubran necesidades de los viajeros.

## **2.2 Caracterización del Sector**

**7x24 SERVICIOS** es una empresa que pertenece al sector de la construcción, dado que las actividades y servicios que ofrece están relacionados directamente con la construcción de nuevas viviendas y mantenimiento.

En la actualidad no existe una empresa en la zona que brinde los servicios integrales, cada sector brinda servicios con personal particular que no pertenece a una organización. Dado lo anterior, **7x24 SERVICIOS** es una idea innovadora y como tal es una ventaja competitiva.

El sector de la Construcción en Colombia tiene una tendencia al crecimiento, la demanda potencia en la región del Tequendama es de 6160 casas de campo, condominios, fincas de descanso y balnearios, la empresa tiene proyectado ingresar al 10% de la demanda potencial es decir 616 Clientes.



Gráfica 6. Participación y crecimiento del sector de la construcción en comparación desde el año 2008.

Fuente: Dane

### 2.3 Barreras de entrada y salida

El resultado del análisis de las 5 fuerzas de Porter fue el siguiente:

Tabla 8. Resultados del Análisis de la 5 Fuerzas de Porter del entorno

<b>EVALUACION GLOBAL DE LA INDUSTRIA</b>			
	<b>Favorable</b>	<b>Moderado</b>	<b>Desfavorable</b>
1. Amenaza de Posibles entrantes	6	1	4
2. Poder de Negociación de los Consumidores	2	2	4
3. Amenaza de los Sustitutos	0	3	1
4. Poder de Negociación de los Proveedores	4	2	1
5. Rivalidad entre competidores existentes	2	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>13</b>

Fuente: autores, 2013

### 2.3.1 Análisis

Las barreras de entrada y salida son bajas dadas las siguientes condiciones:

- a) El servicio es Fácil de copiar
- b) El personal que se requiere no es muy difícil de conseguir, en el caso de los servicios domésticos y Jardinería.
- c) El cliente se puede mover entre proveedores sin incurrir en grandes costos
- d) Los insumos son fabricados en Colombia y no es difícil su consecución.
- e) Al tener barreras de entrada bajas es posible que se vea afectada la rentabilidad de la empresa.

El componente clave de **7x24 servicios** será la innovación al integrar los servicios en una organización empresarial, los competidores de la industria no están organizados a nivel comercial, si no de carácter independiente, lo que no da todas las garantías a los clientes, servicio que 7x24 si ofrecerá y dará confianza y credibilidad a los clientes asegurando su

fidelización. La empresa brindará servicios de seguridad para con los empleados, disponibilidad horaria, imagen corporativa y personal calificado, características que crean una gran diferencia en el mercado potencial.

## **2.4 Análisis y estudio de Mercado**

### **2.4.1 Tendencias del mercado**

La tendencia actual del mercado de la prestación de servicios de mantenimiento y servicio de aseo domestico; se ve marcada por una alta participación del sector laboral informal. Por otra parte la prestación de estos servicios se dan por separado y no encontrándose una solución integral a la necesidad planteada.

La propuesta de este proyecto es formalizar la prestación de este servicio ofreciendo garantías de contratación y seguridad social a los empleados. Además de tener un portafolio completo de servicios que supla todas las necesidades de servicio de mantenimiento y aseo dentro de las viviendas campestres.

Por otro lado el crecimiento constante del sector de la construcción, el cual según el DANE se incrementa en un 8,2%, lo cual es muy favorable para el desarrollo y prestación de los servicios ya que se pretende abarcar un gran mercado potencial.

### **2.4.2 Segmentación de mercados**

Los clientes se encuentra compuesto por propietarios de casas de Campo en los municipios de:

- a) La Mesa
- b) Anapoima
- c) Tena

- d) Apulo
- e) Tocaima
- f) Mesitas del Colegio

### **2.4.3 Descripción de los consumidores,**

Existen diferentes variables que se han tomado en cuenta para la elección de la zona del Tequendama como mercado objetivo, que relacionamos a continuación:

A) Proximidad e infraestructura vial: La zona del Tequendama esta a solo una hora y media de la capital colombiana, lo cual hace una ventaja competitiva frente a zonas que presentan características geográficas similares.

B) Estimación del Mercado Potencial: El mercado potencial corresponde al número de hogares ubicados en la zona de Tequendama (para los municipios descritos anteriormente).

C) En la zona del Tequendama por su ubicación geográfica y su clima cálido existen un gran número de Hoteles, Centros Vacacionales, Casas de Campo, Condominios y Centro vacacionales de las Cajas de Compensación lugares a los cuales la empresa puede prestar sus servicios.

### **2.4.4 Estudio de Mercado**

La investigación de mercado pretende establecer las variables referentes al comportamiento del consumo, respecto a intención de compra, gustos y preferencias y frecuencia de compra de los servicios asociados con mantenimiento eléctrico, servicios domésticos, jardinería, gasodomésticos y piscinas.

Como instrumento se ha elaborado una encuesta con preguntas cerradas de tipo Cuantitativo.

Esta investigación de mercado se realizó en primera instancia para incursionar en el mercado de las personas dueñas de casa de campo o casas quintas de los diferentes municipios, pero la visión de la empresa a mediano plazo es incursionar en el mercado de los condominios, Hoteles y Centros Vacacionales.

Cálculo del tamaño de la muestra, para gestionar las encuestas

Tabla 9. Cálculo del tamaño de la muestra, dado diferentes parámetros

Fuente: autores

Variables	V	Dato	Consideraciones		
Nivel de confianza	<b>s</b>	0,95		Sigma 1	1
Universo o Poblacion	<b>N</b>	42.338	Inferior a 500,000	Sigma 2	1,96
Probabilidad a favor	<b>p</b>	0,5	Unitaria ( ex 50 % = 0.5)	Sigma 3	2,58
Probabilidad en contra	<b>q</b>	0,5	Automatico		
Error de la estimación	<b>e</b>	8,80%	Unitaria ( ex 5 % = 0.05)		
Tamaño de la muestra	<b>n</b>	<b>29,12</b>			

Número de Casas de Campo

42.338

Tabla 10. Ficha Técnica de la Metodología para la Investigación de Mercados

FICHA METODOLOGICA DE INVESTIGACIÓN	
Naturaleza de la investigación	Análisis de tendencias de intención de uso, frecuencia de compra e interés por parte de las casas de campo en La Mesa, Anapoima, Apulo, Mesitas del Colegio y Tocaima Cundinamarca. respecto a la prestación de servicios de mantenimiento.
Fecha de realización:	Del 22 de octubre al 31 de octubre
Metodología de Investigación:	Cuantitativa
Método de recolección:	Encuestas
Población (Casas de Campo)	42.338
Número de preguntas	8
Encuestadores	Julian Lotero / Mario Mora / Alejandro Chaparro
Lugar de Aplicación	La Mesa,
Contacto con la muestra	Personal por intercepción.
Nivel de confianza	95%
Margen de error estadístico	5%
Muestra final recolectada (Encuestas)	29,12
Fuente:	Elaboración Propia

Tabla 11. Instrumento diseñado

UNIVERSIDAD EAN - INVESTIGACION DE MERCADOS		
Nombre:	_____	
Municipio	_____	
<p>1. ¿En cual de los siguientes rangos se encuentran sus ingresos mensuales?</p> <p>A <input type="checkbox"/> 0 - 2,000,000                      D <input type="checkbox"/> 4,000,001 - 5,000,000</p> <p>B <input type="checkbox"/> 2,000,001 - 3,000,000              E <input type="checkbox"/> 5,000,001 - 6,000,000</p> <p>C <input type="checkbox"/> 3,000,001 - 4,000,000              F <input type="checkbox"/> (+) de 7,000,000</p>		<p><b>Objetivo de la Pregunta</b></p> <p>Determinar el nivel del ingresos de los consumidores potenciales.</p>
<p>2. ¿Cuál o cuales de los siguientes servicios requiere el mantenimiento en su casa de campo?</p> <p>A <input type="checkbox"/> Mantenimiento de Piscinas      D <input type="checkbox"/> Servicios Tecnico Electrico</p> <p>B <input type="checkbox"/> Servicios Domestico General      E <input type="checkbox"/> Servicios TecnicoHidraulico o Gasodomestico</p> <p>C <input type="checkbox"/> Mantenimiento de Jardin          F <input type="checkbox"/> Otro? Cual? _____</p>		<p>Determinar la necesidad</p>
<p>3. ¿Cuándo usted piensa en mantenimiento a su casa de campo, usualmente a quien contrata para ejecutarlo?</p> <p>A <input type="checkbox"/> Profesional Especializado      D <input type="checkbox"/> Familiares y/o amigos</p> <p>B <input type="checkbox"/> Tiene personal interno          E <input type="checkbox"/> Otro? Cual? _____</p> <p>C <input type="checkbox"/> Lo hace usted mismo</p>		<p>Identificar competidores y</p>
<p>4. ¿Con que frecuencia usted realiza mantemimiento preventivo o correctivo a su casa de campo?</p> <p>A <input type="checkbox"/> Mas o dos veces al mes                      E <input type="checkbox"/> Mas o dos veces al año</p> <p>B <input type="checkbox"/> Una vez al mes                                      F <input type="checkbox"/> Una vez al año</p> <p>C <input type="checkbox"/> Mas o dos veces a la semestre              <input type="checkbox"/> Otro?: Cual: _____</p> <p>D <input type="checkbox"/> Una vez al semestre</p>		<p>Determinar la frecuencia</p>
<p>5. ¿Marque en la siguiente escala que tan importante es para usted, la calidad de los insumos utilizados en el mantenimiento de su casa de campo?</p> <p>A <input type="checkbox"/> Muy importante</p> <p>B <input type="checkbox"/> Importante</p> <p>C <input type="checkbox"/> Es indiferente</p> <p>D <input type="checkbox"/> Poco importante</p> <p>E <input type="checkbox"/> Nada importante</p>		<p>Habitos de Consumo</p>
<p>6. ¿Marque en la siguiente escala que tan importante es para usted, el cumplimiento en los contratos de mantenimiento de su casa de campo?</p> <p>A <input type="checkbox"/> Muy importante</p> <p>B <input type="checkbox"/> Importante</p> <p>C <input type="checkbox"/> Es indiferente</p> <p>D <input type="checkbox"/> Poco importante</p> <p>E <input type="checkbox"/> Nada importante</p>		<p>Habitos de Consumo</p>
<p>7. ¿Las actividades relacionadas con el servicio domestico en su casa de campo, son ejecutadas por?</p> <p>A <input type="checkbox"/> Personal Interno                      D <input type="checkbox"/> Familiares y/o amigos</p> <p>B <input type="checkbox"/> Lo hace usted mismo                  E <input type="checkbox"/> Otro? Cual? _____</p> <p>C <input type="checkbox"/> Contrata personal por días</p>		<p>Identificar competidores y</p>
<p>8. ¿SI existiera una empresa en su municipio que le ofrezca asistencia integral para el mantenimiento de su casa de campo, incluyendo el servicio domestico por dias u horas, que tan interesado estaria usted la contratarla?</p> <p>A <input type="checkbox"/> Muy Interesado</p> <p>B <input type="checkbox"/> Interesado</p> <p>C <input type="checkbox"/> Es indiferente</p> <p>D <input type="checkbox"/> Poco interesado</p> <p>E <input type="checkbox"/> Nada Interesado</p>		<p>Cuantificar intención de compra.</p>

iiiiii MUCHAS GRACIAS POR SU AYUDA !!!!

Tabla 12. Relación de las personas encuestadas para el estudio de mercado

Personas Encuestadas en total: 30

CANTIDAD	MUNICIPIO	NOMBRE ENTREVISTADO
1	Anapoima	Cesar Ayala
2	Anapoima	Rafael Gutiérrez
3	Anapoima	Luis Eduardo Vargas Higuera
4	Anapoima	Martha Melo
5	Anapoima	Leonor Urrea Sosa
6	Anapoima	Rogelio Arévalo Sánchez
7	La Mesa	Carlos Wilson Hernández
8	La Mesa	Arturo Caicedo
9	La Mesa	Argemiro Ruiz Moreno
10	La Mesa	Luis Fernando Gómez
11	La Mesa	Álvaro Sabogal
12	La Mesa	Manuel Torres
13	La Mesa	Juan Benítez
14	La Mesa	José Valentín Silva
15	La Mesa	Brayan Arias
16	La Mesa	Mariela Hernández López
17	La Mesa	José Bermúdez
18	La Mesa	Carlos Castilla
19	La Mesa	Darío Enrique Benavides
20	La Mesa	Ricardo Plata
21	La Mesa	Eduardo Gómez Barco
22	La Mesa	Andrés Chaustre Hernández
23	La Mesa	Mauricio Prieto
24	Tena	Bárbara Lozano
25	Tena	Luis Quinche Poveda
26	Tena	Juan Francisco Rojas
27	Tena	Sandra Patricia Cárdenas
28	Tena	Juan Bautista Gómez
29	Tena	Eva Espinel
30	Tena	Luis Eduardo León Beltrán

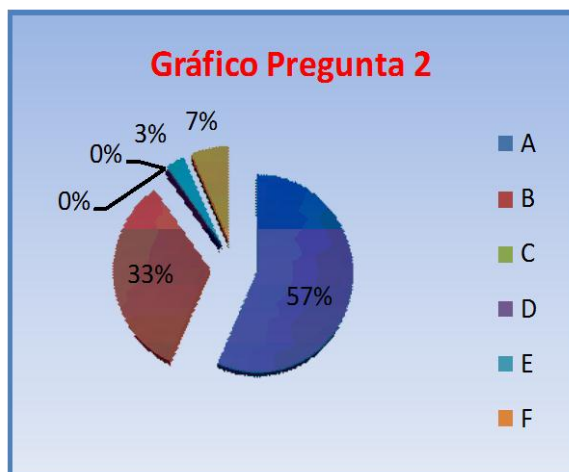
Fuente: autores, 2013

## 2.5 Análisis de Resultados Encuesta

Tabla 13. Pregunta No. 2

2. ¿Cuál o cuales de los siguientes servicios requiere el mantenimiento en su casa de campo?			A	11	13%	
A	<input type="checkbox"/> Mantenimiento de Piscinas	D	<input type="checkbox"/> Servicios Tecnico Electrico	B	29	35%
B	<input type="checkbox"/> Servicios Domestico General	E	<input type="checkbox"/> Servicios TecnicoHidraulico o Gas	C	23	28%
C	<input type="checkbox"/> Mantenimiento de Jardin	F	<input type="checkbox"/> Otro? Cual? _____	D	19	23%
				E	1	1%
				F	0	0%
				TOTAL	83	100%

Fuente: autores, 2013



Gráfica 7. Demostración de los resultados obtenidos en la pregunta No. 2 de la encuesta

Fuente: autores, 2013

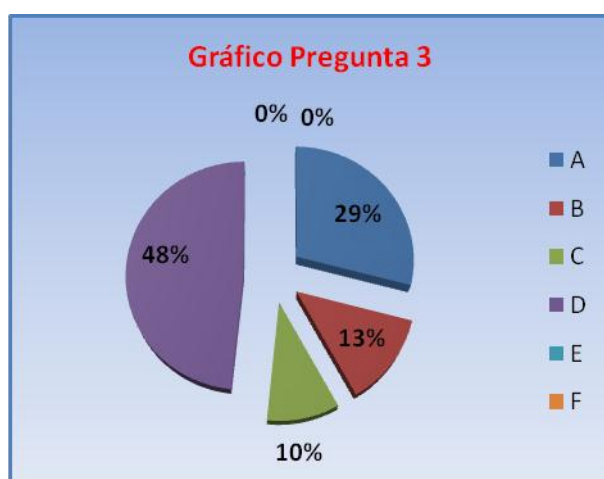
### 2.5.1 Análisis

El 63% del Mantenimiento demandado por los encuestados corresponde a servicio Doméstico General y mantenimiento de Jardines, se observa que existe una demanda específica para el mantenimiento de piscinas y servicio técnico eléctrico, que aunque no tienen un peso representativo constituyen el 30%.

Tabla 14. Pregunta 3

3. ¿Cuándo usted piensa en mantenimiento a su casa de campo, usualmente a quien contrata para ejecutarlo?			
A <input type="checkbox"/>	Profesional Especializado	D <input type="checkbox"/>	Familiares y/o amigos
B <input type="checkbox"/>	Tiene personal interno	E <input type="checkbox"/>	Otro? Cual? _____
C <input type="checkbox"/>	Lo hace usted mismo		
<b>A</b>	9	29%	
<b>B</b>	4	13%	
<b>C</b>	3	10%	
<b>D</b>	15	48%	
<b>E</b>	0	0%	
<b>F</b>	0	0%	
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	

Fuente: autores, 2013



Gráfica 8. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 3 de la encuesta

Fuente: autores, 2013

**Análisis**

Se evidencia que culturalmente en la zona las personas tienden a contratar a familiares o amigos para la realización del mantenimiento, lo que no significa que este personal sea especializado.

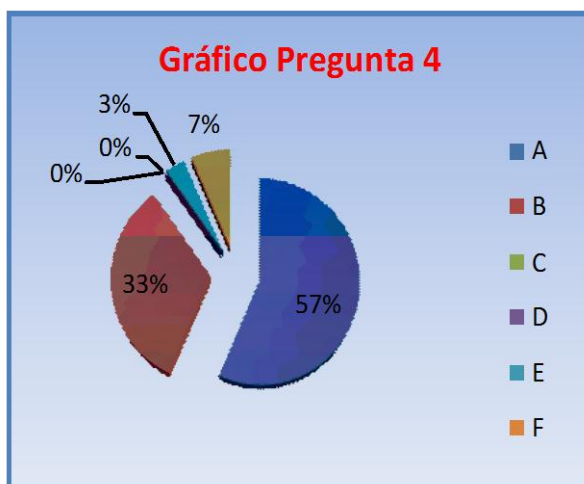
El 29% de las contrataciones es personal especializado, particularmente no forman parte de una sistema comercial empresarial formal.

Tabla 15. Pregunta 4

4. ¿Con que frecuencia usted realiza mantenimiento preventivo o correctivo a su casa de campo?

<input type="checkbox"/> A	Mas o dos veces al mes	<b>A</b>	17	57%	<input type="checkbox"/> E	Mas o dos veces al año
<input type="checkbox"/> B	Una vez al mes	<b>B</b>	10	33%	<input type="checkbox"/> F	Una vez al año
<input type="checkbox"/> C	Mas o dos veces a la semestre	<b>C</b>	0	0%	<input type="checkbox"/>	Otro?: Cual: _____
<input type="checkbox"/> D	Una vez al semestre	<b>D</b>	0	0%		
		<b>E</b>	1	3%		
		<b>F</b>	2	7%		
		<b>TOTAL</b>	30	100%		

Fuente: autores, 2013



Gráfica 9. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 4 de la encuesta

Fuente: autores, 2013

**Análisis**

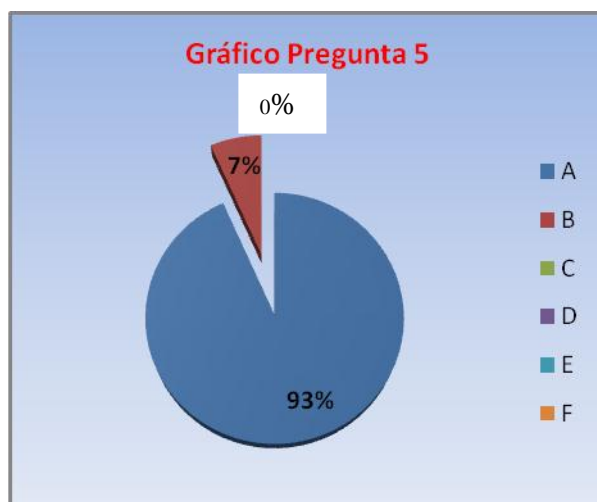
El 90% de las personas encuestadas demandan la utilización de un servicio al menos una vez al mes.

Tabla 16. Pregunta 5

5. ¿Marque en la siguiente escala que tan importante es para usted, la calidad de los insumos utilizados en el mantenimiento de su casa de campo?

A	<input type="checkbox"/>	Muy importante	<b>A</b>	28	93%
B	<input type="checkbox"/>	Importante	<b>B</b>	2	7%
C	<input type="checkbox"/>	Es indiferente	<b>C</b>	0	0%
D	<input type="checkbox"/>	Poco importante	<b>D</b>	0	0%
E	<input type="checkbox"/>	Nada importante	<b>E</b>	0	0%
			<b>F</b>	0	0%
			<b>TOTAL</b>	30	100%

Fuente: autores, 2013



Gráfica 10. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 5 de la encuesta.

Fuente: autores, 2013

### Análisis

Se evidencia que la calidad es muy importante para los encuestados por lo tanto se sugiere que las estrategias para la incursión en el mercado se centralice en factores como el servicio e innovación de portafolio.

Gráfica 11. Pregunta 6

6. ¿Marque en la siguiente escala que tan importante es para usted, el cumplimiento en los contratos de mantenimiento de su casa de campo?

A <input type="checkbox"/>	Muy importante	A	30	100%
B <input type="checkbox"/>	Importante	B	0	0%
C <input type="checkbox"/>	Es indiferente	C	0	0%
D <input type="checkbox"/>	Poco importante	D	0	0%
E <input type="checkbox"/>	Nada importante	E	0	0%
		F	0	0%
		TOTAL	30	100%

Fuente: autores, 2013



Gráfica 12. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 6 de la encuesta

Fuente: autores, 2013

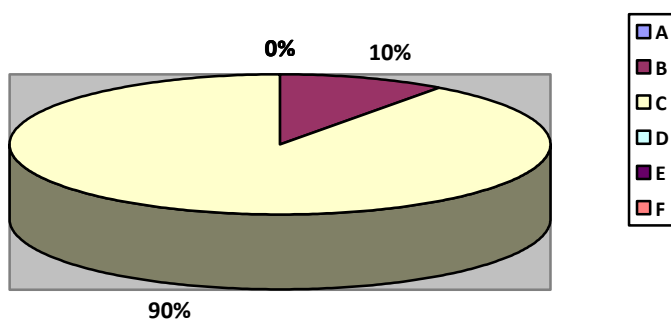
**Análisis**

Se confirma que la promesa de valor asociada al cumplimiento del contrato son fundamentales para el éxito del negocio.

Tabla 17. Pregunta. 7

7. ¿Las actividades relacionadas con el servicio domestico en su casa de campo, son ejecutadas por?			
A <input type="checkbox"/>	Personal Interno	D <input type="checkbox"/>	Familiares y/o amigos
B <input type="checkbox"/>	Lo hace usted mismo	E <input type="checkbox"/>	Otro? Cual? _____
C <input type="checkbox"/>	Contrata personal por días		
<b>A</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	
<b>B</b>	<b>3</b>	<b>10%</b>	
<b>C</b>	<b>28</b>	<b>90%</b>	
<b>D</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	
<b>E</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	
<b>F</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>	

Fuente: autores, 2013



Gráfica 13. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 7 de la encuesta

Fuente: autores, 2013

**Análisis**

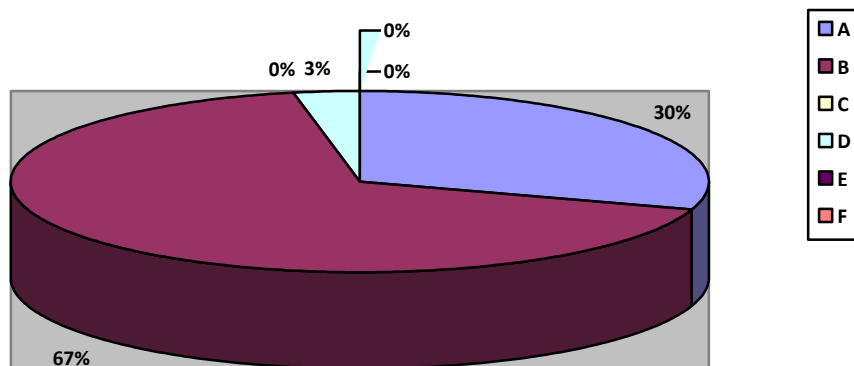
Existe una demanda potencial de personal para el desarrollo de actividades relacionadas con servicios domésticos.

Tabla 18. Pregunta 8

8. ¿Si existiera una empresa en su municipio que le ofrezca asistencia integral para el mantenimiento de su casa de campo, incluyendo el servicio domestico por días u horas, que tan interesado estaria usted la contratarla?

A <input type="checkbox"/>	Muy Interesado	<b>A</b>	9	30%
B <input type="checkbox"/>	Interesado	<b>B</b>	20	67%
C <input type="checkbox"/>	Es indiferente	<b>C</b>	0	0%
D <input type="checkbox"/>	Poco interesado	<b>D</b>	1	3%
E <input type="checkbox"/>	Nada Interesado	<b>E</b>	0	0%
		<b>F</b>	0	0%
		<b>TOTAL</b>	30	100%

Fuente: autores, 2013



Gráfica 14. Demostración de los Resultados obtenidos en la pregunta Número 8 de la encuesta

Fuente: autores, 2013

**Análisis**

El 97% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir el portafolio de servicios.

## **2.6 Riesgos y oportunidades de mercado**

### **2.6.1 Riesgos**

- a) Incremento de los precios en insumos
- b) Cotización por debajo del margen de rentabilidad establecido
- c) Fallas en la Operación
- d) Retraso en la prestación del servicio
- e) Pérdida o daños a terceros
- f) Ingreso de nuevos competidores
- g) Experiencia de competidores existentes
- h) Competidores que pueden adelantarse presentando propuestas similares
- i) Competencia del sector informal en las áreas relacionadas
- j) Fallas en la manipulación de productos químicos
- k) Temporada invernal no esperada
- l) Usuario experto
- m) Falta de experiencias anteriores con clientes
- n) Variaciones del entorno económico
- o) Variaciones del entorno social

### **Oportunidades**

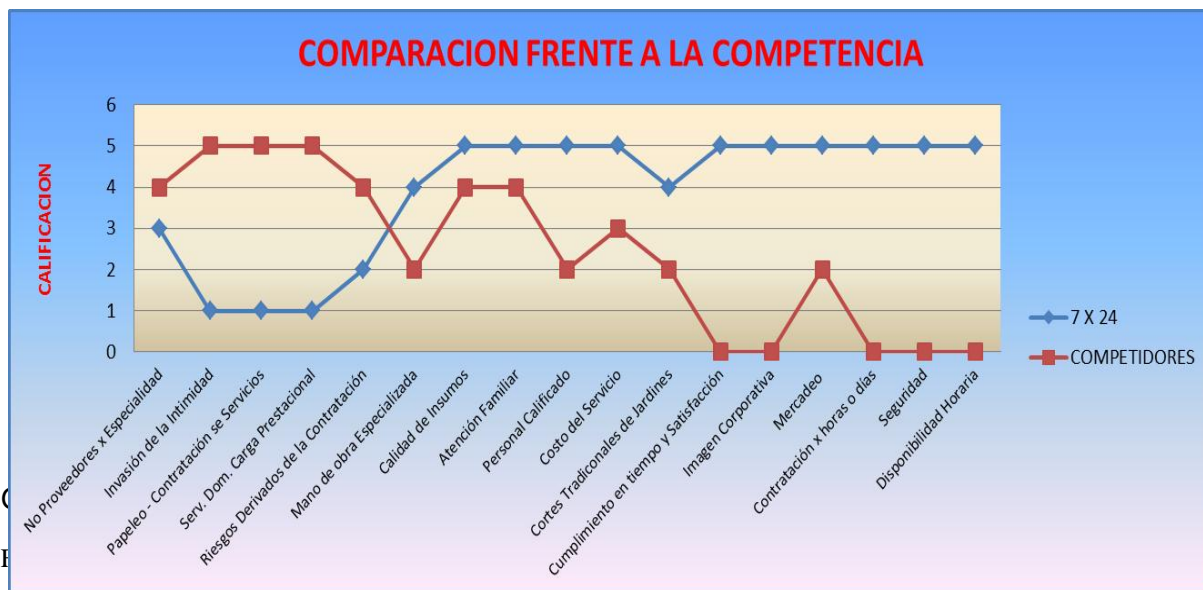
- a) Apertura económica, reducción en costo de productos importados
- b) Alta certeza de la información
- c) Beneficios económicos en toma de decisiones acertadas
- d) Rentabilidad por otras inversiones

- e) Oportunidad de nuevos negocios con clientes existentes
- f) Calidad del Servicio
- g) Aceptación de la comunidad
- h) Generación de empleo
- i) Buenas relaciones en la industria del turismo
- j) Impacto en el negocio
- k) Características del Cliente
- l) Definición de procesos
- m) Entorno de desarrollo
- n) Tamaño y experiencia
- o) Crecimiento de la industria del turismo en Colombia
- p) Clientes satisfechos
- q) Posicionamiento de Marca

### **2.6.2 Análisis de la Competencia.**

Por medio del análisis ERIC se encuentra la siguiente comparación con los competidores mostrando nuestro valor agregado frente a la demanda potencial.

También se analiza la competencia por medio de las 5 fuerzas de Porter para tener un más detallado concepto del entorno al cual se pretende incursionar



### 2.7 Análisis de las 5 fuerzas de Michael Porter

Tabla 19. Análisis de los Posibles entrantes al mercado

1. Amenaza de Posibles entrantes				
	SI (+)	Medio	NO (-)	Notas
1. ¿Las grandes empresas tienen una ventaja en costo o desempeño?	+			
2. ¿Hay diferencias en patentes en los productos de la industria?	+			
3. ¿Hay identidades establecidas de marca en su industria?	+			
4. ¿Sus clientes incurren en costos significativos si cambian de proveedores?			-	
5. ¿Es necesario mucho capital para entrar la industria?		*		
6. ¿Hay dificultad en el acceso a canales de distribución?	+			
7. ¿Hay curva de aprendizaje?	+			
8. ¿Hay dificultad en acceder a gente capacitada, materiales o insumos?			-	
9. ¿Su producto o servicio tiene características únicas que le den costos más bajos?			-	
10. ¿Hay licencias, seguros o estándares difíciles de obtener?			-	
11. ¿Enfrenta el nuevo entrante la posibilidad de contraataque por parte de las empresas establecidas?	+			
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	

Fuente: autores, 2013

Barreras a la entrada altas = + (favorable a la actividad de la industria)

Barreras a la entrada bajas = - (desfavorable a la actividad de la industria)

Tabla 20. Análisis del poder de negociación de los consumidores

<b>2. Poder de Negociación de los Consumidores</b>				
	<b>SI (+)</b>	<b>Medio</b>	<b>NO (-)</b>	<b>Notas</b>
1. ¿Hay una gran cantidad de compradores relativo al número de firmas en el negocio?	+	*		
2. ¿Usted tiene una gran cantidad de clientes, cada uno con las compras relativamente pequeñas?		*		
3. ¿El cliente hace frente a un costo significativo si cambia de proveedor?			-	
4. ¿El comprador necesita mucha información importante?			-	
5. ¿Puede el cliente integrarse hacia atrás?				
6. ¿Sus clientes no son muy sensibles al precio?			-	
7. ¿Su producto es único en un cierto grado o tiene una marca reconocida?			-	
8. ¿Son los negocios de sus clientes lucrativos?	+			
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	

Fuente: autores, 2013

Barreras a la entrada altas = + (favorable a la actividad de la industria)

Barreras a la entrada bajas = - (desfavorable a la actividad de la industria)

Tabla 21. Análisis de las amenazas de los sustitutos

<b>3. Amenaza de los Sustitutos</b>				
	<b>SI (+)</b>	<b>Medio</b>	<b>NO (-)</b>	<b>Notas</b>
1. Los sustitutos tienen limitaciones de desempeño que no compensan su precio bajo. O, su funcionamiento no es justificado por su precio alto.		*		
2. El cliente incurre en costos al cambiar a un sustituto (switchingcosts).			-	
3. Su cliente no tiene un sustituto verdadero.		*		
4. No es probable que su cliente cambie a un sustituto.		*		
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	

Fuente: autores, 2013

Barreras a la entrada altas = + (favorable a la actividad de la industria)

Barreras a la entrada bajas = - (desfavorable a la actividad de la industria)

Tabla 22. Análisis del poder de negociación de los Proveedores

<b>4. Poder de Negociación de los Proveedores</b>			
	<b>SI (+)</b>	<b>Medio</b>	<b>NO (-) Notas</b>
1. Mis insumos (materiales, trabajo, provisiones, servicios, etc.) son estándares más que únicos o diferenciados.	+		
2. Es barato y rápido cambiar entre proveedores.	+		
3. Mis proveedores encuentran difícil entrar a mi negocio (integración hacia adelante).	+		
4. Puedo cambiar los insumos realmente.	+		
5. Tengo muchos proveedores potenciales.		*	
6. Mi negocio es importante para mis proveedores.		*	
7. Mis costos de insumos no tienen influencia significativa en mis costos totales.			-
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

Fuente: autores, 2013

Barreras a la entrada altas = + (favorable a la actividad de la industria)

Barreras a la entrada bajas = - (desfavorable a la actividad de la industria)

Tabla 23. Análisis de la rivalidad entre competidores existentes

<b>5. Rivalidad entre competidores existentes</b>			
	<b>SI (+)</b>	<b>Medio</b>	<b>NO (-) Notas</b>
1. La industria está creciendo rápidamente.		*	
2. La industria no es cíclica con capacidad excesiva intermitente	+		
3. Los costos fijos son una porción relativamente baja del costo total.		*	
4. Hay diferencias significativas del producto e identidades de marca entre los competidores.			-
5. Los competidores están diversificados más que concentrados en algún producto.		*	
6. No es difícil salir de la industria porque no hay habilidades especializadas, instalaciones o contratos de largo plazo.	+		
7. Mis clientes incurren en un costo significativo al cambiar a un competidor.			-
8. Mi producto es complejo y se requiere una comprensión detallada de parte de mi cliente.			-
9. Todos mis competidores son de aproximadamente el mismo tamaño que mi empresa.		*	
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

Fuente: autores, 2013

Barreras a la entrada altas = + (favorable a la actividad de la industria)

Barreras a la entrada bajas = - (desfavorable a la actividad de la industria)

Tabla 24. Análisis global de los resultados obtenidos en las 5 tablas mencionadas anteriormente

### EVALUACION GLOBAL DE LA INDUSTRIA

	Favorable	Moderado	Desfavorable
1. Amenaza de Posibles entrantes	6	1	4
2. Poder de Negociación de los Consumidores	2	2	4
3. Amenaza de los Sustitutos	0	3	1
4. Poder de Negociación de los Proveedores	4	2	1
5. Rivalidad entre competidores existentes	2	4	3
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>12</b>	<b>13</b>

Fuente: autores, 2013

#### Análisis

- 1. Amenaza de entrantes potenciales:** la industria no presenta una fuerte competencia ni amenaza importante de nuevos competidores, sin embargo, el ambiente aunque parece ser favorable hay que tener en cuenta que no es una industria de difícil acceso y por esto la innovación y el valor agregado así como la satisfacción del cliente será importante al momento de mantener una buena posición.
- 2. Poder de negociación de los compradores:** Los clientes, al ser una industria de fácil acceso, no necesitan manejar un nivel de exclusividad hacia un proveedor, ni necesitan mucha información acerca de los servicios, por esto, los costos de cambio no son altos, por lo que se convierte en una amenaza y en un campo desfavorable para nuestros intereses.

3. **Amenaza de sustitutos:** Se muestra en un punto moderado, es importante tener en cuenta que los clientes no incurren en costos al cambiar de proveedor lo cual representa nuestra amenaza potencial.
4. **Poder de negociación de los proveedores:** Parece presentarse favorable para nuestros intereses, nuestros proveedores no son exclusivos ni tenemos insumos que sean de carácter especial ni difíciles de encontrar en el mercado, lo que reduce la capacidad de negociación.
5. **Intensidad de la rivalidad entre los competidores establecidos:** Es de carácter moderado, no hay mucha competencia pero no es difícil entrar en la industria y ya que los clientes no incurren en costos significativos al cambiar entre proveedores se puede llegar a fuertes rivalidades.

De acuerdo al análisis realizado el Negocio es Favorable, debemos hacer énfasis en elementos que agreguen valor con innovación y una campaña fuerte de mercadeo.

## 2.8 Estudio de Precios

Dentro lo analizado en el estudio de mercados, análisis del entorno y análisis de la competencia encontramos que **7 x 24 Servicios** establece el siguiente cuadro de precios para cada línea de servicio:

Tabla 25. Costos y precios por Servicio [centrar esta tabla](#)

TABLA DE PRECIOS POR SERVICIO	
SERVICIO	PRECIO
Mantenimiento Piscinas	\$ 130.000
Mantenimiento Eléctricos	\$ 75.000
Mantenimiento de Jardines	\$ 60.000
Servicios Domésticos	\$ 55.000

Fuente: autores, 2013

A continuación se relacionan los costos asociados a la prestación del servicio.

Tabla 26. Cálculo costos por servicio empresa 7 x 24 servicios

CALCULO COSTOS POR SERVICIO EMPRESA 7 X 24 SERVICIOS				
DESCRIPCION	PISCINAS	JARDINES	DOMESTICOS	ELECTRICOS
INSUMOS				
COSTOS ANUAL	\$ 140.637.960	\$ 30.204.480	\$ 16.125.000	\$ 3.000.000
NUMERO DE OPERACIONES A REALIZAR POR DIA	12	3	5	7
<b>GOSTO DE INSUMOS POR SERVICIO</b>	<b>\$ 42.463</b>	<b>\$ 36.479</b>	<b>\$ 11.685</b>	<b>\$ 1.553</b>
MANO DE OBRA DIRECTA				
SALARIO PISCINERO	\$ 1.218.640			
SALARIO JARDINERO		\$ 1.218.640		
SALARIO DOMESTICOS			\$ 1.142.475	
SALARIO TECNICO ELECTRICISTA				\$ 1.980.290
JORNADA LAORAL REAL DIA HORAS	6,5	6,5	6,5	6,5
JORNADA LABORAL REAL MES HORAS	143	143	143	143
COSTO POR HORA	8522,0	8522,0	7989,3	13848,2
TIEMPO X ACTIVIDAD	1	2	3,5	1,5
<b>COSTO TOTAL POR SERVICIO</b>	<b>\$ 8.522</b>	<b>\$ 17.044</b>	<b>\$ 27.963</b>	<b>\$ 20.772</b>
INDIRECTOS				
Arrendamiento Bodega			\$ 16.500.000	
Alquiler de Vehículos			\$ 92.400.000	
Aseo			\$ 2.400.000	
Servicios (Agua, Telefono, Luz)			\$ 2.400.000	
Seguros			\$ 1.000.000	
Mano de Obra Indirecta_Coordinador			\$ 31.075.320	
Depreciacion herramientas			\$ 3.470.600	
Costos Indirectos - Anual			\$ 149.245.920	
Costos Indirectos - Mes			\$ 12.437.160	
Tiempo por Actividad	1	2	3,5	1,5
Servicio a prestar al mes	270	63	120	161
Total Tiempo Mes	270	126	420	241,5
Total Hora Mes			1057,5	
Factor CIF Hora	11761	11487	11487	11487
<b>COSTO INDIRECTOS ASIGNADO POR SERVICIO BASE ASIGNACION X HORA</b>	<b>\$ 50.290</b>	<b>\$ 498</b>	<b>\$ 7.640</b>	<b>\$ 33.745</b>
<b>COSTO TOTAL BASE ASIGNACION CIF X HORA</b>	<b>\$ 101.275</b>	<b>\$ 54.021</b>	<b>\$ 47.287</b>	<b>\$ 56.070</b>

Fuente: autores, 2013

## **2.9 Plan de Mercadeo**

### **2.9.1 Concepto del Producto o Servicio**

Como producto de **7x24 servicios**, la empresa ofrece todo tipo de servicios locativos para casas campestres, siendo la satisfacción al cliente nuestro principal objetivo.

Es importante para los intereses de la empresa y nuestra filosofía de fidelización de clientes, garantizar cada uno de los servicios prestados, es por esto que cada uno de estos tendrá un acompañamiento durante un tiempo prudente para garantizar al cliente los beneficios pretendidos al adquirir los servicios.

Así, los servicios prestados por **7x24 servicios** se orientan a brindar beneficios a clientes con bienes campestres para garantizar una estadía agradable y libre de responsabilidades que puedan no solo ocupar tiempo valioso sino generar incomodidad en las demás personas.

Profesionales capacitados en las tareas requeridas por los clientes serán los encargados de dar solución a los requerimientos que esta actividad genere.

### **2.9.2 Estrategias de Distribución**

La venta directa es en nuestro caso la mejor forma de dar distribución a los servicios prestados. Mediante este método podremos mantener un mejor control del servicio, obtener diferenciación perceptible del servicio y mantener información directa de los clientes sobre sus necesidades.

### **2.9.3 Estrategias de Precio**

Para la clase de servicios prestados, la estrategia radicará en la delimitación de estos a una región en especial, aumentando el grado de competencia gracias al conocimiento de la zona geográfica donde se desarrollaran las actividades.

Se debe tener en cuenta para el cobro de los servicios, los costos de transporte, costos de los insumos utilizados, tarifa que se le paga al profesional asignado a la actividad y un porcentaje de ganancias para la empresa.

#### **2.9.4 Estrategias de Promoción y comunicación**

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de tres formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos. Estas formas son:

- a) Publicidad: se utilizarán medios locales como la radio, medios impresos y flyers publicitarios para la difusión de los servicios prestados por la empresa.
- b) Venta personal: presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.
- c) Promoción de ventas actividades de marketing distintas a la publicidad.

#### **2.9.5 Estrategias de Servicio**

Garantía y Servicio postventa

La prestación del servicio incluye la adquisición de pólizas donde extiende la cobertura al cliente para el amparo de riesgos asociados a la ejecución del contrato.

De otra parte la contratación de los servicios a través de **7 x 24**

Mecanismo de Atención a Clientes:

Servicio a Domicilio

#### **2.9.6 Proyección de Ventas**

Las Ventas proyectadas de la empresa se plantean por medio de 4 Servicios: Mantenimiento piscinas, Mantenimiento de Jardinería, Servicios Domésticos y Mantenimiento Eléctrico, cada uno con proyecciones que dependen del crecimiento del mercado definido que

según datos extraídos del DANE es del 8,20% anual y para las unidades de servicio definidas por medio del análisis de mercado crecen con la inflación la cual se estima en promedio del 4% anual.

<b>Crecimiento Anual PIB del Sector</b>	<b>8.20 %</b>
<b>Inflación</b>	<b>4 %</b>

Tabla 27. Proyección por servicios

PROYECCION VENTAS POR SERVICIOS					
<b>Servicio (Mtto Piscinas)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	130.000,00	135.200,00	140.608,00	146.232,32	152.081,61
# Unidades	3.240	3.506	3.793	4.104	4.441
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>421.200.000,00</b>	<b>473.967.936,00</b>	<b>533.346.639,02</b>	<b>600.164.305,96</b>	<b>675.352.890,21</b>
<b>Servicio (Jardinería)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	60.000,00	62.400,00	64.896,00	67.491,84	70.191,51
# Unidades	756	818	885	958	1.036
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>45.360.000,00</b>	<b>51.042.700,80</b>	<b>57.437.330,36</b>	<b>64.633.079,10</b>	<b>72.730.311,25</b>
<b>Servicio (Domésticos)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	55.000,00	57.200,00	59.488,00	61.867,52	64.342,22
# Unidades	1.440	1.558	1.686	1.824	1.974
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>79.200.000,00</b>	<b>89.122.176,00</b>	<b>100.287.402,21</b>	<b>112.851.407,96</b>	<b>126.989.432,35</b>
<b>Servicio (Eléctrico)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	75.000,00	78.000,00	81.120,00	84.364,80	87.739,39
# Unidades	1.932	2.090	2.262	2.447	2.648
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>144.900.000,00</b>	<b>163.053.072,00</b>	<b>183.480.360,86</b>	<b>206.466.780,47</b>	<b>232.332.938,73</b>
<b>SUBTOTAL VENTAS</b>	<b>690.660.000,00</b>	<b>777.185.884,80</b>	<b>874.551.732,45</b>	<b>984.115.573,49</b>	<b>1.107.405.572,54</b>

Fuente: autores, 2013

### **3. Aspectos Técnicos**

#### **3.1 Ficha Técnica del Servicio**

El Servicio que se ofrece se basa en el mantenimiento integral de las Casa de campo, por medio de visitas técnicas que proporcionen un análisis específico de los problemas que se presentan.

Se prestaran los siguientes servicios:

- a) Mantenimientos Integrales preventivos y Correctivos a los equipos e instalaciones asociado a las Piscinas y Spa.
- b) Tratamiento de aguas de piscinas y Spa suministrando productos químicos necesarios para garantizar la calidad del agua de acuerdo a la Normatividad Vigente.
- c) Mantenimiento de equipos eléctricos
- d) Reparación y Mantenimiento de instalaciones físicas.
- e) Mantenimiento de los filtros de las piscinas.
- f) Venta de repuestos y accesorios.
- g) Suministro de productos químicos para el tratamiento de aguas.
- h) Asesoría especializada a nuestros clientes.

Adicionalmente se prestaran los siguientes servicios domésticos o de hogar para brindar mayor cobertura y a las necesidades de nuestros clientes:

- a) Servicios domésticos 7 x 24 (Planchado, limpieza, aseo).
- b) Servicios de jardinería.
- c) Servicios Eléctricos 7 x 24. (Instalaciones eléctricas menores y mayores)

Para la realización de los trabajos y servicios se contará con personal altamente calificado y con titulación oficial para desempeñar las funciones correctamente, tanto en el ámbito químico para la manipulación de los productos y adición de las dosis adecuadas a las piscinas, como de mantenimiento para trabajos electromecánicos, circuitos hidráulicos, plomería, electricidad etc. El contar con el personal calificado también permitirá mitigar los riesgos de accidentes laborales y profesionales.

## **3.2 Descripción del Proceso**

### **3.2.1 Mantenimiento de piscinas y SPA.**

#### **1. Proceso químico y físico**

#### **2. Causas de la necesidad**

- El agua se contamina de los microorganismos que existen en la atmósfera más los que introducen los bañistas.
- El aire y lluvia introducen en el agua cantidades de polvo, tierra y hojas que la enturbian.
- Los dueños de las casa de campo quieren tener el tiempo libre para descansar olvidándose de los servicios domésticos de su propiedad.

**Proceso Químico.** Mantener el agua con el pH adecuado y con los residuales de cloro y anti algas suficientes para destruir los microorganismos y bacterias.

**Manejo del PH.** El PH es el grado de acidez del agua. Los valores de PH están comprendidos entre 0 y 14. Donde 7 es grado neutro, los valores entre 0 y 7 son grados ácidos y entre 7 y 14 son grados básicos.

Según lo anterior, el valor ideal del PH una piscina debe de estar entre 7.2 y 7.6; esto es importante porque el cloro solo actúa eficazmente como bactericida cuando el agua tenga un pH entre 7.2 y 7.6

Si el PH está por encima de 7.6 el ácido disuelto en el agua se precipitara de forma visible, enturbiando el agua y dándole un aspecto lechoso, obstruyendo rápidamente el filtro y precipitándose en las paredes y accesorios de la piscina.

Si el PH está por debajo de 7.2 el agua será corrosiva, produciendo irritaciones en los ojos y mucosas nasales, pudiendo llegar a destruir las partes metálicas de la instalación de filtración

El grado de calidad del agua depende básicamente del valor del PH que tenga.

**Manejo del Cloro.** El agua después de filtrada mantiene una serie de bacterias que es preciso destruir. Para esto se necesita una cantidad determinada de cloro que actúa como un ácido. El que se añade por encima de esa cantidad, queda libre en el agua en espera de actuar contra cualquier nueva bacteria que aparezca en el agua.

El cloro que queda en agua y que se ha aportado por encima de las necesidades inmediatas se denomina CLORO LIBRE O RESIDUAL. Como alternativa al cloro existen otros productos como yodo, bromo, ozono, intercambio iónico, etc. pero su costo es superior.

**Manejo del Antialgas.** En el agua de las piscinas existe una gran proliferación de algas, favorecida por la temperatura elevada del agua de las mismas, tomando el agua una coloración verde. Para evitar esto se añadirá a la misma antialgas y se mantendrá un residual (en función del volumen) para evitar su crecimiento.

**Proceso Físico.**

Dotar a la piscina de un filtro que retenga toda la materia en suspensión del agua.

**Proceso de Filtración.**

Es solo una parte del trabajo a realizar para mantener limpia una piscina y además es inseparable del tratamiento químico. El agua se aspira de la superficie por medio de los skimmers y del fondo por la toma de fondos, así mismo los residuos depositados en el fondo de la misma se aspiran por la toma de limpia fondos. El agua después de pasar por el filtro retorna a la piscina por los impulsores o por los jets del hidromasaje colocados en la parte opuesta de los skimmers y la toma de fondo.

En la caseta de la depuradora están 3 llaves con los siguientes letreros:

1. Fondo
2. Skimmer
3. Limpia fondos

Estas llaves son para seleccionar por donde queremos que entre el agua de la piscina.

Hay además otras dos llaves:

1. Hidromasaje
2. Impulsores

Estas son para seleccionar por donde queremos que retorne el agua a la piscina. Además la depuradora tiene una válvula selectora con seis posiciones (Phermida, 2013):

1. Filtración.
2. Lavado
3. Enjuague
4. Recirculación
5. Vaciado
6. Cerrado

Estas posiciones son para seleccionar lo que hace la depuradora. Además existe un manómetro que nos indicara cuando es necesario lavar el filtro. (Madrid.org.2013).

### **3.2.2 Proceso Jardines.**

La existencia, cada vez más generalizada, de zonas ajardinadas en las urbanizaciones privadas, obliga a la Comunidad a realizar contratos de mantenimiento con personal especializado, es donde **7 x 24 Servicios** genera su propuesta de valor, para este proceso se tiene los siguientes procesos:

#### **3.2.2.1 Mantenimiento Riego**

1. Se realizará un riego manual con manguera, periódico en los jardines, césped, y materas no mayor a 3 días debido al entorno climático del sector.
2. Verificar en el riego que el agua debe llegar a una profundidad de aproximadamente 20 cm en la tierra, para lograr una excelente oxigenación del terreno.
3. Se debe realizar en las horas de la mañana o en la tarde (anochecer), cuando la contaminación del ambiente se encuentre en niveles bajos.

### **3.2.2.2 Mantenimiento Césped y Podas**

- En caso de que exista césped, las siegas han de ser periódicas, de tal modo que no sobrepase en ningún momento los 7-8 cms. de altura.
- Realizar oxigenación del césped periódicamente por medio del enclavamiento de trinquetes.
- Eliminar las impurezas del césped por medio de un rastrillo o escarificador que permita la remoción de las mismas, esta tarea se realizará por lo menos cada tres meses.
- Realizar la recolección de las hojas secas de los árboles con las herramientas adecuadas.
- Podar los árboles especialmente las ramas bajas en dirección abajo hacia arriba, para esto se puede utilizar una moto-sierra, o tijeras especiales de jardinero.
- Los bordes de los jardines se deben mantener recostados y bajos para no invadir las plantas.
- En las maderas de los árboles más antiguos se debe aplicar periódicamente impermeabilizantes que mantengan su buen estado.
- Realizar revisión de los abonos de cada uno de los sectores y zonas verdes para mantener su correcto estado manteniendo el adecuadamente los nutrientes como son: Oxígeno, Nitrógeno, Fósforo, Potasio.
- Dependiendo del pH de cada suelo se debe realizar el mantenimiento con el abono adecuado.

### **3.2.2.3 Mantenimiento Control de plagas:**

1. Realizar el control de plagas depende de factores como: Cultivar gran diversidad de plantas que permitan tener un jardín fuerte resistente a los cambios climáticos de la zona.
2. Remover la tierra en busca de insectos dañinos que puedan generar daños a los jardines y demás.
3. En las épocas de verano se debe realizar un control no mayor de dos días ya que en esta época del año la proliferación de insectos y plagas es mayor.
4. Controlar el pH de la tierra.
5. Al momento de encontrar alguna proliferación de insectos o plagas en cualquier zona verde, se debe realizar fumigaciones con productos químicos especializados para la su eliminación.

### **3.2.3 Proceso Domestico.**

Dentro del proceso de Servicios domésticos se encuentran:

#### **Actividades de limpieza locativas**

Se realizará la limpieza completa de las instalaciones, con respecto a: barrer, trapear, limpieza de polvo con los respectivos limpiadores comerciales del mercado, desinfectar baños, alcobas, garajes, cocinas etc. aplicando detergentes, desinfectantes, cloro y aromatizantes, Lavado de loza con detergentes especiales para esto, limpieza de paredes aplicando detergentes y limpiadores de bajo pH para no perjudicar la pintura, limpieza de alfombras con detergente de alfombras y elementos y equipos para aspirar las mismas.

**Actividades de lavado y planchado:**

Se realizarán actividades enmarcadas en el lavado de ropa y servicio de planchado personalizado (según requerimientos del cliente), de las prendas de vestir.

**3.2.4 Proceso Eléctrico.**

Todos los procesos o actividades a realizar por **7X24 Servicios** están enmarcados por las normas RETIE (Reglamento Técnico de instalaciones eléctricas).

**Condiciones de las Instalaciones a Verificar:**

El cuarto de contadores será accesible sólo para el portero o vigilante, y el personal de la compañía suministradora o de mantenimiento. Hay que vigilar que las rejillas de ventilación no estén obstruidas, así como el acceso al cuarto.

Para cualquier manipulación de la instalación, se desconectarán los interruptores automáticos de seguridad.

La tierra alrededor de las barras o picas de toma de tierra, debe estar mojada para mejor transmisión de la corriente. Si en las revisiones de las arquetas de conexión se advierte la tierra seca, se humedecerá con agua.

Nunca debe efectuarse la toma de tierra a través de conexiones que no sean específicas a tales fines (tuberías, barrotes, etc.).

**Revisiones Periódicas y de mantenimiento.**

- Realizar los mantenimientos correctivos y preventivos solicitados por el Cliente.
- Se deben verificar las condiciones para realizar cada una de las intervenciones, por medio de las herramientas de medición de voltaje y ausencia del mismo.
- Desenergizar las instalaciones críticas para poder intervenirlas.

- Limpieza de los mecanismos y puntos de luz, utilizar plumero o paño seco, nunca húmedo.
- No se pueden conectar a los enchufes aparatos de potencia superior a la prevista o varios aparatos que, en conjunto, tengan una potencia superior. Si se aprecia un calentamiento de los cables o de los enchufes conectados en un determinado punto, deben desconectarse.
- Se debe realizar una revisión anual para comprobar la puesta a tierra, si hay corrosión en las conexiones de la línea general, y la continuidad de ésta.

### 3.3 Necesidades y Requerimientos

#### 3.3.1 Características de la tecnología

Para la realización adecuada de los servicios se debe contar con los siguientes recursos:

Tabla 28. Resumen de recursos

<b>CUADRO RESUMEN DE REQUERIMIENTOS TECNICOS</b>		
<b>DESCRIPCION</b>	<b>COSTO</b>	<b>VER DETALLE</b>
Herramientas y equipos Menores	\$ 12.218.435	Tabla 18
Equipos de Oficina	\$ 5.135.000	Tabla 19
Alquiler de Vehiculos	\$ 8.400.000	Tabla 20
Talento Humano Valor Mensual	\$ 15.745.910	Tabla 21
Elementos de Dotacion	\$ 2.895.804	Tabla 22
Elementos de Proteccion Personal	\$ 5.424.778	Tabla 23
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 49.819.927</b>	

Fuente: autores, 2013

A continuación se el detalle de herramientas y su costo:

Tabla 29. Detalle de herramientas y equipos menores

DESCRIPCION	CANT	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Alicate electricista de 8" aislado 1000V MAXSTEEL con norma	2	\$33.600	\$67.200
Barra metalica patecabra	2	\$14.105	\$28.210
Bisturi	4	\$5.300	\$21.200
Calculadora casio fx 82 sx	4	\$27.703	\$110.812
Cámara fotográfica digital	1	\$257.759	\$257.759
Centro punto de 3/8" X 5"	2	\$8.585	\$17.170
Cinzel con protector de 3/4" x 12"	4	\$5.907	\$23.628
Cinta para señalizacion de 500Mt x 4" peligro calibre 2.5	4	\$20.570	\$82.280
Cono vial de 90 Cm PVC	6	\$45.857	\$275.142
Cortafrio lateral de 6.1/4" aislado para 1000V	4	\$30.080	\$120.320
Cronometro digital	2	\$53.856	\$107.712
Cuchillo pelacable curvo para electricista aislado 1000V	4	\$26.576	\$106.304
Destornillador pala para electricista aislado 5.5mm x 5" 1000V	4	\$11.135	\$44.540
Detector de tension rango 90V - 1000V	2	\$76.415	\$152.830
Detector de voltaje AC	2	\$33.532	\$67.064
Disco diamantado de 7" segmentado multiproposito	2	\$92.062	\$184.124
ESCALERA DIELECTRICA 1.80	1	\$223.000	\$223.000
Espejo circular para inspeccion de 2.1/4"	2	\$14.195	\$28.390
Extension electrica encauchetada de 15Mt - 3 x 16 - con 3 tomas	2	\$33.745	\$67.490
Flexometro de 3Mt Global cinta 1/2"	4	\$6.200	\$24.800
Hoyador o paladrago de 15cm	4	\$31.856	\$127.424
Juego de destornilladores dieléctricos	4	\$37.900	\$151.600
Linterna LED alta intensidad recargable 80 lumens - 4 horas de duracion	4	\$48.403	\$193.612
Linterna manos libres 12 led 3AAA	2	\$10.625	\$21.250
Llave expansion aislada 10" 1000V	2	\$99.880	\$199.760
Llaves bristol de 1.5mm a 10mm juego de 10Pzs	2	\$13.175	\$26.350
Llaves mixta de 8mm a 19mm juego de 8Pzs estuche	2	\$17.500	\$35.000
Loadbuster	2	\$37.900	\$75.800
MACETA 4 LIBRAS	2	\$13.200	\$26.400
Marco para segueta	2	\$8.755	\$17.510
Palustre de 7" mango plastico	4	\$4.000	\$16.000
Cabo para pala	2	\$3.800	\$7.600
Pelacable ponchadora multi uso de 9.1/2"	2	\$9.945	\$19.890
Ponchadora	2	\$660.000	\$1.320.000
Juego de copas ratchet	2	\$86.870	\$173.740
Pértiga telescópica	2	\$940.000	\$1.880.000
Pila cuadrada recargable 9V 1700 mAh	3	\$16.830	\$50.490
CUPLA	1	\$378.420	\$378.420
Pulidora de 7" 19.5A 2,100W 6,300Rpm + maletin	1	\$359.000	\$359.000
Pulpo elastico para sujetar 45/60/95cm juego de 8Pzs	1	\$7.920	\$7.920
Puntas estrella para destornillador y taladro N.2 larga 2" juego de 3Pzs	4	\$8.265	\$33.060
Remachadora manual profesional	2	\$32.320	\$64.640
Secuencimetro digital	1	\$168.608	\$168.608
Segueta de mano para metales de 12" x 18 dientes bimetal	1	\$2.210	\$2.210
Señalizador tubular colombina alta intensidad	1	\$27.370	\$27.370
Sierra copa bimetal de 1"	4	\$10.795	\$43.180
Adaptador copa sierra 1"	2	\$10.100	\$20.200
Sonda acero para cablear de 3/16" x 30Mt calibre 1/16"	1	\$20.315	\$20.315
Tabla planillera acrílico tamaño oficio	1	\$6.034	\$6.034
Taladro percutor de 1/2" 5.2Amp 600W - vel.var.rev. 0-3000Rpm	1	\$161.415	\$161.415
Zunchadora para acero inoxidable	1	\$113.560	\$113.560
1000V PHILIPS # 1 X 75 MM	1	\$5.500	\$5.500
1000V PHILLIPS #2 X 100 M	1	\$8.800	\$8.800
1000V STANDARD 6.5 X 150 MM	1	\$9.200	\$9.200
Bolsa porta herramienta	2	\$27.084	\$54.168
Bloques de madera	2	\$3.500	\$7.000
Brocas acero	2	\$39.920	\$79.840
Brocas tungsteno (metal madera)	4	\$10.454	\$41.816
RESISTENCIAS DE 1,4 KW	2	\$207.963	\$415.926
RESISTENCIAS DE 4 KW	2	\$207.963	\$415.926
RESISTENCIAS MONOFASICAS DE 12 AMP	2	\$207.963	\$415.926
Puesta a tierra BT	1	\$570.000	\$570.000
Puesta a tierra MT	1	\$1.230.000	\$1.230.000
Tapete Dielectrico	2	\$320.000	\$640.000
Cortadora de cesped	1	\$450.000	\$450.000
Tijeras tipo jardinero curva de 8"	4	\$6.500	\$26.000
Tijeras especial tipo jardinero	2	\$45.000	\$90.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$12.218.435</b>

Fuente: autores, 2013

A continuación se presenta el detalle de equipos de oficina:

Tabla 30. Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipo de computo - Escritorio	2	1.100.000	2.200.000
Impresora Laser	1	1.000.000	1.000.000
Escritorios	4	150.000	600.000
Equipo de Vigilancia	1	1.200.000	1.200.000
Telefonos	3	45.000	135.000

<b>TOTAL</b>	<b>\$5.135.000</b>
--------------	--------------------

Fuente: autores, 2013

A continuación se presenta el detalle de Vehículos, es política de **7X24 SERVICIOS** utilizar vehículos alquilados.

Tabla 31. Alquiler de vehículos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR ALQUILER	TOTAL
Camioneta Carry	2	\$ 2.500.000	\$ 5.000.000
Vehiculo Coordinador	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000
Moto	1	\$ 600.000	\$ 600.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.400.000</b>

Fuente: autores, 2013

A continuación se presenta el detalle de Talento Humano.

Tabla 32. Talento Humano valor mensual

CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASICO	SALARIO BASICO SUBTOTAL	CARGA PRESTACIONAL	TOTAL
GERENTE	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.046.600	\$ 3.046.600
COORDINADOR TECNICO	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 889.610	\$ 2.589.610
ADMINISTRATIVA	1	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 444.805	\$ 1.294.805
TECNICO SERV GENERALES	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000	\$ 1.360.580	\$ 2.660.580
ASISTENTE SER. DOMESTICOS	3	\$ 750.000	\$ 2.250.000	\$ 1.177.425	\$ 1.927.425
JARDINERO	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 418.640	\$ 1.218.640
PISCINERO	2	\$ 800.000	\$ 1.600.000	\$ 837.280	\$ 1.637.280
COMERCIAL	1	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 470.970	\$ 1.370.970

<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 15.745.910</b>
------------------	----------------------

Fuente: autores, 2013

A continuación se presenta el detalle de Dotación.

Tabla 33. Elementos de Dotación

ELEMENTOS DE DOTACION	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
JEAN DIELECTRICO	6	\$ 16.000	\$ 96.000
PANTALON DRILL AZUL OSCURO	6	\$ 22.000	\$ 132.000
REATA CON HEBILLA PLASTICA	6	\$ 5.700	\$ 34.200
CAMISA MG LARGA	6	\$ 20.000	\$ 120.000
CAMISETA	6	\$ 5.800	\$ 34.800
CHAQUETA JEAN	6	\$ 28.000	\$ 168.000
CHAQUETA IMPERMEABLE	6	\$ 39.500	\$ 237.000
CHALECO REFLECTIVO	6	\$ 12.000	\$ 72.000
CHALECO MOTO	6	\$ 24.000	\$ 144.000
BLOQUEADOR	6	\$ 1.000	\$ 6.000
BOTA DIELECTRICA	6	\$ 66.000	\$ 396.000
BOTAS MOTO	6	\$ 172.414	\$ 1.034.484
BOTAS CAUCHO	6	\$ 38.220	\$ 229.320
IMPERMEABLE	6	\$ 32.000	\$ 192.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.895.804</b>

Fuente: autores, 2013

A continuación se presenta el detalle de Elementos de protección personal.

Tabla 34. Elementos de Protección Personal

ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CASCO PARA MOTO	2	\$ 60.776	\$ 121.552
GUANTE PROTECTOR MECANICO	4	\$ 11.200	\$ 44.800
GUANTE VAQUETA CORTO	4	\$ 7.850	\$ 31.400
GUANTE VAQUETA LARGO	4	\$ 7.850	\$ 31.400
GUANTECARNAZA	4	\$ 7.850	\$ 31.400
GUANTE DE ALGODÓN	4	\$ 5.493	\$ 21.972
GUANTES PARA MOTO	4	\$ 100.000	\$ 400.000
TAPABOCASIN FILTRO	12	\$ 2.300	\$ 27.600
TAPABOCA CON FILTRO	12	\$ 2.300	\$ 27.600
GAFA LENTE OSCURO	4	\$ 5.826	\$ 23.304
PROTECTOR AUDITIVO	12	\$ 3.400	\$ 40.800
VISOR DE SEGURIDAD TRANSPARENTE	3	\$ 9.780	\$ 29.340
CASCO DELECTRICO	4	\$ 14.170	\$ 56.680
BASCULANTE	4	\$ 13.840	\$ 55.360
BARBUQUEJO	4	\$ 5.690	\$ 22.760
GUANTE DIELECTRICO CLASE 0	6	\$ 75.585	\$ 453.510
GUANTE DIELECTRICO CLASE 0	6	\$ 85.375	\$ 512.250
ARNES DIELECTRICO	2	\$ 286.000	\$ 572.000
ESLINGA	4	\$ 52.000	\$ 208.000
ASCENDEDOR DE ALTURAS	2	\$ 175.000	\$ 350.000
MOSQUETON	2	\$ 28.000	\$ 56.000
CORDINO	2	\$ 57.000	\$ 114.000
CUERDA PARA ESCALERA	2	\$ 111.000	\$ 222.000
PRETALES	2	\$ 138.525	\$ 277.050
TIE-OFF (ANCLAJE PORTATIL)	2	\$ 97.000	\$ 194.000
VISOR ARC FLASH ENSAMBLADO	2	\$ 152.100	\$ 304.200
Kit de rodilleras y coderas marca AXO	2	\$ 128.000	\$ 256.000
Kit de rodilleras y coderas sin Marca	2	\$ 90.000	\$ 180.000
VISOR ARC FLASH ENSAMBLADO	2	\$ 160.000	\$ 320.000
BOTIQUIN MOTO	1	\$ 88.000	\$ 88.000
BOTIQUIN CARRO	1	\$ 234.400	\$ 234.400
ATOMIZADOR DE AGUA	8	\$ 2.800	\$ 22.400
KIT DE INMOVILIZADORES	1	\$ 95.000	\$ 95.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.424.778</b>

Fuente: autores, 2013

### 3.3.2 Insumos

Para la prestación efectiva del servicio se requieren los siguientes insumos:

A continuación se presentan los insumos

Tabla 35. Insumos

INSUMOS			
PISCINAS	JARDINES	DOMESTICOS	ELECTRICOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cloro estabilizado y concentrado para agua de piscinas</li> <li>• Reguladores de PH</li> <li>• Algicidas.</li> <li>• Limpia bordes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abono.</li> <li>• Cemento, arena.</li> <li>• Bloques y ladrillos.</li> <li>Fungicidas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Líquido Limpiador de Vidrios</li> <li>• Desengrasantes</li> <li>• Desinfectante</li> <li>• Limpiador de pisos</li> <li>• Ambientador</li> <li>• Paños limpiadores desechables</li> <li>• Detergente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cables Centelsa o Procables de 12, 10, 8</li> <li>• Cinta Aislante</li> <li>• Toma Corriente</li> <li>• Interruptor termo magnético</li> <li>• Interruptor sencillo</li> <li>• Cable Dúplex N° 10</li> </ul>

Fuente: autores, 2013

### 3.4 Localización

**7 X 24 Servicios** tendrá su sede en el Municipio de la Mesa Cundinamarca, dando cobertura a los municipios; La mesa, Anapoima, Apuro, Tocaya, Mesitas del Colegio y Tena.

La sede principal estará ubicada en el Casco Urbano sobre la Calle 4 avenida Principal, con sus respectivas adecuaciones como son:

1. Local (Internet, teléfono, recepción).
2. Bodega para almacenamiento de Insumos.
3. Bodega para almacenamiento de Herramientas.
4. Adecuaciones para el almacenaje de los Productos Químicos.
5. Área de Oficinas.

1. Área de Vestier por Género.
2. Parqueadero de Visitantes

### 3.5 Plan de producción

#### 3.5.1 Procesamiento de órdenes y control de inventarios

A continuación se presenta el diagrama de flujo del proceso para la prestación de los servicios de la empresa:

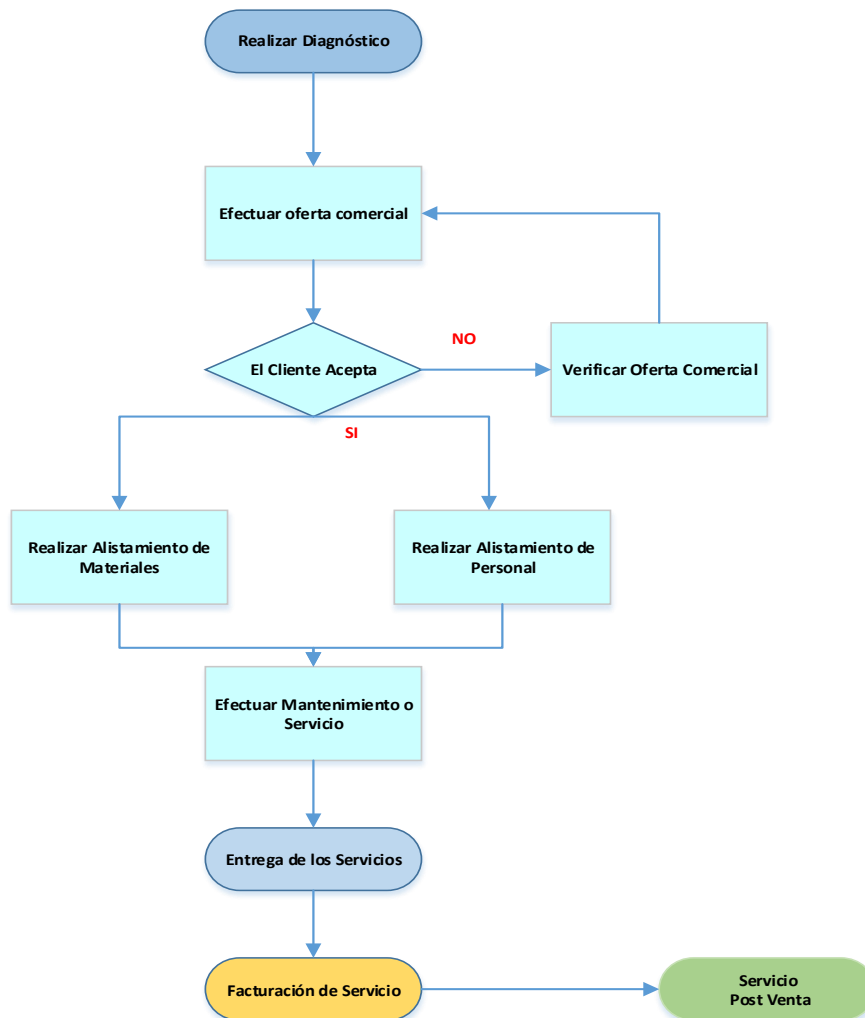


Figura 3. Diagrama de flujo

Fuente: autores, 2013

### 3.5.2 Escalabilidad de producciones.

El servicio que **7x24 Servicios** ofrece a sus clientes tiene un nivel superior a lo ofrecido por el mercado en la actualidad, debido a que contara con el respaldo de una Empresa constituida legalmente, el personal participa en un proceso de inducción y capacitación en temas Técnicos, Corporativos y en Atención al cliente; **7 x 24 Servicios** ofrece a sus clientes servicio post venta y garantía en todos los trabajos realizados, la combinación de todos los factores mencionados anteriormente brindará a los clientes una nueva experiencia en la forma de recibir los servicios contratados.

### 3.5.3 Capacidad de producción.

La capacidad instalada se determina con base en personal contratado y el tiempo destinado para la prestación del servicio, está cálculo se presenta en la tabla 19.

Tabla 36. Capacidad instalada

A continuación se presenta tabla de cálculo de capacidad instalada

CALCULO DE CAPACIDAD INSTALADA EMPRESA 7 X 24 SERVICIOS												
DESCRIPCION	RECURSO HUMANO CONTRATADO	JORNADA LABORAL DIA 8 HORAS	TIEMPO DE DESPLAZAMIENTO HORA	ALISTAMIENTO DIARIO HORA	JORNADA LABORAL REAL	TIEMPO TOTAL LABORABLE DE TODO EL EQUIPO	TIEMPO ESTIMADO POR ACTIVIDAD (Hora)	VENTAS PROYECTADAS Año 1	OPERACIONES A REALIZAR POR MES	OPERACIONES A REALIZAR POR DIA (MES 22 DIAS HABLES)	TIEMPO REQUERIDO PARA LAS ACTIVIDADES	CAPACIDAD INSTALADA CON RESPECTO A LAS PROYECCION DE VENTAS
Servicio (Mtto Piscinas)	2	8	1	0,5	6,5	13	1	3240	270	12	12	<b>106%</b>
# Unidades												
Servicio (Jardinería)	1	8	1	0,5	6,5	6,5	2	756	63	3	6	<b>113%</b>
# Unidades												
Servicio (Domésticos)	3	8	1	0,5	6,5	19,5	3,5	1440	120	5	19	<b>102%</b>
# Unidades												
Servicio (Eléctrico)	2	8	1	0,5	6,5	13	1,5	1932	161	7	11	<b>118%</b>
# Unidades												

Fuente: autores, 2013

De acuerdo con las proyecciones de ventas la empresa está en capacidad de atender la demanda potencial para cada tipo de servicio.

### **3.5.4 Planes de control de calidad.**

Para garantizar la Calidad en los trabajos y la satisfacción del cliente, se realizara el control de calidad a partir de la labor que realizara el coordinador técnico, encargado de dar la directrices en todos los trabajos a realizar de acuerdo con las condiciones del lugar y la normativa vigente, el coordinador realizara visitas para supervisar los trabajos en ejecución antes, durante y después como parte de la supervisión y control en terreno del personal a cargo. Adicionalmente a la labor del Coordinador Técnico se realizaran llamadas Postventa y encuesta se satisfacción del servicio al cliente. **7x24 Servicios** ofrece a los clientes línea de atención para recepción de Peticiones quejas y reclamos o sugerencias para mejorar el servicio.

### **3.5.5 Procesos de investigación y desarrollo.**

La empresa **7x24 Servicios** estará actualizándose periódicamente en seminarios, congresos, Revisando publicaciones, para actualizar en tecnología, productos nuevos que representen al cliente valor agregado en la prestación del servicio. A su vez se destinara horas de capacitación semanal al personal operativo y administrativo como plan de formación y calidad de vida del personal que labora en la empresa.

### **3.5.6 Plan de Compras.**

Como política de la empresa se determina con los proveedores contar con un stock a 10 días, es decisión de **7x24 Servicios** no tener Costos por inventarios. Adicionalmente porque se Requieren condiciones y permisos especiales que en el momento no serán asumidos por la empresa.

**7X24 Servicios** como política se establece tener como mínimo con 3 proveedores para los insumos, el pago a los proveedores es a 30 días a partir de la fecha de radicación de la factura con la entrega de los insumos en la Sede Operativa y administrativa ubicada en la Mesa Cundinamarca.

### **3.5.7 Costos de prestación del servicio**

A continuación se presenta el cálculo de los costos por cada servicio ofrecido con base de asignación de CIF por hora.

### **3.6 Infraestructura**

La sede principal tendrá un área de 182 Metros cuadrados, y será tomada en Alquiler.

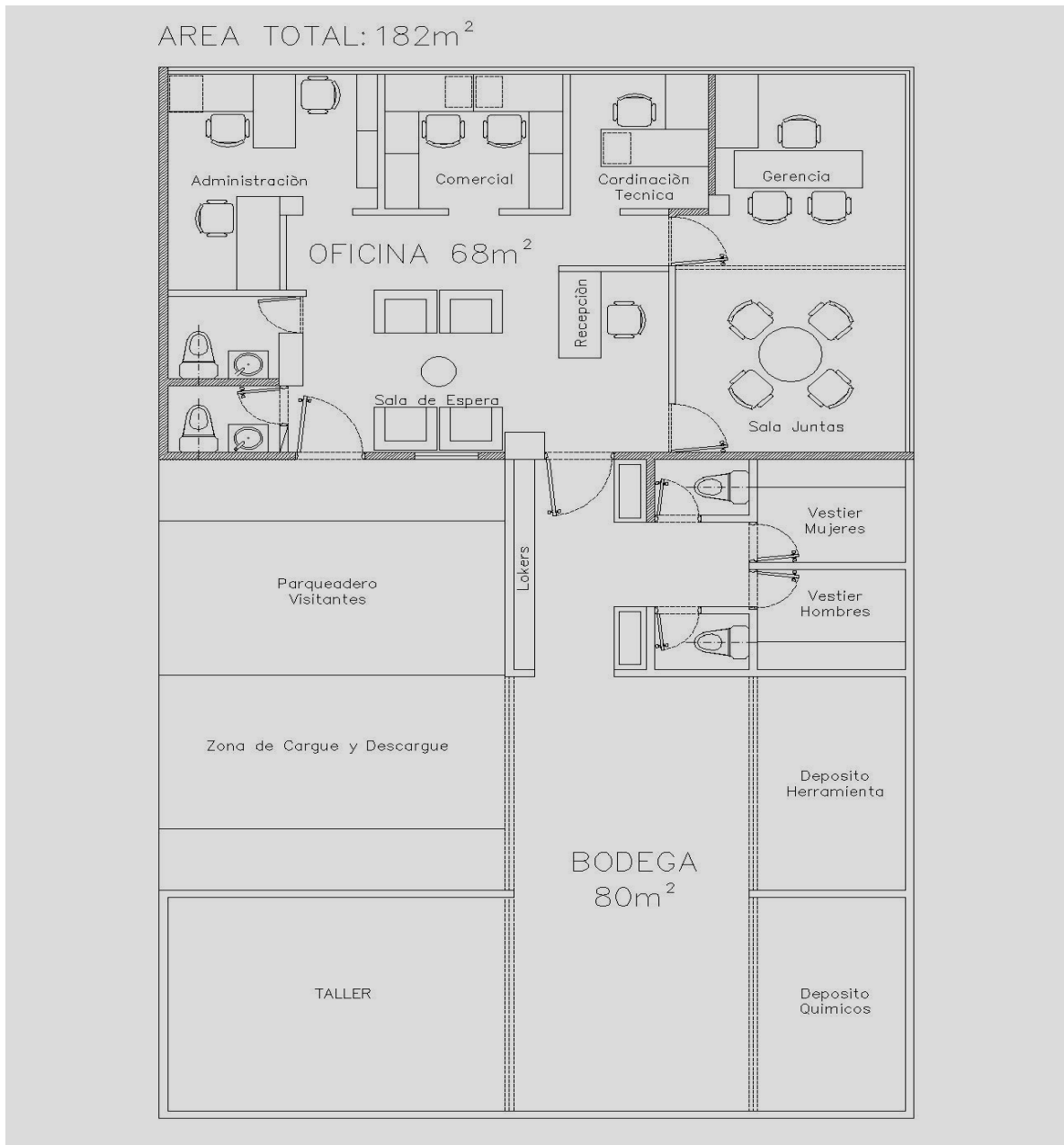


Figura 4. Plano sede 7x24 servicios

Fuente: autores, 2013

### 3.7 Mano de obra requerida

La mano de obra en la empresa 7x24 servicios de acuerdo con las proyecciones de ventas y la capacidad instalada para atender la demanda potencia es:

Tabla 37. Mano de obra requerida

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
GERENTE	1
COORDINADOR TECNICO	1
ADMINISTRATIVA	1
TECNICO SERV GENERALES	2
ASISTENTE SER. DOMESTICOS	3
JARDINERO	1
PISCINERO	2
COMERCIAL	1

Fuente: autores, 2013

## 4. Aspectos Organizacionales y Legales

### 4.1 Análisis Estratégico

#### 4.1.1 Misión-Visión.

Brindar servicios integrales en actividades del Hogar, Jardinería, Electricidad, mantenimiento de piscinas y asesorías personalizadas para hacer la vida más fácil a nuestros clientes en sus instalaciones, garantizando la integridad física y la satisfacción al interactuar en estos espacios, de este modo asegurar la permanencia y crecimiento del mercado buscando el beneficio de los socios y nuestros empleados.

### 4.2 Análisis DOFA

Tabla 38. Análisis DOFA

Factores internos		
	Fortalezas	Debilidades
	Experiencia es fácilmente adquirible	No es mercado muy amplio.
	Los servicios prestados son indispensables para el mercado objetivo.	Poca experiencia.
	Mano de obra es fácil de encontrar.	No es fácil encontrar contratos de grandes ingresos.
Factores externos	Estrategias de Reorientación (Debilidades / Oportunidades)	
Oportunidades	Estrategias Ofensiva (Fortalezas / Oportunidades)	
Baja competencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar el buen desempeño de la empresa para aumentar su demanda.</li> <li>• Aprovechar la competitividad del personal para adquirir mayor prestigio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar investigaciones de mercado para saber a qué condominios se les puede brindar un servicio.</li> <li>• Aprovechar los medios publicitarios para atraer nuevos clientes con el fin de incrementar las ventas.</li> </ul>
La inversión de entrada no es muy alta		
Sector objetivo se ve favorable a nuestra entrada.		
Amenazas	Estrategias Defensivas (fortalezas / amenazas)	Estrategias de Supervivencia (debilidades / amenazas)
Fácil llegada de competencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar la calidad de los servicios desarrollando un programa de capacitación.</li> <li>• Mantener actividades de mejoramiento y de nuevos descuentos o ventas de paquetes de servicios que mantengan a la empresa con alta competitividad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar visitas a diferentes condominios y posibles nuevos clientes para informar acerca de nuestros servicios.</li> <li>• Realizar con los directivos juntas continuas para elaborar planes para el crecimiento de la empresa.</li> </ul>
Gastos en los que se incurre por cambiar de empresa son nulos.		

Fuente: autores, 2013

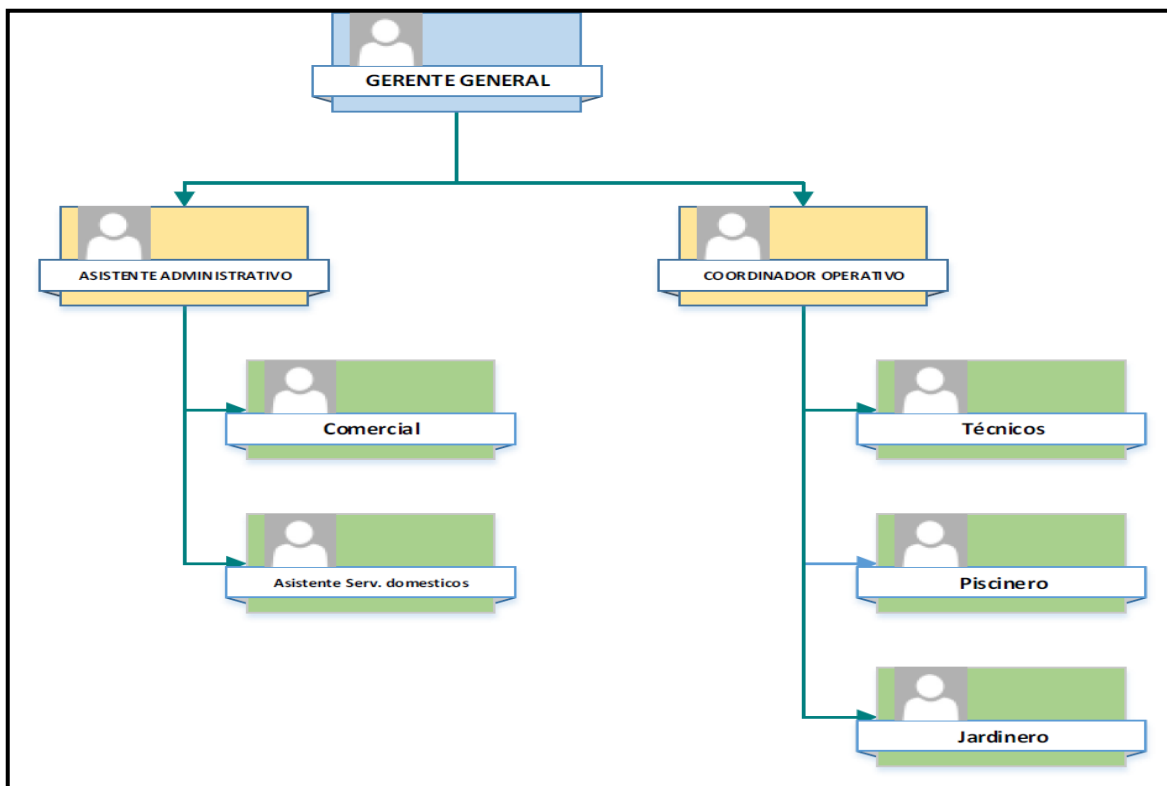
De acuerdo a la investigación de mercados y análisis de matrices de Porter y condiciones políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales, se realizó el análisis planteado anteriormente.

En este análisis se puede concluir entre otras cosas que conforme **7X24 SERVICIOS**, se establezca en el mercado y a través del tiempo, serán superadas las presentes amenazas y debilidades

### 4.3 Estructura Organizacional

#### 4.3.1 Organigrama

**7X24 SERVICIOS** posee la siguiente estructura organizacional



**Figura 5. Organigrama**

Fuente: autores, 2013

### **4.3.2 Perfiles y funciones.**

#### **4.3.2.1 Gerente general**

##### Perfil

Profesional en carreras administrativas o ingeniería industrial, con especialización en alta gerencia y estudios financieros. Experiencia profesional de 10 años y experiencia en cargos similares de 3 años. Ingles nivel medio alto.

##### Funciones:

Actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la casa matriz.

Es responsable ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional, planea, dirige y controla las actividades de la empresa. Ejerce autoridad funcional sobre el resto de cargos ejecutivos, administrativos y operacionales de la organización. Actúa como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional, así como con conocimientos del área técnica y de aplicación de nuestros productos y servicios.

#### **4.3.2.2 Asistente administrativo**

##### Perfil:

Profesional en administración de empresas, con experiencia profesional de 3 años y experiencia específica como analista financiero y/o asistente administrativo.

##### Funciones:

Controlar los procesos administrativos, a fin de lograr la efectiva distribución y utilización de los recursos materiales, humanos y financieros disponibles, asignándolos

equitativamente y administrándolos para el eficiente funcionamiento de los servicios y la satisfacción de las necesidades.

También se encargará de realizar los informes financieros para la gerencia.

#### **4.3.2.3 Coordinador técnico**

Perfil:

Profesional en el área de la construcción (arquitecto, ingeniero civil) con especialización en patología de la construcción. Experiencia profesional de 5 años y experiencia específica en mantenimientos y adecuaciones locativas, manejo de cuadrillas y coordinación de trabajos.

Funciones:

1. Coordinar y supervisar las actividades.
2. Coordinar y supervisar la administración de los recursos.
3. Ejecutar las acciones necesarias para la implementación de las actividades.
4. Someter a consideración del Gerente General acciones conducentes a mejorarlos aspectos técnicos.

#### **4.3.2.4 Piscinero:**

Perfil:

Técnico, con experiencia en mantenimiento de piscinas y conocimientos de electricidad. Buena disposición al servicio y atención al cliente.

Funciones:

Es la persona capacitada para solucionar cualquier tipo de avería que pudiera alterar el correcto funcionamiento de la instalación, sea este a nivel de equipamiento, como de tratamiento y desequilibrio del agua. Además conoce y dispone de las medidas de seguridad

que se necesitan para realizar el mantenimiento de una piscina, sea esta de cualquier característica.

#### **4.3.2.5 Jardinero**

Perfil:

Técnico, con experiencia en jardinería, conocimientos en plantas ornamentales. Buena disposición al servicio y atención al cliente.

Funciones:

Es la persona que dará solución a cualquier requerimiento de jardinería. Maneja las mejores técnicas del cuidado de plantas y flores, decoración de jardines y manejo de herramientas de esta actividad.

#### **4.3.2.6 Técnicos**

Perfil:

Técnico, con experiencia en mantenimiento y adecuaciones locativas. Experiencia específica según especialidad requerida: electricidad, plomería, pintura y/o albañilería en general. Buena disposición al servicio y atención al cliente.

Funciones:

Estará capacitado para desarrollar las competencias generales y específicas, tales como: montar e instalar, operar y mantener, componentes, productos, equipos e instalaciones, que requieran de la energía eléctrica, plomería, hidráulica y demás servicios locativos. Será la persona encargada de dar solución a los requerimientos de los clientes sobre mantenimiento correctivo y preventivo.

**4.3.2.7 Auxiliar de servicios generales:**

## Perfil:

Bachiller, con experiencia en actividades de aseo y servicio domésticos. Buena disposición al servicio y atención al cliente.

## Funciones:

Será la persona encargada de las actividades de aseo y servicios domésticos para las que sea contratada la empresa. También realizará el aseo de las oficinas administrativas.

**4.3.2.8 Comercial**

## Perfil

Profesional, con experiencia en venta de servicios, buenas relaciones interpersonales con el sector hotelero y turístico del área de operación.

## Funciones:

Realizar las operaciones de la gestión administrativa de compraventa de productos y servicios, tesorería y personal, así como la introducción de registros contables predefinidos, previa obtención y procesamiento y archivo de la información necesaria mediante los soportes convencionales o informáticos adecuados, siguiendo instrucciones definidas, en condiciones de seguridad, respeto a la normativa vigente y atendiendo a criterios de calidad definidos por la organización.

#### 4.4 Gastos de Personal

Tabla 39. Gastos de nómina

CARGO	CANTIDAD	SALARIO BASICO	SALARIO BASICO SUBTOTAL	CARGA PRESTACIONAL	TOTAL
GERENTE	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.046.600	\$ 3.046.600
COORDINADOR TECNICO	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000	\$ 889.610	\$ 2.589.610
ADMINISTRATIVA	1	\$ 850.000	\$ 850.000	\$ 444.805	\$ 1.294.805
TECNICOS SERV GENERALES	2	\$ 1.300.000	\$ 2.600.000	\$ 1.360.580	\$ 2.660.580
ASISTENTE SER. DOMESTICOS	3	\$ 750.000	\$ 2.250.000	\$ 1.177.425	\$ 1.927.425
JARDINERO	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 418.640	\$ 1.218.640
PISCINERO	2	\$ 800.000	\$ 1.600.000	\$ 837.280	\$ 1.637.280
COMERCIAL	1	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 470.970	\$ 1.370.970

<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 15.745.910</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$ 188.950.920</b>

Fuente: autores, 2013

Se relacionan los gastos de personal (Nómina), establecidos para cumplir con la capacidad instalada mencionada en el estudio técnico

#### 4.5 Gastos de Puesta en Marcha

Tabla 40. – Gastos Pre-operativos e inversiones para la puesta en marcha

<b><u>INVERSION INICIAL</u></b>	
Activos Fijos	<b>\$ 17.353.000,00</b>
Inversiones Pero-Operativas	<b>\$ 25.420.000,00</b>
Dotación	\$ 2.895.000,00
Elementos de Protección Personal	\$ 5.425.000,00
Constitución empresa	\$ 1.200.000,00
Adecuaciones locativas	\$ 6.000.000,00
Arriendo primer mes	\$ 1.500.000,00
Pago Alquiler Vehículos primer mes	\$ 8.400.000,00

Fuente: autores, 2013

Para la puesta en marcha de la empresa **7X24 Servicios**, se deben realizar las anteriores inversiones y gastos con un total de \$ **42.773.000**.

#### 4.6 Gastos Anuales de Administración

Tabla 41. Proyección Costos indirectos de Operación

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arrendamiento Bodega	16.500.000,00	18.720.000,00	19.468.800,00	20.247.552,00	21.057.454,08
Alquiler de Vehículos	92.400.000,00	104.832.000,00	109.025.280,00	113.386.291,20	117.921.742,85
Aseo	2.400.000,00	2.496.000,00	2.595.840,00	2.699.673,60	2.807.660,54
Servicios (Agua, Telefono, Luz)	2.400.000,00	2.496.000,00	2.595.840,00	2.699.673,60	2.807.660,54
Seguros	1.000.000,00	1.040.000,00	1.081.600,00	1.124.864,00	1.169.858,56
Mano de Obra Indirecta_Coordinador	31.075.320,00	32.318.332,80	33.611.066,11	34.955.508,76	36.353.729,11
<b>Total CIO Fijos</b>	<b>145.775.320,00</b>	<b>161.902.332,80</b>	<b>168.378.426,11</b>	<b>175.113.563,16</b>	<b>182.118.105,68</b>

Fuente: autores, 2013

Se plasman los Costos Indirectos de la operación de **7X24 Servicios**, definidos para una proyección de 5 años. Se incluye la Mano de obra del Coordinador ya que es un costo Indirecto de la operación

Tabla 42. Gastos Administrativos y de Ventas

Concepto	Salario base	Carga prestacional	Nomina Mensual	Nomina Anual
Gerente	2.000.000,00	1.046.600,00	3.046.600,00	36.559.200,00
Comercial	900.000,00	470.970,00	1.370.970,00	16.451.640,00
Asistente Administrativo	850.000,00	444.805,00	1.294.805,00	15.537.660,00
	<b>\$ 3.750.000,00</b>	<b>\$ 1.962.375,00</b>	<b>\$ 5.712.375,00</b>	<b>\$ 68.548.500,00</b>

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GAV Fijo (Nomina)	68.548.500,00	71.290.440,00	74.142.057,60	77.107.739,90	80.192.049,50
GAV Fijo (Gastos Generales)	13.200.000,00	13.728.000,00	14.277.120,00	14.848.204,80	15.442.132,99
GAV Fijo (Celulares)	6.000.000,00	6.240.000,00	6.489.600,00	6.749.184,00	7.019.151,36
GAV Fijo (Peajes)	6.000.000,00	6.240.000,00	6.489.600,00	6.749.184,00	7.019.151,36

<b>TOTAL GASTOS ADMIN</b>	<b>93.748.500,00</b>	<b>97.498.440,00</b>	<b>101.398.377,60</b>	<b>105.454.312,70</b>	<b>109.672.485,21</b>
---------------------------	----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Fuente: autores, 2013

Para los gastos administrativos y de ventas se tiene los anteriores valores también con una proyección de 5 años. Se incluyen Nómina y Gastos Fijos para el sostenimiento de la empresa.

#### **4.7 Esquema de contratación y remuneración**

**7x24 SERVICIOS**; se rige por la legislación laboral Colombiana:

1. Contratación de personal administrativo a término indefinido, vinculado directamente con la empresa.
2. Contratación de personal técnico de servicio. Se establece un equipo de planta cuya contratación es a término indefinido y se realizarán contratos por obra labor determinada para trabajos ocasionales o cuando se requiera reforzar al equipo de planta por un periodo y labor determinada.
3. Todo el personal a vincularse directamente con la compañía deberá pasar por un periodo de prueba de 3 meses, finalizado este periodo se hará una evaluación de desempeño.
4. La remuneración salarial de los empleados de **7X24 SERVICIOS**, será mayor o igual al salario mínimo legal vigente. Iniciando cada año se realizará una evaluación de desempeño a cada empleado y conforme al resultado de la misma será su incremento salarial.
5. La jornada laboral ordinaria será de máximo 8 horas al día y hasta 48 horas semanales que pueden distribuirse de lunes a sábado para el personal administrativo y de lunes a domingo para el personal técnico de servicio.

#### **4.8 Esquema de Gobierno corporativo**

El personal de 7x24 SERVICIOS se caracterizará por siguientes principios:

La buena disposición al servicio y atención al cliente.

Respeto al cliente y a sus compañeros de trabajo.

Responsabilidad y compromiso con la empresa.

Mantener el buen nombre de la empresa, siendo embajadores en las casas donde se realizan los servicios.

#### **4.9 Organismos de Apoyo**

7x24 SERVICOS buscara asesoría en Bancoldex dentro del programa, promoción para la creación de Pymes.

7x24 SERVICOS, está comprometida con el continuo crecimiento personal y profesional de sus empleados; es por esto que se fomentara y buscara la capacitación continua de su personal en entidades como el SENA. De igual manera se dará prelación a contratar personal técnico de esta institución.

#### **4.10 Aspectos Legales**

##### **4.10.1 Estructura Jurídica y tipo de sociedad.**

Para la constitución legal de 7X24 SERVICIOS, se ha optado por crear una Sociedad por Acciones Simplificadas, por ser un tipo societario más laxo jurídicamente que los demás tipos societarios, ya que permite una gran autonomía contractual, con mayor practicidad al momento de su creación y desarrollo en la ejecución en las actividades propias de la empresa.

Es así como 7X24 SERVICIOS S.A.S se constituye legalmente como una sociedad con objeto indeterminado, debido a que la ley permite que se cree estableciendo como objeto social “Cualquier actividad civil o comercial lícita” (Andi, 2009), lo que quiere decir que la empresa no estaría limitada al desarrollo de ciertas actividades, sino que puede ir paulatinamente ampliando su portafolio de servicios o inclusive ejecutar actividades empresariales diferentes a las planeadas al momento de su creación.

Como Sociedad por Acciones Simplificadas 7X24 SERVICIOS tiene gran flexibilidad en su organización y en su funcionamiento, porque no tiene ni un número mínimo, ni un máximo de socios, lo que quiere decir que la desvinculación de alguno de los socios o vinculación de nuevos socios no dará lugar a una causal de disolución de la sociedad, como si pasaría con los otros tipos societarios que tienen límites máximos y mínimos de socios, so pena de encontrarse en causal de disolución. Así mismo, 7X24 SERVICIOS S.A.S no requiere tener revisor fiscal, pues no supera los 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Vigentes de ingresos, para que sea obligatorio tenerlo<sup>1</sup>.

Además de las anteriores, otras ventajas jurídicas de constituir 7X24 SERVICIOS como Sociedad por Acciones Simplificada, son las siguientes:

1. La posibilidad que tienen los accionistas de renunciar a ser convocados en la asamblea general de accionistas.
2. La supresión de los límites establecidos por la ley para la distribución de utilidades.
3. Libertad para constituir el capital social, con un plazo máximo de 2 años para pagar las acciones.
4. La posibilidad de constituir diversas clases de acciones.
5. Posibilidad de ejercer voto múltiple.
6. Posibilidad de limitar la negociación de las acciones por un plazo improrrogable de 10 años.
7. Los accionistas tendrán la libertad de estipular en los estatutos restricciones a la transmisión de acciones, para evitar el ingreso de nuevas personas.

---

<sup>1</sup> La sociedad por acciones simplificada solo está obligada a tener revisor fiscal, cuando supere los montos de activos o ingresos consagrados en el parágrafo 2º del artículo 13 de la Ley 43 de 1990.

8. Los accionistas no son responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza, salvo que se cometa fraude a la ley o se cometan actos ilícitos.

Los pasos para proceder con la materialización de la creación de la Sociedad, son los siguientes, de acuerdo a lo establecido por la Cámara de Comercio de Bogotá, ente ante el cual se formalizara dicha creación:

1. Adquisición del Registro Único Tributarios –RUT–
2. Elaboración de documento privado por parte de los socios, mediante el cual se constituye la sociedad.
3. Diligenciamiento de Formularios ante la Cámara de Comercio.
4. Registro de Matricula mercantil ante la Cámara de Comercio.

#### **4.10.2 Regímenes Especiales.**

Con el objetivo de incentivar la creación de empresas se expidió la ley 1429 de 2010, la cual otorga beneficios tributarios a nuevas y pequeñas empresas, beneficios de los cuales 7X24 SERVICIOS S.A.S se vería beneficiada.

7X24 SERVICIOS S.A.S no estaría sujeta a retención al pago del 100% de la retención en la fuente durante los 5 años siguientes a su creación. Durante esos cinco años el pago del mencionado tributo sería progresivo, de la siguiente manera:

1. Los dos primeros años estaría exonerada del 100% del pago de la retención.
2. El tercer año estaría exonerada del 75% del pago de la retención.
3. El cuarto año estaría exonerada del 50% del pago de la retención.

4. El quinto año estaría exonerada del 25% del pago de la retención.

Adicionalmente, por tratarse de una pequeña empresa que va a tener en un principio menos de 50 trabajadores y menos de 5.000 Salarios Mínimos Mensuales Vigentes de activos totales, al amparo de la ley 1429 de 2010 y del decreto 545 de 2011, el pago de parafiscales (aportes al SENA, ICBF y cajas de compensación), de la matrícula mercantil y su renovación, será progresivo los 5 primeros años posteriores a la creación de la empresa, de la misma forma que el pago de retención en la fuente.

## **5. Aspectos financieros**

### **5.1 Proyecciones Financieras**

En **7X24 Servicios** según lo definido en la estructura organizacional se contará con una asistente administrativa quien será la persona encargada de manejar la contabilidad de la empresa con supervisión de Gerente General. Además para el control anual de los balances y estados financiero se contará con los servicios de un contador para tener el aval de los estados contables de la empresa.

Las proyecciones financieras para el objeto de este estudio de factibilidad se basaron en:

1. Proyecciones de Ventas por Servicios
2. Proyecciones de Costos Materias Primas - Insumos por Servicio.
3. Proyecciones de la Mano de Obra Directa.
4. Proyecciones de los Costos Indirectos de Operación.
5. Proyecciones de los Gastos Administrativos.

Cada una de las proyecciones de muestra a continuación:

Tabla 43. Proyecciones de Ventas por Servicios.

PROYECCION VENTAS POR SERVICIOS					
<b>Servicio (Mtto Piscinas)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	130.000,00	135.200,00	140.608,00	146.232,32	152.081,61
# Unidades	3.240	3.506	3.793	4.104	4.441
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>421.200.000,00</b>	<b>473.967.936,00</b>	<b>533.346.639,02</b>	<b>600.164.305,96</b>	<b>675.352.890,21</b>
<b>Servicio (Jardinería)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	60.000,00	62.400,00	64.896,00	67.491,84	70.191,51
# Unidades	756	818	885	958	1.036
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>45.360.000,00</b>	<b>51.042.700,80</b>	<b>57.437.330,36</b>	<b>64.633.079,10</b>	<b>72.730.311,25</b>
<b>Servicio (Domésticos)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	55.000,00	57.200,00	59.488,00	61.867,52	64.342,22
# Unidades	1.440	1.558	1.686	1.824	1.974
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>79.200.000,00</b>	<b>89.122.176,00</b>	<b>100.287.402,21</b>	<b>112.851.407,96</b>	<b>126.989.432,35</b>
<b>Servicio (Eléctrico)</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio Unitario	75.000,00	78.000,00	81.120,00	84.364,80	87.739,39
# Unidades	1.932	2.090	2.262	2.447	2.648
<b>Ventas Años Totales</b>	<b>144.900.000,00</b>	<b>163.053.072,00</b>	<b>183.480.360,86</b>	<b>206.466.780,47</b>	<b>232.332.938,73</b>
<b>SUBTOTAL VENTAS</b>	<b>690.660.000,00</b>	<b>777.185.884,80</b>	<b>874.551.732,45</b>	<b>984.115.573,49</b>	<b>1.107.405.572,54</b>

Fuente: autores, 2013

Se realiza la proyección de ventas a 5 años de cada uno de los servicios, apreciando que la mayor cantidad de servicios se encuentran en la línea de Mantenimiento de piscinas con un porcentaje de participación del 44%, seguido por Servicios eléctricos con el 26%, Servicios domésticos con 20% y Jardinería con el 10%.

7X24 SERVICIOS cuenta con el mayor enfoque de las Ventas proyectadas en el Servicio de mantenimiento de piscinas con un total de servicios al año de 3.240

Tabla 44. Proyecciones de Costos Materias Primas - Insumos por Servicio.

<b>INSUMOS PISCINAS</b>
-------------------------

<b>Insumos Químicos CLORO 70%</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unidad de Medida (KILOS)					
Cantidad unidad mes	517,44	559,87	605,78	655,45	709,20
Costo por unidad	\$ 6.500,00	\$ 6.760,00	\$ 7.030,40	\$ 7.311,62	\$ 7.604,08
<b>Costo Insumo CLORO 70%</b>	<b>\$ 40.360.320</b>	<b>\$ 45.416.661</b>	<b>\$ 51.106.460</b>	<b>\$ 57.509.077</b>	<b>\$ 64.713.815</b>

<b>Insumos Químicos CLORO 91%</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unidad de Medida (KILOS)					
Cantidad unidad mes	517,44	559,87	605,78	655,45	709,20
Costo por unidad	\$ 8.000,00	\$ 8.320,00	\$ 8.652,80	\$ 8.998,91	\$ 9.358,87
<b>Costo Insumo CLORO 91%</b>	<b>\$ 49.674.240</b>	<b>\$ 55.897.429</b>	<b>\$ 62.900.259</b>	<b>\$ 70.780.403</b>	<b>\$ 79.647.772</b>

<b>Insumos Químicos SODA CAUSTICA</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unidad de Medida (LITROS)					
Cantidad unidad mes	51,74	55,98	60,57	65,54	70,91
Costo por unidad	\$ 3.500,00	\$ 3.640,00	\$ 3.785,60	\$ 3.937,02	\$ 4.094,50
<b>Costo Insumo SODA CAÚSTICA</b>	<b>\$ 2.173.080</b>	<b>\$ 2.445.323</b>	<b>\$ 2.751.674</b>	<b>\$ 3.096.403</b>	<b>\$ 3.484.321</b>

<b>Insumos Químicos ACIDO MURIATICO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unidad de Medida (LITROS)					
Cantidad unidad mes	51,74	55,98	60,57	65,54	70,91
Costo por unidad	\$ 12.000,00	\$ 12.480,00	\$ 12.979,20	\$ 13.498,37	\$ 14.038,30
<b>Costo Insumo ACIDO MURIATICO</b>	<b>\$ 7.450.560,00</b>	<b>\$ 8.383.966,16</b>	<b>\$ 9.434.309,44</b>	<b>\$ 10.616.239,72</b>	<b>\$ 11.946.242,24</b>

<b>Insumos Químicos SULFATO DE COBRE</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Unidad de Medida (GRAMOS)					
Cantidad unidad mes	103,48	111,97	121,15	131,08	141,83
Costo por unidad	\$ 10.000,00	\$ 10.400,00	\$ 10.816,00	\$ 11.248,64	\$ 11.698,59
<b>Costo Insumo SULFATO DE COBRE</b>	<b>\$ 12.417.600,00</b>	<b>\$ 13.973.276,93</b>	<b>\$ 15.723.849,06</b>	<b>\$ 17.693.732,87</b>	<b>\$ 19.910.403,73</b>

Insumos Químicos ALUMINA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad de Medida (GRAMOS)					
Cantidad unidad mes	103,48	111,97	121,15	131,08	141,83
Costo por unidad	\$ 2.500,00	\$ 2.600,00	\$ 2.704,00	\$ 2.812,16	\$ 2.924,65
Costo Insumo ALUMINA	\$ 3.104.400,00	\$ 3.493.319,23	\$ 3.930.962,27	\$ 4.423.433,22	\$ 4.977.600,93

Insumos Químicos ALUMBRE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad de Medida (LITROS)					
Cantidad unidad mes	103,48	111,97	121,15	131,08	141,83
Costo por unidad	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59	\$ 3.509,58
Costo Insumo ALUMBRE	\$ 3.725.280,00	\$ 4.191.983,08	\$ 4.717.154,72	\$ 5.308.119,86	\$ 5.973.121,12

Insumos Químicos CRISTALIN PLUS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidad de Medida (LITROS)					
Cantidad unidad mes	51,744	55,99	60,58	65,55	70,92
Costo por unidad	\$ 35.000,00	\$ 36.400,00	\$ 37.856,00	\$ 39.370,24	\$ 40.945,05
Costo Insumo CRISTALIN PLUS	\$ 21.732.480,00	\$ 24.455.125,09	\$ 27.518.863,17	\$ 30.966.426,34	\$ 34.845.900,24

<b>TOTAL INSUMOS PISCINAS</b>	<b>\$ 140.637.960,00</b>	<b>\$ 158.257.083,63</b>	<b>\$ 178.083.531,07</b>	<b>\$ 200.393.835,84</b>	<b>\$ 225.499.175,59</b>
-------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Fuente: autores, 2013

En la tabla anterior se muestran las proyecciones para cada uno de los insumos necesarios para el Servicio de mantenimientos de piscinas siendo el más representativo la adquisición del cloro.

Cabe destacar que el total de los insumos de las piscinas se acrecienta a un valor de **\$ 140.637.960** en el primer año, valor muy representativo y el más alto de los Insumos necesarios para la operación de la empresa con un porcentaje sobre el valor total de los insumos del 74%

Tabla 45. Insumos necesarios para la operación de la empresa

<b>INSUMOS JARDINERIA</b>					
<b>ABONO UREA</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Unidad de Medida (BULTO)</b>					
<b>Cantidad unidad mes</b>	17,24	18,65	20,18	21,84	23,63
<b>Costo por unidad</b>	\$ 67.000,00	\$ 69.680,00	\$ 72.467,20	\$ 75.365,89	\$ 78.380,52
<b>Costo Insumo ABONO UREA</b>	\$ 13.860.960,00	\$ 15.597.461,07	\$ 17.551.510,99	\$ 19.750.364,29	\$ 22.224.689,93
<b>ABONO 25-4-25</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Unidad de Medida (BULTO)</b>					
<b>Cantidad unidad mes</b>	17,24	18,65	20,18	21,84	23,63
<b>Costo por unidad</b>	\$ 79.000,00	\$ 82.160,00	\$ 85.446,40	\$ 88.864,26	\$ 92.418,83
<b>Costo Insumo ABONO 15-15</b>	\$ 16.343.520,00	\$ 18.391.036,19	\$ 20.695.065,20	\$ 23.287.742,97	\$ 26.205.231,41
<b>TOTAL INSUMOS JARDINERÍA</b>	\$ 30.204.480,00	\$ 33.988.497,25	\$ 38.246.576,19	\$ 43.038.107,26	\$ 48.429.921,33

Los insumos de jardinería representan el 16% del total, lo que los ubica en el segundo lugar después de los insumos de piscinas siendo un gasto representativo para la prestación de este servicio.

Continuación tabla 45

**INSUMOS MANTENIMIENTO ELECTRICO**

<b>Mtto Eléctrico</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Unidad de Medida</b>					
<b>Cantidad unidad mes</b>	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
<b>Costo por unidad</b>	\$ 1.000.000,00	\$ 1.040.000,00	\$ 1.081.600,00	\$ 1.124.864,00	\$ 1.169.858,56
<b>Costo Insumo Mtto Eléctrico</b>	<b>\$ 3.000.000,00</b>	<b>\$ 3.120.000,00</b>	<b>\$ 3.244.800,00</b>	<b>\$ 3.374.592,00</b>	<b>\$ 3.509.575,68</b>
<b>TOTAL INSUMOS MTTO ELECTRICO</b>	<b>\$ 3.000.000,00</b>	<b>\$ 3.120.000,00</b>	<b>\$ 3.244.800,00</b>	<b>\$ 3.374.592,00</b>	<b>\$ 3.509.575,68</b>

Fuente: autores, 2013

El porcentaje para los insumos de mantenimiento eléctrico son del 2% sobre el total de los insumos, lo que es muy atractivo ya que este es el servicio en segundo lugar frente a la demanda, lo que implica realizar un gasto mínimo para la realización de los trabajos generando una gran utilidad.

**INSUMOS MANTENIMIENTO DOMÉSTICO**

<b>Servicio Doméstico</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Unidad de Medida</b>					
<b>Cantidad unidad mes</b>	215,00	232,63	251,71	272,35	294,68
<b>Costo por unidad</b>	\$ 25.000,00	\$ 26.000,00	\$ 27.040,00	\$ 28.121,60	\$ 29.246,46
<b>Costo Insumo Mtto Eléctrico</b>	<b>\$ 16.125.000,00</b>	<b>\$ 18.145.140,00</b>	<b>\$ 20.418.363,14</b>	<b>\$ 22.976.375,67</b>	<b>\$ 25.854.856,02</b>
<b>TOTAL INSUMOS MTTO DOMÉSTICO</b>	<b>\$ 16.125.000,00</b>	<b>\$ 18.145.140,00</b>	<b>\$ 20.418.363,14</b>	<b>\$ 22.976.375,67</b>	<b>\$ 25.854.856,02</b>

<b>Costo totales de Materias primas</b>	<b>189.967.440,00</b>	<b>213.510.720,88</b>	<b>239.993.270,40</b>	<b>269.782.910,77</b>	<b>303.293.528,62</b>
---	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Para los servicios domésticos se obtiene un porcentaje del 8% de gasto en insumos, siendo este el tercer servicio demandado es bajo el gasto en insumos para el porcentaje de ventas proyectado.

Se obtiene los Costos totales de los insumos para la operación de los servicios establecidos en la proyección de ventas, los cuales se tendrán en cuenta para la realización de los estados financieros de la empresa con un estimado de **\$ 189.967.440.**

Dentro de los insumos se observa que el de mayor impacto se encuentra para los servicios de mantenimiento de piscinas con un 74% sobre el total, seguido del servicio de jardinería con el 16%, servicio de domésticos 8% y servicio de eléctricos con el 2%.

Es de notar que la mayor proyección de ventas se encuentra en el servicio de mantenimiento de piscinas enlazado con el mayor gasto de insumos, lo que plasma que es el servicio más representativo de **7X24 Servicios.**

Por otro lado el servicio de eléctricos es el segundo en proyección de ventas para el menos representativo en gastos de insumos, es decir que esta línea de servicio generará una gran utilidad.

Tabla 46. Proyecciones de la Mano de Obra Directa.

<b>Técnico Oficial</b>	1.300.000,00	1.352.000,00	1.406.080,00	1.462.323,20	1.520.816,13
Numero de Operarios	2	2	2	2	2
Auxilio de transporte	70.800,00	73.632,00	76.577,28	79.640,37	82.825,99
Carga Prestacional (Mensual)	717.339,64	746.033,23	775.874,55	806.909,54	839.185,92
Por Empleado	2.088.139,64	2.171.665,23	2.258.531,83	2.348.873,11	2.442.828,03
<b>Total Técnicos Oficiales</b>	<b>4.176.279,28</b>	<b>4.343.330,45</b>	<b>4.517.063,67</b>	<b>4.697.746,22</b>	<b>4.885.656,06</b>
<b>Asistente Servicios Domésticos</b>	750.000,00	780.000,00	811.200,00	843.648,00	877.393,92
Numero de Operarios	3	3	3	3	3
Auxilio de transporte	70.800,00	73.632,00	76.577,28	79.640,37	82.825,99
Carga Prestacional (Mensual)	429.524,64	446.705,63	464.573,85	483.156,80	502.483,08
Por Empleado	1.250.324,64	1.300.337,63	1.352.351,13	1.406.445,18	1.462.702,98
<b>Total Técnicos Oficiales</b>	<b>3.750.973,92</b>	<b>3.901.012,88</b>	<b>4.057.053,39</b>	<b>4.219.335,53</b>	<b>4.388.108,95</b>
<b>Jardinero</b>	800.000,00	832.000,00	865.280,00	899.891,20	935.886,85
Numero de Operarios	1	1	1	1	1
Auxilio de transporte	70.800,00	73.632,00	76.577,28	79.640,37	82.825,99
Carga Prestacional (Mensual)	455.689,64	473.917,23	492.873,91	512.588,87	533.092,43
Por Empleado	1.326.489,64	1.379.549,23	1.434.731,19	1.492.120,44	1.551.805,26
<b>Total Técnicos Oficiales</b>	<b>1.326.489,64</b>	<b>1.379.549,23</b>	<b>1.434.731,19</b>	<b>1.492.120,44</b>	<b>1.551.805,26</b>
<b>Piscinero</b>	800.000,00	832.000,00	865.280,00	899.891,20	935.886,85
Numero de Operarios	2	2	2	2	2
Auxilio de transporte	70.800,00	73.632,00	76.577,28	79.640,37	82.825,99
Carga Prestacional (Mensual)	455.689,64	473.917,23	492.873,91	512.588,87	533.092,43
Por Empleado	1.326.489,64	1.379.549,23	1.434.731,19	1.492.120,44	1.551.805,26
<b>Total Técnicos Oficiales</b>	<b>2.652.979,28</b>	<b>2.759.098,45</b>	<b>2.869.462,39</b>	<b>2.984.240,88</b>	<b>3.103.610,52</b>
Valor Nómina Mensual	11.906.722,12	12.382.991,00	12.878.310,64	13.393.443,07	13.929.180,79
Valor Nómina Anual	142.880.665,44	148.595.892,06	154.539.727,74	160.721.316,85	167.150.169,52

Para la operación directa de 7X24 Servicios los costos de mano de obra directa asciende a \$ **142.880.665** en el primer año.

Dentro de la estimación de los Costos de Mano de Obra directa los más altos están enmarcados en los técnicos oficiales, los cuales según la estructura organizacional definida deben cumplir con el mayor perfil de certificaciones y requerimientos de experiencia.

Tabla 47. Proyecciones de los Costos Indirectos de Operación.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arrendamiento Bodega	16.500.000,00	18.720.000,00	19.468.800,00	20.247.552,00	21.057.454,08
Alquiler de Vehículos	92.400.000,00	104.832.000,00	109.025.280,00	113.386.291,20	117.921.742,85
Aseo	2.400.000,00	2.496.000,00	2.595.840,00	2.699.673,60	2.807.660,54
Servicios (Agua, Telefono, Luz)	2.400.000,00	2.496.000,00	2.595.840,00	2.699.673,60	2.807.660,54
Seguros	1.000.000,00	1.040.000,00	1.081.600,00	1.124.864,00	1.169.858,56
Mano de Obra Indirecta_Coordinador	31.075.320,00	32.318.332,80	33.611.066,11	34.955.508,76	36.353.729,11
<b>Total CIO Fijos</b>	<b>145.775.320,00</b>	<b>161.902.332,80</b>	<b>168.378.426,11</b>	<b>175.113.563,16</b>	<b>182.118.105,68</b>

Fuente: autores, 2013

Los Costos Indirectos proyectados se estiman en \$ **145.775.320** para el primer año siendo el de mayor impacto el alquiler de vehículo correspondiente al 63% de los Costos.

Tabla 48. Proyecciones de los Gastos Administrativos

Concepto	Salario base	Carga prestacional	Nomina Mensual	Nomina Anual
Gerente	2.000.000,00	1.046.600,00	3.046.600,00	36.559.200,00
Comercial	900.000,00	470.970,00	1.370.970,00	16.451.640,00
Asistente Administrativo	850.000,00	444.805,00	1.294.805,00	15.537.660,00
	<b>\$ 3.750.000,00</b>	<b>\$ 1.962.375,00</b>	<b>\$ 5.712.375,00</b>	<b>\$ 68.548.500,00</b>

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GAV Fijo (Nomina)	68.548.500,00	71.290.440,00	74.142.057,60	77.107.739,90	80.192.049,50
GAV Fijo (Gastos Generales)	11.400.000,00	11.856.000,00	12.330.240,00	12.823.449,60	13.336.387,58
GAV Fijo (Celulares)	6.000.000,00	6.240.000,00	6.489.600,00	6.749.184,00	7.019.151,36
GAV Fijo (Peajes)	6.000.000,00	6.240.000,00	6.489.600,00	6.749.184,00	7.019.151,36
GAV Fijo (Contador)	1.800.000,00	1.872.000,00	1.946.880,00	2.024.755,20	2.105.745,41

<b>TOTAL GASTOS ADMIN</b>	<b>93.748.500,00</b>	<b>97.498.440,00</b>	<b>101.398.377,60</b>	<b>105.454.312,70</b>	<b>109.672.485,21</b>
---------------------------	----------------------	----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

Fuente: autores

En la tabla anterior se plantea la proyección de los costos administrativos donde se aprecia la gran importancia de los Gastos de Nómina con un valor anual de **\$ 68.548.500**, los cuales representan un gran margen para los costos operativos de **7X24 Servicios**.

## 5.2 Supuestos generales

Para el manejo de las proyecciones plasmadas se realizaron los siguientes supuestos y así estimar una proyección real de la empresa.

- Tasa Interna de Oportunidad (TIO) del 35% anual.
- Crecimiento de la Inflación del 4% anual,
- Crecimiento del Sector (Construcción) del 8,2 anual.

- Tasa de Ahorro DTF (Depósito a Término Fijo) del 3,9 anual.
- Para la estimación de las prestaciones sociales se establece el porcentaje del 52,33%
- Se plantean como días hábiles de trabajo 22 al mes, es decir 264 el año.

Tabla 49. Balance General

BALANCE GENERAL					
	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
<b>ACTIVOS</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
CAJA - BANCOS	70.187.133	94.549.494	130.233.426	154.675.442	201.258.468
CUENTAS POR COBRAR	69.066.000	77.718.588	87.455.173	98.411.557	110.740.557
INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	189.967.440	213.510.721	239.993.270	269.782.911	303.293.529
VENTAS CREDITO	621.594.000	699.467.296	787.096.559	885.704.016	996.665.015
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>950.814.573</b>	<b>1.085.246.099</b>	<b>1.244.778.429</b>	<b>1.408.573.926</b>	<b>1.611.957.570</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>17.353.000</b>	<b>17.353.000</b>	<b>17.353.000</b>	<b>17.353.000</b>	<b>17.353.000</b>
DEPRECIACION	-3.470.600	-3.609.424	-3.753.801	-3.903.953	-4.060.111
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>13.882.400</b>	<b>13.743.576</b>	<b>13.599.199</b>	<b>13.449.047</b>	<b>13.292.889</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>964.696.973</b>	<b>1.098.989.675</b>	<b>1.258.377.628</b>	<b>1.422.022.973</b>	<b>1.625.250.459</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
COMPRAS INSUMO	4.749.186	5.337.768	5.999.832	6.744.573	7.582.338
ARRIENDO-ALQUILER-OTROS	145.775.320	161.902.333	168.378.426	175.113.563	182.118.106
CONTRATISTAS	142.880.665	148.595.892	154.539.728	195.504.104	203.324.268
NOMINA Y COSTOS FIJOS	93.748.500	97.498.440	101.398.378	105.454.313	109.672.485
COMPRAS CREDITO	185.218.254	208.172.953	233.993.439	263.038.338	295.711.190
IMPUESTOS POR PAGAR	36.157.008	48.707.315	67.089.947	79.681.288	103.678.605
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>608.528.933</b>	<b>670.214.701</b>	<b>731.399.748</b>	<b>825.536.179</b>	<b>902.086.993</b>
<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>					
OBLIG. FINANCIERAS					
<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>608.528.933</b>	<b>670.214.701</b>	<b>731.399.748</b>	<b>825.536.179</b>	<b>902.086.993</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
CAPITAL	285.980.907	264.038.348	232.007.827	146.841.300	72.259.503
UTILIDAD DEL PERIODO	70.187.133	94.549.494	130.233.426	154.675.442	201.258.468
UTILIDAD ACUMULADA	0	70.187.133	164.736.627	294.970.052	449.645.494
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>356.168.040</b>	<b>428.774.975</b>	<b>526.977.879</b>	<b>596.486.794</b>	<b>723.163.466</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>964.696.973</b>	<b>1.098.989.675</b>	<b>1.258.377.628</b>	<b>1.422.022.973</b>	<b>1.625.250.459</b>

Fuente: autores, 2013

Por medio del balance general se aprecia la estabilidad proyectada de la empresa demostrando el primer año unos activos fijos de \$ **964.696.973**, con unos pasivos de **608.528.933** y patrimonio de \$ **356.168.040**, el cual da un punto de partida para las futuras inversiones y metas del año siguiente y si constante viabilidad de ganancia.

Tabla 50. Estado de resultados

<b>PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO</b>					
<b>Simulación en pesos corrientes sin Financiación</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>VENTAS</b>	690.660.000,00	777.185.884,80	874.551.732,45	984.115.573,49	1.107.405.572,54
<b>COSTOS VENTAS</b>					
Costo de Materia Prima Utilizada	189.967.440,00	213.510.720,88	239.993.270,40	269.782.910,77	303.293.528,62
Costo de Mano de Obra Directa	142.880.665,44	148.595.892,06	154.539.727,74	195.504.104,27	203.324.268,44
Costos Indirectos de Fabricación					
Depreciación	3.470.600,00	3.609.424,00	3.753.800,96	3.903.953,00	4.060.111,12
Amortización Inv Pre Operativas	8.473.333,33	8.812.266,67	9.164.757,33		
CIO Fijos	145.775.320,00	161.902.332,80	168.378.426,11	175.113.563,16	182.118.105,68
CiF Variables	-	-	-	-	-
<b>TOTAL CIO FIJOS</b>	<b>157.719.253,33</b>	<b>174.324.023,47</b>	<b>181.296.984,41</b>	<b>179.017.516,15</b>	<b>186.178.216,80</b>
<b>TOTAL COSTOS DE VENTAS</b>	<b>490.567.358,77</b>	<b>536.430.636,41</b>	<b>575.829.982,54</b>	<b>644.304.531,19</b>	<b>692.796.013,86</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>200.092.641,23</b>	<b>240.755.248,39</b>	<b>298.721.749,91</b>	<b>339.811.042,30</b>	<b>414.609.558,67</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
Gastos Admon y Ventas Fijos	93.748.500,00	97.498.440,00	101.398.377,60	105.454.312,70	109.672.485,21
Gastos Admon y Ventas Variables	-	-	-	-	-
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>93.748.500,00</b>	<b>97.498.440,00</b>	<b>101.398.377,60</b>	<b>105.454.312,70</b>	<b>109.672.485,21</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>106.344.141,23</b>	<b>143.256.808,39</b>	<b>197.323.372,31</b>	<b>234.356.729,59</b>	<b>304.937.073,46</b>
Mas Otros Ingresos	-	-	-	-	-
Menos Otros Egresos	-	-	-	-	-
Menos Gastos Financieros	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>106.344.141,23</b>	<b>143.256.808,39</b>	<b>197.323.372,31</b>	<b>234.356.729,59</b>	<b>304.937.073,46</b>
Impuestos 34%	36.157.008,02	48.707.314,85	67.089.946,58	79.681.288,06	103.678.604,98
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>70.187.133,21</b>	<b>94.549.493,54</b>	<b>130.233.425,72</b>	<b>154.675.441,53</b>	<b>201.258.468,48</b>

Fuente: autores, 2013

Se presenta el Estado de pérdidas y ganancias de la empresa demostrando una utilidad neta de \$ **70.187.133** el primer año equivalente al 41% sobre la inversión inicial. Es decir que las ganancias son muy atractivas para implementación del negocio con una gran recuperación solamente el primer año.

**5.3 Flujo de efectivo**

Tabla 51. Flujo de caja de un proyecto. Proyecciones financieras en pesos corrientes sin financiación

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1. FLUJO DE OPERACIÓN</b>						
Utilidad Neta		70.187.133,21	94.549.493,54	130.233.425,72	154.675.441,53	201.258.468,48
(+) Depreciación		3.470.600,00	3.609.424,00	3.753.800,96	3.903.953,00	4.060.111,12
(+) Amortización		8.473.333,33	8.812.266,67	9.164.757,33		
(+) Agotamiento		-	-	-	-	-
<b>Flujo Neto de Operación</b>		<b>82.131.066,54</b>	<b>106.971.184,21</b>	<b>143.151.984,02</b>	<b>158.579.394,53</b>	<b>205.318.579,60</b>
<b>2. FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión en Activos Fijos	(17.353.000,00)					
Inversión Preoperativa	(25.420.000,00)					
Inversión de Capital de trabajo		(128.550.261,23)	(15.222.109,49)	(17.016.589,46)	(19.276.962,19)	(21.467.879,93)
<b>Flujo Neto de Operación</b>	<b>(42.773.000,00)</b>	<b>(128.550.261,23)</b>	<b>(15.222.109,49)</b>	<b>(17.016.589,46)</b>	<b>(19.276.962,19)</b>	<b>(21.467.879,93)</b>
<b>Flujo Neto de Operación</b>						<b>189.161.736,13</b>
<b>TOTAL FLUJO NETO DEL PROYECTO</b>	<b>(42.773.000,00)</b>	<b>(46.419.194,68)</b>	<b>91.749.074,72</b>	<b>126.135.394,56</b>	<b>139.302.432,34</b>	<b>373.012.435,80</b>

Fuente: autores, 2013



Gráfica 16. Flujo de caja

Fuente: autores, 2013

Se demuestra el crecimiento del Flujo de Caja a partir del segundo año escala sustancialmente cada año. La inversión Inicial operativa del negocio se establece con un valor de **\$ 42.773.000.**

El flujo de caja de 7x24 Servicios se representa de forma atractiva para cualquier inversionista ya que el flujo neto de operación se representa de forma creciente sin generar pérdidas en el negocio.

#### 5.4 Análisis del Punto de Equilibrio

De acuerdo a lo definido en 7X24 se implementarán 4 tipos de servicio: Mantenimiento de piscinas, Servicio de Jardinería, Servicios Domésticos, Servicios de mantenimiento eléctrico.

Para cada línea de servicio se calcula su punto de equilibrio en donde la utilidad del negocio es cero (0), es decir la cantidad de servicios son para mantener los costos operativos, fijos y variables, basados en las proyecciones establecidas con los supuestos mencionados.

Para tal efecto a continuación se muestra el detalle de para servicio su punto de equilibrio.

Tabla 52. Punto de equilibrio Mantenimiento Piscinas

	Unidades	% Participacion	Costos Fijo	Costo unit	Precio de Venta	margin	P DE E	DIARIO
Servicio (Mtto Piscinas)	3.240	44%	110.580.282,41	101.275	130.000	28.725	3.850	8

Fuente: autores, 2013

Para el servicio de mantenimiento de piscinas obtenemos un punto de equilibrio de 8 servicios diarios para mantener el equilibrio operativo financiero. Se tiene en cuenta los costos y Gastos fijos y variables y los costos unitarios para el servicio.

Tabla 53. Punto de equilibrio Servicio de Jardinería

	Unidades	% Participacion	Costos Fijo	Costo unit	Precio de Venta	margin	P DE E	DIARIO
Servicio (Mtto Jardinería)	756	10%	25.802.065,90	54.021	60.000	5.979	4.315	3

Fuente: autores, 2013

Para el servicio de jardinería obtenemos un punto de equilibrio de 3 servicios diarios para mantener el equilibrio operativo financiero. Se tiene en cuenta los costos y Gastos fijos y variables y los costos unitarios para el servicio.

Tabla 54. Punto de equilibrio Servicios Domésticos

	Unidades	% Participacion	Costos Fijo	Costo unit	Precio de Venta	margin	P DE E	DIARIO
Servicio (Mtto Domésticos)	1.440	20%	49.146.792,18	47.287	55.000	7.713	6.372	4,5

Fuente: autores, 2013

Para el servicio de jardinería obtenemos un punto de equilibrio de 4,5 servicios diarios para mantener el equilibrio operativo financiero. Se tiene en cuenta los costos y Gastos fijos y variables y los costos unitarios para el servicio.

Tabla 55. Punto de equilibrio Servicios eléctricos

	Unidades	% Participacion	Costos Fijo	Costo unit	Precio de Venta	margen	P D E E	DIARIO
Servicio (Mtto Eléctricos)	1.932	26%	65.938.612,84	56.070	75.000	18.930	3.483	4,0

Fuente: autores, 2013

Para el servicio de mantenimiento eléctrico obtenemos un punto de equilibrio de 4 servicios diarios para mantener el equilibrio operativo financiero. Se tiene en cuenta los costos y Gastos fijos y variables y los costos unitarios para el servicio.

### 5.5 Indicadores Financieros

Por medio del análisis de cada una de las proyecciones, flujo de caja y punto de equilibrio se obtienen los indicadores del proyecto que demuestran en resumen la viabilidad del proyecto.

Para la empresa **7x 24 Servicios** se tienen los siguientes indicadores:

Tabla 56. Indicadores financieros

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>	
<b>VPN (35%)</b>	<b>\$ 149.577.920,78</b>
<b>VPN (40%)</b>	<b>\$ 122.466.315,68</b>
<b>VPN (60%)</b>	<b>\$ 51.678.361,98</b>
<b>VPN (80%)</b>	<b>\$ 14.394.879,54</b>
<b>VPN (100%)</b>	<b>(\$ 6.915.363,70)</b>
<b>VPN (250%)</b>	<b>(\$ 43.965.473,21)</b>
<b>TIR</b>	<b>92%</b>
Fuente: autores, 2013	

Se puede apreciar que la inversión Inicial es recuperable en un **41%** solo en el primer año y el 59% restante en el segundo año, lo cual es muy eficiente y apropiado para los indicadores de rentabilidad de la empresa.

Se obtiene una Tasa Interna de Retorno del **92%**, es decir se tiene un gran porcentaje de retorno de la inversión en el tiempo estimado.

El Valor Presente neto nos indica la maximización de la inversión en el plazo estimado o proyectado del negocio, es decir que  $VPN > 0$

Identificando estos dos indicadores en donde la  $TIR > 0$  y  $VPN > 0$ , se demuestra la excelente viabilidad del proyecto.

## **5.6 Fuentes de financiación**

Para la puesta en marcha de la empresa **7X24 Servicios**, no existirá financiación, los recursos serán de carácter propio tanto las Inversiones pre – operativas como la adquisición de activos fijos.

Esto genera un gran margen de utilidad y de retorno de inversión ya que como se ha demostrado se debe realizar una inversión inicial económica, para recibir una gran utilidad o ganancia.

### Conclusiones

1. La mayor cantidad de operaciones a Ejecutar está concentrada en el Mantenimiento de las Piscinas y mantenimiento eléctrico.
2. El Margen más alto de utilidad se obtiene al realizar operaciones de Mantenimiento eléctrico, lo cual indica que el esfuerzo en ventas estará concentrado en esa línea de servicio.
3. 7x24 SERVICIOS se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificadas, por ser un tipo societario más laxo jurídicamente que los demás tipos societarios, ya que permite una gran autonomía contractual, con mayor practicidad al momento de su creación y desarrollo en la ejecución en las actividades propias de la empresa.
4. 7x24 SERVICIOS presenta una utilidad en el primer año equivalente al 41% sobre la inversión inicial. Siendo las ganancias muy atractivas para con una recuperación de la inversión en el primer año.
5. La Tasa Interna de Retorno del plan de Negocios es del 92% lo que demuestra la viabilidad del negocio.
6. Con el estudio de Mercados 7X24 Servicios tiene una gran cantidad de demanda potencial y gran proyección de crecimiento en el sector.
7. El sector de la construcción donde se ubica 7x24 Servicios crece al 8,2% lo que hace más seguro la inversión y el crecimiento de la demanda.
8. El margen de ganancias desde el primer año es de alto según se aprecia en el Estado de Resultados y ganancias, además se obtiene grandes picos de flujo de caja desde el segundo año de operación.

### Referencias

Andi (2009). Reunión tributarista. Recuperado el 12 de noviembre de 2013 en:  
[www.andi.com.co/ Reunión de tributaristas/Acta](http://www.andi.com.co/Reunión%20de%20tributaristas/Acta)

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2013). , Boletín de prensa, Indicadores Económicos alrededor de la Construcción, Bogotá Julio 03 2013

Phermida. (2013). Manual de mantenimiento de piscinas. Recuperado el 12 de noviembre de 2013 en: <http://www.ctv.es/USERS/phermidamant.htm>

Portal de la Salud Madrid. (2013). Solicitudes y trámites aguas de consumo y recreo. Recuperado el 2 de noviembre de 2013 en: [http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1162312277801& page name=PortalSalud%20Page%20FPTSA\\_pintarContenidoFinal](http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1162312277801&page%20name=PortalSalud%20Page%20FPTSA_pintarContenidoFinal)

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Manuel Alejandro Choparzo Hernandez  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 91.509.135 Bucaramanga  
Nombre Completo Jorge Mario Mora Alfonso  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 80.210.555 Bk  
Nombre Completo Julian Alberto Iotero Narez  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: 94.331.721 pal.  
Nombre Completo \_\_\_\_\_  
Tipo de documento de identidad: C.C.  T.I.  C.E.  Número: \_\_\_\_\_

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

7 x 24 Servicios - Casos de Campo

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI  NO   
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizo (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Manuel Alejandro Chaves</u>	NOMBRE COMPLETO: <u>Borge Plinio Mora Alonso</u>
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: <u>[Firma]</u>
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>91.507.135</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>20.210.555</u>
FACULTAD: <u>Posgrados</u>	FACULTAD: <u>Posgrados</u>
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Gerencia Proyectos</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Gerencia Proyectos</u>

NOMBRE COMPLETO: <u>Julian A. Lopez</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>[Firma]</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>94 331.721</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Posgrados</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Gerencia Proyectos</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: Diciembre 10 de 2013