

**CREACIÓN DE EMPRESA
CONSTRUCTORA ENFOCADA EN LA REMODELACIÓN, REHABILITACIÓN Y
CONSTRUCCIÓN DE INMUEBLES NUEVOS Y/O USADOS**



Por:
David Mateo Carrillo Velandia



**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL
VILLAVICENCIO
2020**

**CREACIÓN DE EMPRESA
CONSTRUCTORA ENFOCADA EN LA REMODELACIÓN, REHABILITACIÓN Y
CONSTRUCCIÓN DE INMUEBLES NUEVOS Y/O USADOS**



Por:
David Mateo Carrillo Velandia

Documento final presentado como opción de grado para optar al título profesional de
ingeniero civil

Aprobado por:
Ing. Julieth Natalia García Solano, M.S.
Director

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE INGENIERÍA CIVIL
VILLAVICENCIO
2020**

AUTORIDADES ACADÉMICAS

Fray José Gabriel Mesa Ángulo, O.P.
Rector General

Fray Eduardo González Gil, O.P.
Vicerrector Académico General

Fray José Antonio Balaguera Cepeda, O.P.
Rector Sede Villavicencio

Fray Rodrigo García Jara, O.P.
Vicerrector Académico Sede Villavicencio

Julieth Andrea Sierra Tobón
Secretaria de División Sede Villavicencio

Ing. Manuel Eduardo Herrera Pabón, M.S.
Decano Facultad de Ingeniería Civil

RESUMEN

Para el presente proyecto se tiene como objetivo, proponer un plan de negocio para una constructora enfocada en la remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles nuevos o usados en la ciudad de Villavicencio. La idea surge debido a la informalidad que se presenta en dichos servicios, específicamente en las remodelaciones e intervenciones locativas en inmuebles, con este plan de negocio se pretende mejorar la calidad del servicio en este mercado de la construcción con el profesionalismo ingenieril y arquitectónico, de esta manera, suplir correctamente la demanda de los clientes satisfaciendo las necesidades presentadas.

El plan de negocio está dirigido a aquellos propietarios de inmuebles antiguos o nuevos que deseen realizar modificaciones de cualquier magnitud en sus propiedades. El público objetivo son aquellos propietarios de viviendas VIS y no VIS de la ciudad de Villavicencio y alrededores que deseen invertir en mejoras en sus viviendas.

En el desarrollo de esta propuesta, se determina la viabilidad de la empresa por medio de los estudios de mercado, operativo, organizacional y financiero, en donde se especifica los componentes de la empresa, estudio de demanda y oferta, potencial del mercado, metodología operativa, estructura organizacional, registro legal y entre otros conceptos integrales para la creación de empresa.

Finalmente, se realiza un análisis financiero de la viabilidad económica de la empresa con una proyección y propuesta de puesta en marcha del plan de negocio, determinando la rentabilidad y solidez financiera de la empresa para un periodo de 10 años y especificando los indicadores de inversión para dicho plan de negocio.

Palabras Clave: remodelación, construcción, empresa, plan de negocio, emprendimiento.

ABSTRACT

For the present project, the objective is to propose a business plan for a construction company focused on the remodeling, rehabilitation and construction of new or used properties in the Villavicencio city. The idea arises due to the informality that is presented in such services, specifically in the remodeling and locative interventions in buildings, with this business plan is intended to improve the quality of service in this market of construction with engineering and architectural professionalism, in this way, properly meet customer demand by meeting the needs presented.

The business plan is directed to those owners of old or new properties who wish to make modifications of any magnitude in their properties. The target audience are those owners of VIS and no VIS properties in the Villavicencio city and surrounding areas who wish to invest in improvements to their homes.

In the development of this proposal, the viability of the company is determined through market, operational, organizational and financial studies, where the components of the company are specified, as well as a study of demand and supply, market potential, operational methodology, organizational structure, legal registration and other integral concepts for the creation of the company.

Finally, a financial analysis of the economic viability of the company is carried out with a projection and proposal for the implementation of the business plan, determining the profitability and financial strength of the company for a period of 10 years and specifying the investment indicators for the business plan.

Key Word: *remodeling, construction, enterprise, business plan, entrepreneurship.*

CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	11
2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
2.1.	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	12
2.2.	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	12
3.	JUSTIFICACIÓN.....	14
4.	OBJETIVOS.....	15
4.1.	OBJETIVO GENERAL	15
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
5.	ALCANCE.....	16
6.	MARCO DE REFERENCIA	17
6.1.	MARCO TEÓRICO	17
6.2.	MARCO CONCEPTUAL	21
6.3.	ESTADO DEL ARTE.....	23
6.4.	MARCO NORMATIVO	24
7.	RECURSOS	26
7.1.	PERSONAL	26
7.2.	EJECUCIÓN PRESUPUESTAL	26
8.	METODOLOGÍA	27
8.1.	DESCRIPCION DE ETAPAS Y TAREAS	27
8.2.	POBLACIÓN, MUESTRA, VARIABLES E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	28
9.	MÓDULO DE MERCADOS	30
9.1.	ENCUESTA	30
9.2.	ANÁLISIS DE ENCUESTA	31
9.3.	ESTRUCTURA DEL MERCADO	35
9.4.	PRODUCTO O SERVICIO	36
9.5.	CLIENTES POTENCIALES	37
9.6.	COMPETENCIA	37
9.7.	PRECIO.....	40
9.8.	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	40
9.8.1.	Estrategia de marketing y publicidad	42
9.9.	ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA	45
9.9.1.	Propietarios de viviendas VIS y No VIS	45
9.9.2.	Fondo de pensiones y cesantías.....	46
10.	MÓDULO OPERATIVO	48
10.1.	DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS	48
10.2.	PLAN OPERATIVO	49
10.3.	DIAGRAMA DE OPERACIONES	51
10.4.	PLAN DE COMPRAS	55
10.5.	LOCALIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA	56
10.6.	SISTEMA DE NEGOCIO Y ORGANIZACIÓN	58
11.	MÓDULO DE ORGANIZACIÓN	59
11.1.	PLANEACIÓN ORGANIZACIONAL.....	59
11.2.	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	62

11.2.1.	Organigrama	62
11.2.2.	Descripción de perfiles de cargo	62
11.2.3.	Contratación laboral	65
11.3.	COSTOS ADMINISTRATIVOS	67
11.4.	ASPECTOS LEGALES	68
11.4.1.	Objeto social	68
11.4.2.	Registro en Cámara de Comercio y DIAN	68
12.	MÓDULO DE FINANZAS	70
12.1.	PLAN FINANCIERO	70
12.2.	INGRESOS	71
12.3.	EGRESOS	72
12.4.	CAPITAL DE TRABAJO	76
12.5.	EVALUACIÓN FINANCIERA	77
13.	RESULTADOS E IMPACTOS	79
13.1.	RESULTADOS ESPERADOS	79
13.2.	IMPACTOS	79
14.	CONCLUSIONES Y TRABAJOS FUTUROS	81
14.1.	CONCLUSIONES	81
	BIBLIOGRAFÍA	83
	ANEXOS	86

LISTA DE TABLAS

Tabla 6.1.1. Clasificación por tamaño de empresa.	21
Tabla 6.3.1. Estado del arte.	24
Tabla 6.4.1. Normativas.	25
Tabla 7.1.1. Recursos.	26
Tabla 7.2.1. Presupuesto del proyecto.	26
Tabla 9.3.1. Estructura de mercado.	36
Tabla 9.6.1. Informalidad en el sector constructivo en Villavicencio para el 2018.	38
Tabla 9.6.2. Ventajas y desventajas de la competencia en el mercado.	39
Tabla 9.6.3. Competencia directa.	39
Tabla 10.4.1. Plan de compras.	55
Tabla 11.2.1. contratación por cargo laboral.	65
Tabla 11.2.2. Sueldos por cargo laboral.	66
Tabla 11.2.3. Parafiscales.	67
Tabla 11.3.1. Costos fijos.	67
Tabla 12.1.1. Capital de inversión.	70
Tabla 12.2.1. Ingresos año 1.	71
Tabla 12.2.2. Proyección ingresos para 10 años.	71
Tabla 12.3.1. Egresos año 1.	72
Tabla 12.3.2. Proyección egresos para 10 años.	73
Tabla 12.3.3. Resultado anual.	74
Tabla 12.4.1. Amortización de credito financiero.	76
Tabla 12.5.1. Flujo de caja anual.	77
Tabla 12.5.2. Tasa interna de retorno.	78
Tabla 12.5.3. Indicadores financieros.	78
Tabla 13.1.1. Tabla de resultados esperados.	79
Tabla 13.2.1. Impactos.	80

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 6.1.1. Moledo Timmons. Fuente: Cink emprende [10].	18
Ilustración 8.1.1. Metodología del proyecto. Fuente: Autor.	28
Ilustración 9.8.1. Logo de la empresa. Elaboración: Propia.	42
Ilustración 9.8.2. Tarjeta de presentación. Elaboración: propia.	43
Ilustración 9.8.3. Modelado de tarjeta de presentación. Elaboración: propia.	43
Ilustración 9.8.4. modelado del volante publicitario. Elaboración: propia.	44
Ilustración 9.8.5. Volante publicitario. Elaboración: propia.	44
Ilustración 10.2.1. Organigrama de recursos. Elaboración: propia.	50
Ilustración 10.3.1. Diagrama para remodelaciones de inmuebles. Elaboración: propia.	51
Ilustración 10.3.2. Diagrama para diseño estructural y arquitectónico. Fuente: propia. Elaboración: propia.	52
Ilustración 10.3.3. Diagrama del proceso de interventoría. Fuente: propia. Elaboración: propia.	53
Ilustración 10.3.4. Diagrama del proceso servicios constructivos. Fuente: propia. Elaboración: propia.	54
Ilustración 10.5.1. Sector del 7 de agosto. Fuente GoogleMaps.	56
Ilustración 10.5.2. Entorno del sector del 7 de agosto. Fuente: GoogleMaps	57
Ilustración 10.5.3. Sector del San Isidro. Fuente: GoogleMaps.	57
Ilustración 10.5.4. Entorno del sector del San Isidro. Fuente: GoogleMaps	58
Ilustración 11.2.1. Organigrama. Fuente: propia	62

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 9.2.1. Análisis pregunta N.o.1. Fuente: propia.....	31
Grafica 9.2.2. Análisis pregunta N.o.2. Fuente: propia.....	32
Grafica 9.2.3. Análisis pregunta N.o.3. Fuente: propia.....	32
Grafica 9.2.4. Análisis pregunta N.o.4. Fuente: propia.....	33
Grafica 9.2.5. Análisis pregunta N.o.5. Fuente: propia.....	33
Grafica 9.2.6. Análisis pregunta N.o.6. Fuente: propia.....	34
Grafica 9.2.7. Análisis pregunta N.o.7. Fuente: propia.....	34
Grafica 9.2.8. Análisis pregunta N.o.4. Fuente: propia.....	35
Grafica 9.9.1. Inversión en mejoras. Elaboración: propia. Fuente: CAMACOL [28].	46
Grafica 12.3.1. Grafica punto de equilibrio. Fuente: propia.....	75

1. INTRODUCCIÓN

Para el proyecto de grado creación de empresa tiene como propósito proponer un plan de negocio para el desarrollo de una empresa dedicada al sector constructivo, en donde pretende realizar proyectos de remodelación de inmuebles, viviendas u obras de menor cuantía, de igual manera, la rehabilitación de propiedades antiguas o no habitables; así como generar proyectos de construcción de viviendas nuevas. Comprendido, así como una empresa enfocada en la remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles nuevos y/o usados.

A lo largo del proyecto se pretenderá identificar los factores fundamentales para el emprendimiento y desarrollo de una empresa, considerando desde la estructura organizacional y sus componentes internas hasta la dinámica del mercado constructivo que influye externamente a la empresa. Además, determinar el conjunto de requisitos legales y financieros para crear una empresa en Colombia.

Basándose en lo anterior, da lugar a la elaboración de estudios preliminares para determinar la viabilidad del modelo de negocio en el mercado inmobiliario, por medio de un proceso de planeación, proyección, determinación y propuesta teórica de puesta en marcha de la organización.

El posicionamiento de una empresa en un mercado novedoso y reciente, da oportunidad a la iniciativa de un nuevo plan de negocio en el sector constructivo, en donde pretende suplir las necesidades del cliente estimulando la imaginación y creatividad. Además, la competencia de dicho mercado está compuesto por pequeñas e innovadoras compañías; en el cual, las empresas más tecnológicas y evolucionadas resulten ser la mejor opción al cumplir con el servicio demandado.

2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Partiendo de la propuesta de un plan de negocio de una empresa enfocada en la remodelación y construcción de viviendas nuevas o usadas, se llevó a cabo la correspondiente investigación de proyectos con posibles objetivos similares y los respectivos resultados, para posteriormente reestructurar conclusiones en función a ello y delimitar las ventajas y desventajas del presente proyecto. De acuerdo con esto, se podrá definir una línea base para el direccionamiento de la investigación y la factibilidad del plan de negocio para la creación de empresa.

El desarrollo de un plan de negocio empresarial en ingeniería civil, representa un gran reto para futuros emprendedores en Colombia, debido al número de competidores en el mercado para cada tipo enfoque de la ingeniería, en donde la empresa más innovadora y eficiente termina siendo la mejor del mercado.

Además, ante los cambios del sector constructivo, se evidencia la necesidad de evolucionar y desarrollar un sistema de adaptación empresarial, según la innovación tecnológica del sector constructivo, en donde la demanda resulta ser más exigente y el mercado aún más competitivo.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Principalmente, en los últimos años se ha presentado un decrecimiento en la creación de empresas en el sector constructivo del país, según Confecámaras en el último informe del año 2018 se registró un aumento del 0,8% en la creación de empresa respecto al año anterior, sin embargo para el sector constructivo es lo contrario, para el periodo del 2017/2018 se registró un decrecimiento en la variación de actividad económica de 9.8% respecto al año anterior, siendo uno de los sectores menos productores de todas las actividades económicas [1].

Por otro parte, es conveniente determinar la factibilidad de la empresa en cuanto a la inversión en inmobiliarios nuevos o usados, en los últimos años la compra de viviendas nuevas o usadas ha disminuido notoriamente en el último año, según el boletín técnico de financiación de vivienda del DANE, en el segundo trimestre del 2019 se presentó una disminución del 6,9% en inmuebles usados y una disminución del 4,6% en inmuebles nuevos en cuanto a la adquisición de los mismos, esto indica que la inversión en inmuebles no resulta ser la mejor opción para los colombianos [2]. De igual manera se registra una reducción en el mercado de viviendas nuevas en 8% para el 2019 [3]. Sin embargo, la remodelación de viviendas va en aumento, según un estudio del DANE, se destinaron más de 3 billones de pesos en adecuación de viviendas a nivel nacional representando un crecimiento del 18,2% en el 2018, es decir que la remodelación, renovación o rehabilitación de viviendas

usadas termina siendo la opción más viable a la hora de invertir en propiedades [4], [5].

Cabe destacar que la remodelación de viviendas y bienes son en su mayoría obras civiles informales, en donde dichas remodelaciones son autoconstrucciones que resulta una significativa oportunidad para una empresa constructora enfocada en la remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles nuevos y/o usados.

Según lo dicho anteriormente, se formula la siguiente pregunta:

¿Es viable la creación de una constructora enfocada en la construcción de inmuebles nuevos, remodelación y rehabilitación de inmuebles usados?

3. JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de una empresa en Colombia resulta ser un gran reto para el sector constructivo, son muchos los factores que influyen en la creación de una constructora en cualquier región del país. Para emprender en el mercado constructivo requiere de una considerable capacidad económica debido a los costos de materiales, mano de obra, maquinaria, administración y gestión, entre otros. No obstante, el desarrollo en infraestructuras civiles representa un índice del 8,5% del PIB de Colombia para el 2019, en el cual es un componente significativo para el progreso del país, permitiendo mejorar la calidad de vida de la sociedad. [6]

De acuerdo a esto, la creación de una constructora dirigida en la remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles nuevos y/o usados resulta ser interesante para incursionar en un nuevo mercado que se está presentando en el país. Este mercado del sector constructivo termina siendo una excelente oportunidad para innovar, renovar y crear proyectos constructivos y arquitectónicos de viviendas nuevas o usadas; con la finalidad de suplir las necesidades del cliente mejorando el bienestar y calidad de vida.

Los principales motivos a considerar de este proyecto están basados a la baja inversión en viviendas, esta reducción en la adquisición de viviendas viene en relación al poco terreno apto para la construcción de las mismas. En conjunto a esto la sobrepoblación resulta siendo un factor determinante en la delimitación de zonas de expansión de cada ciudad. De acuerdo a ello la inversión en viviendas nuevas ha disminuido en los últimos años, según el informe de análisis de cartera del mercado de vivienda en Colombia, realizado por el Banco de la República, indica que las principales ciudades del país, tales como Medellín y Bogotá se ha observado un decrecimiento en las ventas de hasta un 14,1% y 3,8% respectivamente [7]; de igual manera, en el Meta el 65% del mercado de vivienda se concentra en Villavicencio indicando una reducción del 8% en la comercialización de vivienda para 2019 [3].

Dicho lo anterior, las viviendas nuevas en venta son limitadas en áreas urbanas o áreas metropolitanas. Por consiguiente, los habitantes con la capacidad económica de adquirir una vivienda nueva no tienen más opción que invertir en una vivienda usada; sin embargo, para hogares con menores ingresos el estado dispone de proyectos que garantizan el derecho a la vivienda, en este caso algunas viviendas de interés social se ofertan en obra gris generando a la mayoría de hogares invertir en adecuaciones y remodelaciones [8].

4. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de negocio para la creación de una constructora dedicada a la remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles con el fin de evaluar las expectativas de éxito en el mercado del sector constructivo.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis sobre el mercado, según su efectividad empresarial y el rango de probabilidades de éxito del proyecto en el sector constructivo.
- Desarrollar el proceso de registro y formalización de la empresa de acuerdo a los estatutos legales ante las autoridades competentes.
- Estructurar un modelo organizacional y administrativo para proponer un plan de puesta en marcha teórica de la empresa.
- Elaborar un estudio de la viabilidad económica y financiera de la empresa con la estimación de la inversión inicial para un proceso de financiación.

5. ALCANCE

Para el alcance de este proyecto, se pretende proponer un plan de negocio en el sector constructivo en la ciudad de Villavicencio, en donde se buscará definir la factibilidad de la creación una constructora enfocada en remodelación y rehabilitación de inmuebles usado y construcción de inmuebles nuevos, considerando los aspectos de su entorno. los estudios de evaluación correspondientes. Además, establecer las expectativas de confianza y confiabilidad de este tipo de empresas en el mercado.

De igual manera, se pretende diseñar un plan estratégico para la puesta en marcha teórico del proyecto; Puesto que, la creación de una empresa en Colombia requiere de ciertos requisitos tanto legales, administrativos, técnicos y financiero.

El desarrollo de esta empresa pretende dar oportunidades a quienes desean brindar estatus, calidad y bienestar de vida en sus hogares, respecto a remodelación de inmueble usado o construcción de inmueble nuevo. La remodelación, reestructuración y rehabilitación de viviendas presenta ser un mercado nuevo y potencialmente competente para el desarrollo del país, debido a la alta inversión en zonas de expansión de cada ciudad. Además, se le adiciona la poca población con la capacidad económica para adquirir una vivienda nueva.

Aquellos posibles interesados en el proyecto buscarían en la empresa una oportunidad de inversión, puesto que es un sector principal en el desarrollo socio-económico a nivel nacional. está compuesto por una gran variedad de competencia según el servicio ofrecido, por lo que indica que es un modelo de mercado volátil y tendencialmente ascendente a largo plazo, representando índices a favor tanto de los inversionistas como de los clientes.

6. MARCO DE REFERENCIA

6.1. MARCO TEÓRICO

Para la creación de una empresa es imprescindible determinar la oportunidad de negocio que tiene un proyecto empresarial, en donde, se inicia formulando una idea y posteriormente gestionando por medio de varios recursos el desarrollo de la iniciativa principal. Para esto es importante recurrir distintos modelos estratégicos para determinar la viabilidad del plan de negocio; a través de los años, varios autores han recopilado teorías basadas en el emprendimiento y en estrategias organizacionales para crear una empresa, en cual, muchos de estos modelos han dado inicio a varias empresas en la actualidad, a su vez, varias industrias caracterizadas por su éxito empresarial siguen dichos modelos en sus organizaciones. De acuerdo a esto, es fundamental interpretar dichos modelos para el desarrollo de este proyecto.

Modelo de Timmons

Jeffrey A. Timmons, fue docente estadounidense de emprendimiento, reconocido por sus aportes en el emprendimiento [9]. Timmons estipula un modelo para determinar la viabilidad de una idea de negocio considerando 3 conceptos claves para emprender, en el cual, estas 3 claves indican las fases que integran un proceso base para el desarrollo de dicho modelo [10], [11].

Según Timmons, el proceso comienza con enfocar la oportunidad, es decir, ubicar la idea en un contexto de negocio y detectar la factibilidad de dicha oportunidad; el emprendedor o su equipo debe ser ágil para definir si la idea tiene desarrollo potencial o si no, descartar. No obstante, en esta fase se logra identificar cuanto tiempo invertir para lograr el objetivo. Además. Para dar paso a la siguiente fase se considera la magnitud del potencial de la idea enfatizado en un mercado preciso, en donde, resaltara una posible ventaja y alcance competitivo [11].

Una vez captado el valor de la oportunidad, se estima un plan de negocio en base sus recursos iniciales, en esta fase da cavidad a cuanto esfuerzo emplear y que se necesita para iniciar. Cuando se habla de recursos no quiere decir directamente en cuanto dinero invertir, puesto que, recurso representa el personal, la financiación, la organización y que ventajas se cuenta antes de poner en marcha el negocio. Es una herramienta para estructurar todo el sistema del plan de negocio, y así, localizar los posibles vacíos de la estrategia y evaluar sus correspondientes soluciones [10], [11].

En la última fase, consiste en seleccionar el equipo de trabajo idóneo, para cualquier líder es una pieza fundamental contar con un gran personal empresarial, y que, a su vez, representa un gran reto para el líder ubicar candidatos adecuados para su plan de negocio [11].

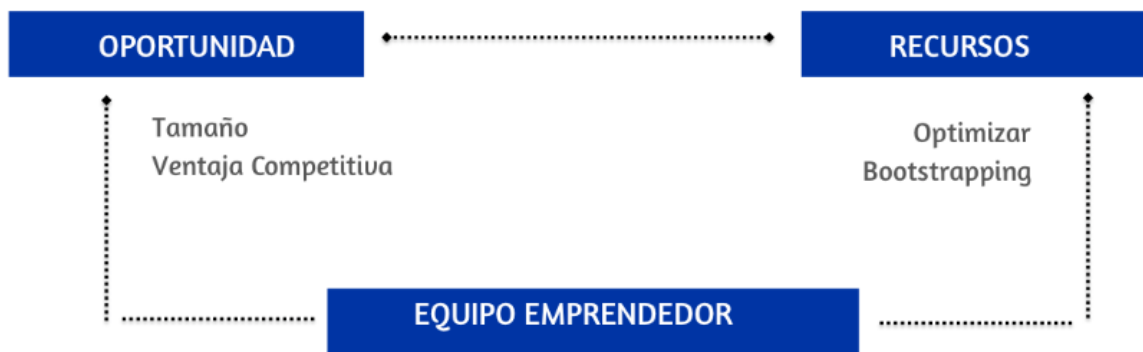


Ilustración 6.1.1. Moledo Timmons. Fuente: Cink emprende [10].

Modelo de Shapero-Varela

Este modelo es la integración de dos teorías que considera el ambiente y entorno de un emprendedor, en donde, se establecen 5 etapas de formación de un emprendedor. Cada una de estas etapas está comprendida según el ecosistema del líder, el porqué de su iniciativa y que necesidad ve en su entorno en relación [11].

Etapa emocional/gusto: hace referencia a la motivación del individuo al emprender un proyecto en relación al entorno social, educativo y cultural [12].

Etapa situacional/oportunidad: se refiere a delimitar la oportunidad en un contexto definido en relación con el entorno del individuo [12].

Etapa psicológica/decisión: es la iniciativa de seguir un camino empresarial en relación a la viabilidad de éxito del proyecto [12].

Etapa analítica/plan de negocio: consiste en la transformación de la oportunidad en un plan de negocio, por medio de estudios y análisis [12].

Etapa económica/recursos: en esta fase tiene que ver con identificar las ventajas y posibles vacíos en cuanto a recursos en general se refiere. Además, estructurar el sistema de negocio para encaminar el proyecto a futuro [12].

Modelo de Gibb

Este modelo está integrado por cuatro componentes de un plan de negocio, estos componentes son independientes entre sí, por lo cual la unión de estos, forma la estructura de una empresa. Muchos de los autores referenciados anteriormente concuerdan con esta teoría. [11]

Motivación y determinación: este componente indica los factores que inciden en la motivación o desmotivación a seguir con el objetivo a emprender en relación con el entorno en general del individuo. [11]

Idea y mercado: hace referencia a la contextualización de la idea en un modelo de mercado competitivo, es decir, determinar una oportunidad de negocio según la viabilidad real y alcance del proyecto. [11]

Recursos: este componente integra todo los recursos externo e interno del proyecto, es decir, con que cuenta la empresa para empezar, ya sea en ámbitos financieros, humanos, infraestructurales, físicos y entre otros. [11]

Habilidades: consiste en la recopilación de las ventajas, habilidades, experiencias y conocimientos que se necesita para integrar un equipo de trabajo empresarial de éxito, esta herramienta permite la selección del personal capacitado para iniciar una carrera empresarial. [11]

Licencias de construcción en la modalidad de ampliación, adecuación, modificaciones, obra nueva y reforzamiento estructural.

Para la remodelación, construcción o rehabilitación de una vivienda o inmueble es pertinente solicitar un permiso ante la curaduría o entidad correspondiente de cada municipio o ciudad, en donde se requiere autorización para distintas modalidades de construcción según la concordancia del plan de ordenamiento territorial y el plan de protección de bienes. Para dichas licencias se requieren cuando se desea realizar una ampliación, adecuación, modificaciones, reforzamiento estructural y obra nueva. Dicha licencia enmarcada por ciertos requisitos técnicos y estructurales para la expedición del permiso constructivo. [13]

Obra nueva: Modalidad cuyo terreno o lote no se encuentra construido o está totalmente demolido y se pretende realizar un proceso de edificación civil. [13]

Ampliación: permiso para realizar una obra adicional a la edificación ya existente y que está comprendida dentro el predio catastral. [13]

Adecuación: Permiso para cambiar el uso de la edificación sin modificar el terreno predial. [13]

Modificación: permiso para rediseñar o cambiar el diseño estructural o arquitectónico de una edificación sin alterar el terreno predial. [13]

Reforzamiento estructural: permiso para rehabilitar, recuperar o reestructurar la edificación existente con la finalidad de mejorar la seguridad del inmueble en cuanto sismo resistencia. [13]

Cabe resaltar que estas licencias son obligatorias siempre y cuando sean procesos constructivos mayores, si se desea realizar modificaciones menores o internas no es indispensables expedir una licencia constructiva.

POLITICAS DE EMPRENDIMIENTO

Ley de fomento a la cultura emprendedora (Ley 1014 del 2006).

Esta ley tiene como propósito fomentar el espíritu emprendedor en todas las instituciones de educación del país, ajustándose a los principios establecidos en dicha ley, en donde aquellos principios hacen parte de un conjunto de normativa para encaminar el emprendimiento y la creación de empresa según una política de estado [14, p. 2].

De igual manera, se busca fortalecer la cultura empresarial y emprendedora por medio de mecanismos de herramientas de fomento productivo en cual, se articula el sistema educativo con el sistema productivo nacional generando competencias integrales y conjuntas del ser humano en beneficio de la catedra empresarial [14, p. 2].

De acuerdo a la ley 1014 establece ciertos principios objetivos fundamentados en el soporte no financiero y en ciencia, tecnología e innovación.

Iniciación formal de la actividad empresarial: simplificación de trámites, reducción de costos, distribución de información y control de formalidad [14].

Financiación: Capital semilla, capital de riesgo privado, redes de inversionistas, banca de oportunidades y fondo nacional de garantías [14].

Articulación: red nacional y redes regionales, comisiones regionales, competitividad y coordinación con actores (grandes empresas y fundaciones) [14].

Ley de desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa (Ley 905 de 2004).

La ley MIPYME hace parte de la modificación de la ley 590 del 2000 en el cual, tiene como propósito promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas de acuerdo a disposiciones favorables para su creación y operación integral, resaltando las capacidades que generan oportunidades de empleo, desarrollo económico regional, las aptitudes de los sectores de producción [15].

Por otra parte, define y clasifica los tamaños de las empresas de acuerdo a sus activos y planta de empleados. Además, determina la normativa estatal en cuanto a contrataciones estatales, acceso a créditos y beneficios tributarios [15] - [16, pp. 51-56].

Tabla 6.1.1. Clasificación por tamaño de empresa.

TAMAÑO DE EMPRESA	EMPLEADOS	ACTIVOS
Mediana empresa	entre 52 y 200 empleados	Entre 5.001 a 30.000 SMMLV
Pequeña empresa	Entre 11 y 50 empleados	Entre 501 y 5000 SMMLV
Microempresa	No superior a los 10 empleados	Menos de 500 SMMLV

Fuente: Políticas públicas de emprendimiento en Colombia [16].

6.2. MARCO CONCEPTUAL

Análisis PESTEL

Consiste en una herramienta de planificación empresarial para determinar las variantes del mercado y como pueden llegar a afectar la idea principal en un futuro. Este análisis permite contextualizar la idea de negocio y evaluar su comportamiento en aspectos generales a su entorno.

Aspectos importantes:

1. Aspectos Políticos: se debe examinar el estado oficial, los cambios que se puedan producir a medida del gobierno y el impacto que pueda haber según el plan de negocio y emprendimientos.
2. Aspectos Económicos: se debe observar el propósito de la economía en cuanto a la progresión de la renta, el estado financiero y el ingreso a recursos.
3. Aspectos Socioculturales: análisis demográfico y cultural afectado o beneficiado por el mercado del entorno.
4. Tecnología: hace contexto a los componentes físicos e innovaciones tecnológicas que impacten la propuesta de negocio.
5. Ecología: hace referencia al entorno ambiental y como puede ser afectado la idea de negocio.
6. Legislación: normativa legal, nacional o local que impacten la propuesta de negocio [11].

Análisis FODA

Es un análisis distinguido debido su efectividad en cuanto a planificación empresarial trata. Este método de análisis permite posición la empresa en una situación concreta y posteriormente, dar lugar a posibles proyecciones futuras de la empresa. Para esto se considerarán 4 características, fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades. Al determinar estas características permite definir los factores externos, por medio de las amenazas y oportunidades, y los factores internos, por medio de las fortalezas y debilidades [11].

Plan de negocio

El correcto control y desarrollo de un proyecto se ve enmarcado en la planificación de la empresa, desde la idea hasta la estructuración final de la compañía, para esto, se debe estipular un seguimiento de pasos o plan de negocio para minimizar el riesgo de fracaso, en donde se permite determinar la probabilidad de éxito de la empresa a futuro. Además, identificar que vacíos tienen los aspectos que integran la organización. Dicho esto, el plan de negocio representa la perspectiva del emprendedor por medio de la materialización de la información necesaria para dar forma a la idea de negocio [11].

Ahora bien, para dar forma a dicho plan de negocio se deben estudiar varios aspectos determinantes en el entorno de la empresa, aspecto de marketing o mercadeo, aspecto de producción, aspecto de organización y aspecto financiero [11].

Aspectos de Marketing

El estudio de marketing o mercadeo determina la competitividad de la empresa en el mercado y su proyección según su entorno. Este estudio es una herramienta para orientar el tipo de servicio y/o producto a ofrecer. Para el desarrollo de este estudio se consideran elementos tangibles e intangibles, en donde, se define la macro y micro localización del proyecto, la demanda según análisis demográfico en bases a las necesidades, la competencia en la zona, el producto y/o servicio a ofrecer, los potenciales clientes, el nivel de oferta, los canales de comercialización y una gestión de ventas [11].

Aspectos de Producción

Este aspecto es de gran importancia para la evolución de la empresa, puesto que, se establece un proceso de producción para satisfacer la demanda y la oferta del mercado. En este estudio se estima una variable de decisiones a nivel general, en cuanto a la cantidad de personal a contratar, la ubicación de la empresa, adquisición de la materia prima, gestión de flujos de caja con base a la inversión vs retorno, división de departamentos de producción independientes o integrales, mano de obra y entre otros. Dicho proceso permitirá estimar un capital inicial y determinar el posicionamiento de la demanda en ciertos periodos [11].

Aspectos de Organización y administración

En este aspecto evalúa la estructura organizacional, la gestión de personal, las capacidades conjuntivas del equipo de trabajo. Además, la formalización empresarial ante autoridades competentes del país, el tipo de sociedad en la que figura la empresa, el control de impuestos y aportes tributarios. Por otra parte, la administración de actividades económicas, facturación, control y gestión de materia prima y entre otros. De manera general, este estudio es fundamental para poner en

marcha el proyecto y también, llevar administración de la inversión en base a una figura legal y salvaguardar el patrimonio de la empresa [11].

Aspectos Financieros

En este estudio determina la inversión inicial que se requiere para poner en marcha la empresa, de igual manera, mide el nivel de riesgo de su inversión. Además, evalúa el tipo de financiamiento del capital y la selección de la entidad bancaria más adecuada. También se estima la rentabilidad y la amortización del capital invertido. En este apartado se determina el nivel de riesgo y la exposición de la organización [11].

6.3. ESTADO DEL ARTE

Para el desarrollo de esta sección, se ha llevado a cabo la consulta y revisión de proyectos y estudios relacionados con los objetivos principales de esta investigación. A continuación, se describirá los proyectos investigados con la misma modalidad de grado y con similitudes objetivas:

El primer proyecto corresponde a “Creación de empresa de remodelación de vivienda en Bogotá” [17] presentado por Anderson Steven Padilla García, Cesar A. Hernández Quintana, Giovanni Gutiérrez estudiantes de especialización en gerencia de proyectos de la Universidad Piloto de Colombia. El trabajo tiene como objetivo crear una empresa para la remodelación de viviendas usadas en Bogotá con un presupuesto de aproximado de 30.000.000 de pesos en tan solo 3 meses [17], en donde plantean problemas sobre la poca inversión en finca raíz y el alza de los precios en inmobiliarios nuevos de Bogotá, junto con estrategias de investigación descriptiva y técnicas de gerencia desarrollado en la correspondiente especialización.

En el segundo proyecto corresponde a “plan de negocios para la creación de una compañía prestadora de servicios integrales de administración para inmuebles de uso habitacional” [18] presentado por María Del Pilar Aya Jamaica y Aura María Fernández Sandoval estudiantes de administración de empresas de la Universidad de la Salle de Bogotá. El trabajo tiene como objetivo desarrollar un plan de negocio para una empresa prestadora de servicios administrativos de conjuntos residenciales e inmuebles habitacionales de Bogotá, donde sea abordaron estrategias de investigación en gestión, administración y organizaciones. Además, aplicativos administrativos y financieros para el desarrollo de los objetivos planteados del proyecto [18].

Como tercer proyecto corresponde a “plan de negocios para la creación de una empresa de ingeniería civil integral en la ciudad de Medellín” [19] presentado por Vanessa Alejandra Cardona Valencia, Cristhian Andrés Valencia Betancourt estudiantes especialistas en finanzas, preparación y evaluación de proyectos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. El proyecto tiene como finalidad

determinar la viabilidad de la creación de empresa en el sector constructivo, haciendo énfasis en la línea base de gerencias financieras y administrativas, además determinar el mercado del sector con las correspondientes ventajas y desventajas para las empresas jóvenes según la región [19].

Tabla 6.3.1. Estado del arte.

Año	Autor	Título	Tipo de documento	Aplicación
2016	Anderson Steven Padilla García, Cesar A. Hernández	Creación De Empresa De Remodelación De Vivienda En Bogotá	Tesis de grado en Especialización	Relación en el objetivo en general en cuanto a la remodelación de viviendas.
2012	Felipe Stand Villarreal, Diego Enrique Sánchez García, Andrés Mauricio Cuellar Chacón	Creación De Empresa Constructora ADF S.A.S.	Informe De Investigación Final	Relación en el plan de negocio en el servicio de construcción de inmuebles.
2017	Jorge Luis Cuevas Muñoz	Plan Estratégico De Gestión Aplicado En La Industria De La Construcción. Caso De Estudio: Empresa DIARCO GROUP S.A.S.	tesis de grado para pregrado	Relación en la estructuración organizacional de una constructora.
2017	John Alejandro Briñez Pachon	Creación De Una Empresa De Construcción Enfocada Hacia La Ejecución De Obras Civiles De Menor Cuantía	tesis de grado para pregrado	Relación en la formación de una constructora en general.
2010	Ingrid Rivera Avellaneda	Plan De Negocio Para La Creación De Una Constructora Enfocada Hacia La Arquitectura Sostenible En Estratos Altos De La Ciudad De Bogotá	tesis de grado para pregrado	Relación en la formación de constructora de viviendas en general.

Fuente: propia.

6.4. MARCO NORMATIVO

Para la formalización legal y constitución ante entidades competentes es pertinente seguir unos estatutos, requisitos y normas para consolidar la figura legal de la empresa, a su vez, estipular el tipo de persona jurídica y la sociedad organizacional.

Tabla 6.4.1. Normativas.

Año	Norma	Aplicación
2002	LEY 789 (código sustantivo del trabajo)	Creación el FONDO EMPRENDER (Art.40).
2003	DECRETO 934 (reglamentación del funcionamiento del FONDO EMPRENDER)	Administración del financiamiento del FONDO EMPRENDE.
2019	Trámites jurídicos y tributarios para crear empresa (Cámara de comercio)	Formalización legal de la empresa con figura jurídica
2004	LEY 905 Mipyme	Promoción de pequeña y mediana empresa en el país.
2005	RESOLUCION 470 (Superintendencia financiera)	Fondo del capital privado
2006	DECRETO 4466	Constitución de nuevas empresas.
2015	Decreto 1077 Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio de Villavicencio	Licencias de construcción y sus modalidades
2019	Código de comercio	Títulos III, IV,V,VI,VII,VIII,IX (Sociedades comerciales)
2010	LEY 1429 (beneficios tributarios)	Adquisición de beneficios fiscales para pequeñas empresas
2006	LEY 1014 (Fomento a la cultura del emprendimiento)	Formación de emprendimiento.

Fuente: propia.

7. RECURSOS

7.1. PERSONAL

Tabla 7.1.1.Recursos.

PERSONAL	NOMBRE	PERFIL	EXPERIENCIA
Estudiante	David Mateo Carrillo Velandia	Estudiante de ingeniería civil, Universidad Santo Tomas.	Estudiante de ingeniería civil de 10mo semestre
Director	Julieth Natalia García Solano	Ingeniera industrial, Esp. Sistemas integrados de gestión HSE, M.S. en Dirección y Gestión de Proyectos.	Docente tiempo completo en la Universidad Santo Tomas (2017-2020). Especialista en Gases del Llano SA (2014-2018)

Fuente: Autor.

7.2. EJECUCIÓN PRESUPUESTAL

Tabla 7.2.1. Presupuesto del proyecto.

CONCEPTO	Hora semanal	Costo hora [Pesos]	Tiempo de dedicación [Semanas]	TOTAL [Pesos]
Personal				
Director – Asesor	3	\$85.000	20	\$5'100.000
SUBTOTAL				\$5'100.000
Recursos operativos				
Gasto en papelería e información				\$50.000
Correcciones e impresión				\$100.000
Toma de copias – anillado o empaste de documentos				\$100.000
SUBTOTAL				\$250.000
SUBTOTAL GENERAL				\$5'350.000
Imprevistos (10%)				\$535.000
TOTAL GENERAL				\$5'885.000

Fuente: Autor.

8. METODOLOGÍA

8.1. DESCRIPCION DE ETAPAS Y TAREAS

Para el desarrollo del presente trabajo se establecen 3 fases para la formulación general del proyecto, en donde esta subdivididas por etapas que integra el plan de negocio de la empresa.

En la primera fase se contemplan los estudios necesarios para determinar la factibilidad de la empresa, partiendo de la recopilación de información siendo investigación empírica y encuestas. principalmente se desarrolla el estudio de mercado para determinar las potenciales oportunidades, puesto que es un estudio fundamental para elaborar los demás estudios.

Luego, se desarrolla el estudio técnico para definir los recursos y los procesos operativos, igualmente el estudio socio-económico para establecer los posibles impactos a nivel social y económico.

Posteriormente, en la segunda fase está compuesta por la constitución de la empresa indicando el tipo de organización y personal requerido, tipo de sociedad comercial y el simulacro de registro mercantil ante la Cámara de comercio.

Finalmente, la fase de financiación, en donde se determina el estudio financiero junto el presupuesto inicial de inversión y sus correspondientes tasas de retorno y oportunidad. Además, se identifican las fuentes de financiación para la empresa.

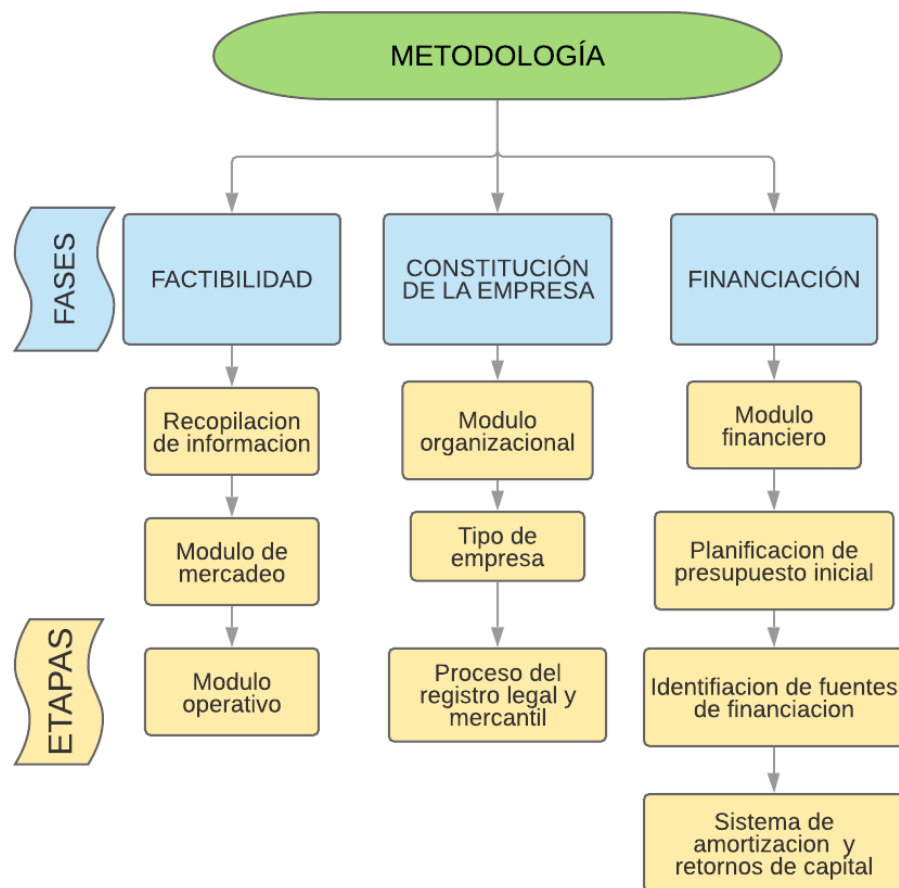


Ilustración 8.1.1. Metodología del proyecto. Fuente: Autor.

8.2. POBLACIÓN, MUESTRA, VARIABLES E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

La creación de empresa está proyectada principalmente en la ciudad de Villavicencio, Meta. En el cual, cuenta con una población aproximada de 452.472 habitantes en zona urbana [20]. Población adecuada para llevar a cabo un sistema de recolección de datos para estudios tales como, estudio financiero y estudio de mercado y marketing.

La muestra a considerar es toda la población compatible con ciertas características de interés comercial, específicamente en aspectos relacionados con vivienda o inmuebles, con intenciones en realizar adecuaciones, remodelación o rehabilitación de vivienda. Además, desarrollar un estudio en relación a la memoria del mercado, evaluar si el tipo de construcción que se plantea y tengan buenas características comerciales en Villavicencio. Por lo tanto, la capacidad muestral puede ser representativamente amplia.

El instrumento adecuado para esta recolección de datos es tipo encuesta, teniendo en cuenta todas sus metodologías para recolección de datos, tal como, encuesta por escala, en donde permite identificar el comportamiento, rasgos o características de interés aplicado en el estudio de mercado. Otro tipo de encuesta es una lista de cotejo, puesto que permite determinar indicadores, especificar orden o secuencia de indicadores o dimensionar intereses que influyen en la toma de decisiones de una empresa. También, tipo encuesta de selección múltiple para recopilar información de interés específica o deseada, información de tipo característico del mercado como oferta y demanda según el servicio a ofrecer.

Las variables están enmarcadas con base al sector constructivo, en el cual, previamente se deben identificar los tipos de servicio a ofrecer y que cantidad se cliente son representativos para la proyección de la empresa, clientes que tengan intereses en invertir en viviendas de tipo usada o nueva, e identificar la razón de su inversión y el tipo de inversión. A su vez, determinar el patrón o indicador que le incide en la necesidad de invertir en viviendas o inmuebles. Además, cuestionar con qué frecuencia la muestra de clientes adquiere este tipo de servicios relacionados con adecuaciones, renovaciones, remodelaciones y rehabilitaciones de inmuebles en general.

Con el fin de analizar el mercado actual de las remodelaciones y adecuaciones en la ciudad de Villavicencio, se formuló una encuesta de 8 preguntas de selección múltiple para determinar el punto de vista de los clientes potenciales respecto a este tipo de empresas. El público objetivo para esta encuesta son aquellos propietarios de viviendas de estrato 2 en adelante, por lo tanto, se segmentó el público de acuerdo al tipo de vivienda VIS y NoVIS en la ciudad de Villavicencio.

La encuesta se realizó en los conjuntos y/o torres de apartamentos de la ciudad de Villavicencio, específicamente en Condominio el Paraíso Jordán, Conjunto Palma Real y Conjunto Mirador de Llano 2; la encuesta se efectuó por medio de la herramienta digital Formularios de Google.

Se realizó 68 encuestas de acuerdo al tamaño muestral:

- Nivel de confianza (Z): 1.645 para un nivel de confianza del 90%.
- Proporción esperada (P): 50%
- Probabilidad de fracaso (Q): 50%
- Error admisible (d): 10%

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{d^2}$$
$$n = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2} = 67.7$$
$$n = 68 \text{ encuestas}$$

9. MÓDULO DE MERCADOS

9.1. ENCUESTA

Encuesta de percepción para la creación de una empresa constructora enfocada en remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles en la ciudad de Villavicencio.

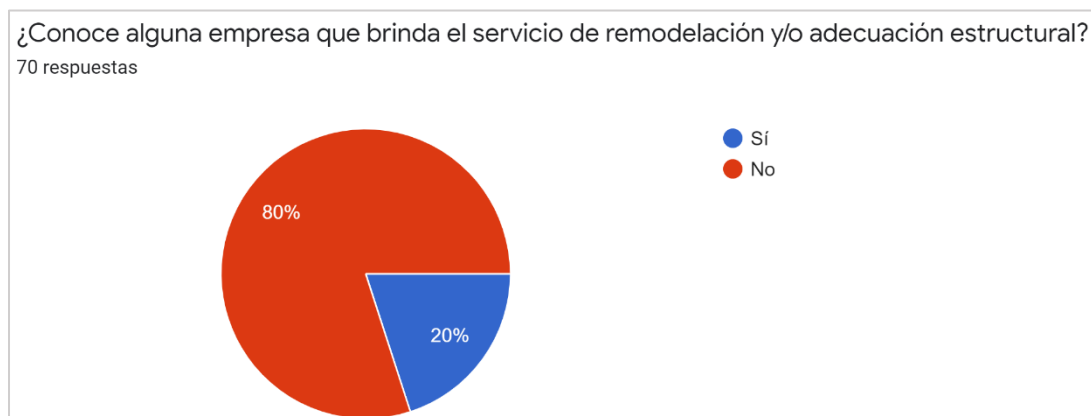
Esta encuesta se desarrolla con fines académicos para determinar la viabilidad de la empresa en aspectos de mercadeo en la ciudad de Villavicencio. El cual tiene como objetivo proponer un plan de negocio en el sector constructivo.

1. ¿Conoce alguna empresa que brinda el servicio de remodelación y/o adecuación estructural?
 - A. Si.
 - B. No.
2. Seleccione del 1 al 5 que tan importante considera usted que haya una empresa que brinda el servicio de asesoría y tramite de licencias de construcción. (escala likert)
 1. Poco importante.
 5. Muy importante
3. Seleccione del 1 al 5 que tan de acuerdo estaría usted en contratar una empresa que brinda servicios de remodelación y rehabilitación de inmuebles. (escala likert)
 1. Totalmente en desacuerdo.
 5. Totalmente de acuerdo.
4. En caso de realizar una remodelación en su inmueble, prefiere contratar...:
 - A. Una empresa experta.
 - B. Maestro de obra o persona con conocimiento.
 - C. Prefiere no contratar a nadie y lo hace usted mismo.
5. ¿Cuándo fue la ultima vez en realizar una adecuación o remodelación en su inmueble?
 - A. Menos de 6 meses.
 - B. Menos de 1 año.
 - C. Mas de 1 año.
 - D. Nunca.
6. ¿Por cuales motivos realizaría una remodelación o adecuación de su inmueble?
 - A. Pretende arrendar o vender el inmueble.
 - B. Mejorar estéticamente el inmueble.
 - C. Por necesidad (presenta lesiones o patologías estructurales).
 - D. No realizaría remodelación.

7. Seleccione del 1 al 5 que tan satisfecho esta con la última remodelación que realizó es su casa. (escala likert)
1. Insatisfecho
 5. Satisfecho
8. ¿Qué aspectos considera más importante cuándo va a realizar una remodelación en su inmueble? (seleccione las opciones que crea necesario).
- A. El precio.
 - B. Que la persona a contratar sea capacitada y autorizada por una empresa.
 - C. Que la persona a contratar sea recomendada por alguien más.
 - D. El trabajo a realizar sea rápido y eficiente.
 - E. El servicio cuente con certificado técnico o garantía.
 - F. No considera ningún aspecto.

9.2. ANALISIS DE ENCUESTA

De acuerdo al grafico 9.2.1 se evidencia que el 80% de los encuestados no tiene conocimiento alguno de una empresa dedica a la remodelación de inmuebles en la ciudad, considerando que el trabajo informal en este tipo de servicio es el más común, en cambio, el 20% restante afirma conocer una empresa similar o igual que cumpla con dicho servicio, esta competencia se determina mas adelante en la competencia directa.



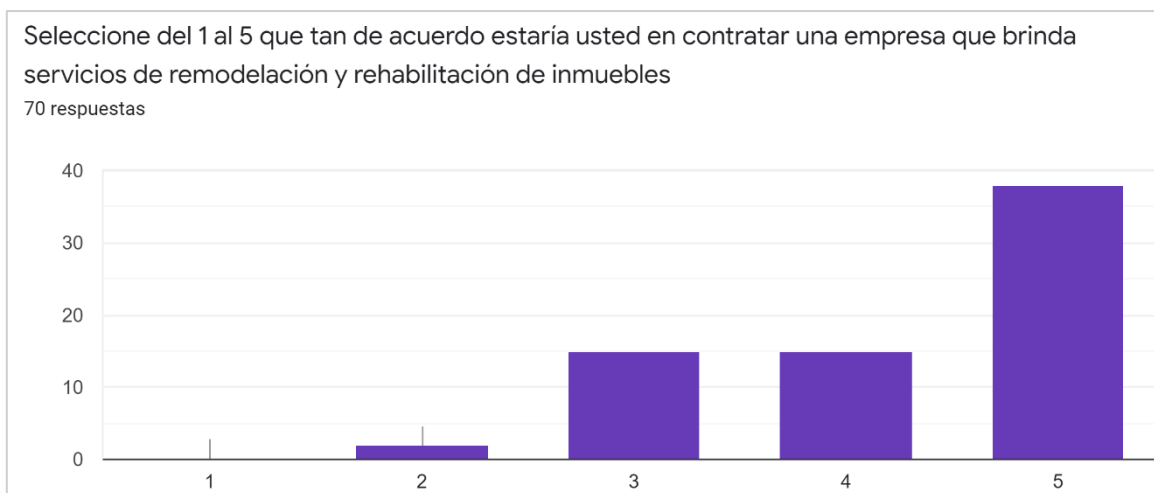
Grafica 9.2.1. Análisis pregunta N.o.1. Fuente: propia.

Como se evidencia en el grafico 9.2.2, el 52% de los encuestados considera que es importante contar con una empresa experta en el trámite y asesorías en licencias de construcción, siendo este, uno de los servicios ofertados por la empresa. Por otro lado, el 5,7% considera poco importante contar con una entidad experta en dichos temas, asumiendo que son personas que ya tienen conocimiento o han tramitado alguna vez licencias constructivas.



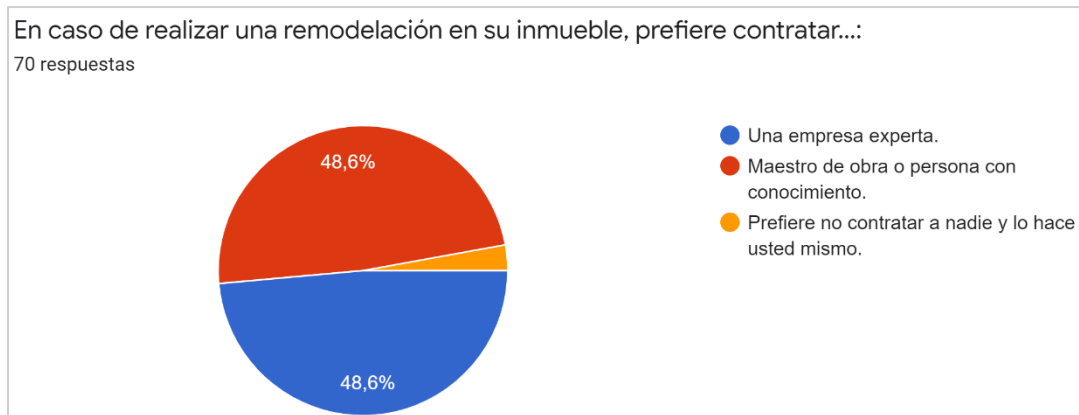
Grafica 9.2.2. Análisis pregunta N.o.2. Fuente: propia.

Para la pregunta número 3, se determina que hay una tendencia moderadamente positiva, en cuanto a contratar una empresa que ofrece servicios de remodelación y adecuación de inmuebles, tal solo el 2,9% se encuentra un levemente en desacuerdo.



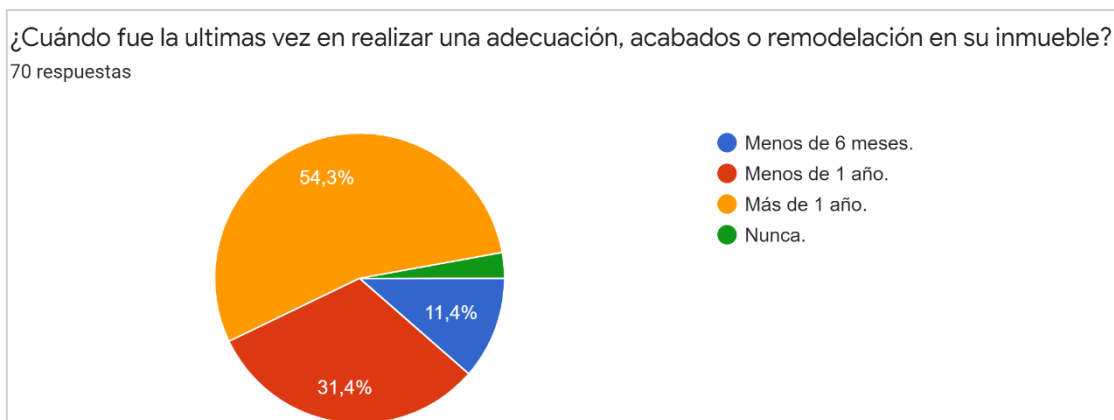
Grafica 9.2.3. Análisis pregunta N.o.3. Fuente: propia.

En el caso del grafico 9.2.4., se observa que un maestro de obra o personal con conocimiento representa una clara competencia para la empresa, de esta manera, se puede deducir que la preferencia surge por falta de conocimiento de una empresa dedicada a estos servicios. Factor a considerar para implementar estrategias de marketing y publicidad.



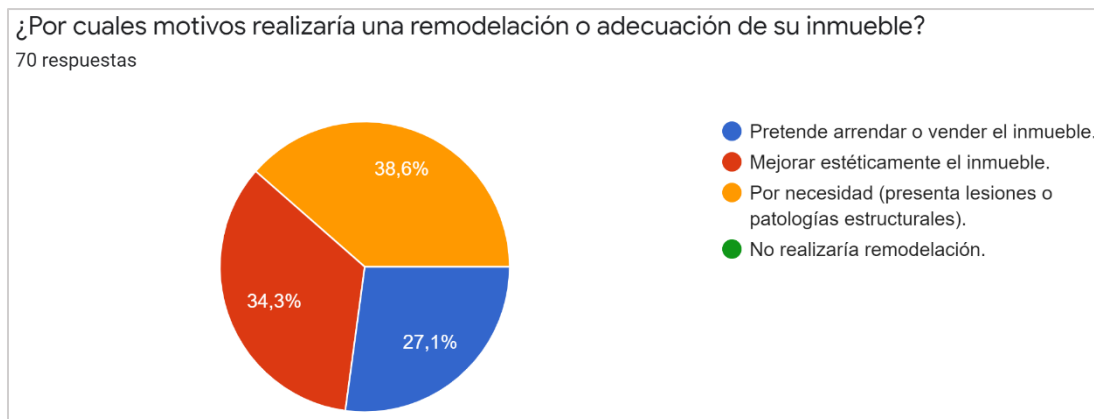
Grafica 9.2.4. Análisis pregunta N.o.4. Fuente: propia.

Para el grafico 9.2.5., se identifica que la probabilidad de recurrencia en contratar una empresa para remodelar un inmueble es alrededor de un 40%, cabe aclarar que el producto final de los servicios es duradero, por lo tanto, se considera que es un porcentaje a favor.



Grafica 9.2.5. Análisis pregunta N.o.5. Fuente: propia.

En el grafico 9.2.6., se puede asumir que las remodelaciones y adecuaciones son realizadas en igual porcentaje según sus motivos. En un análisis detallado de la encuesta, la mitad del 27% de las personas que realizan una remodelación porque pretenden arrendar o vender, lo realizan al menos 1 vez a al año, dato determinado en el grafico anterior.



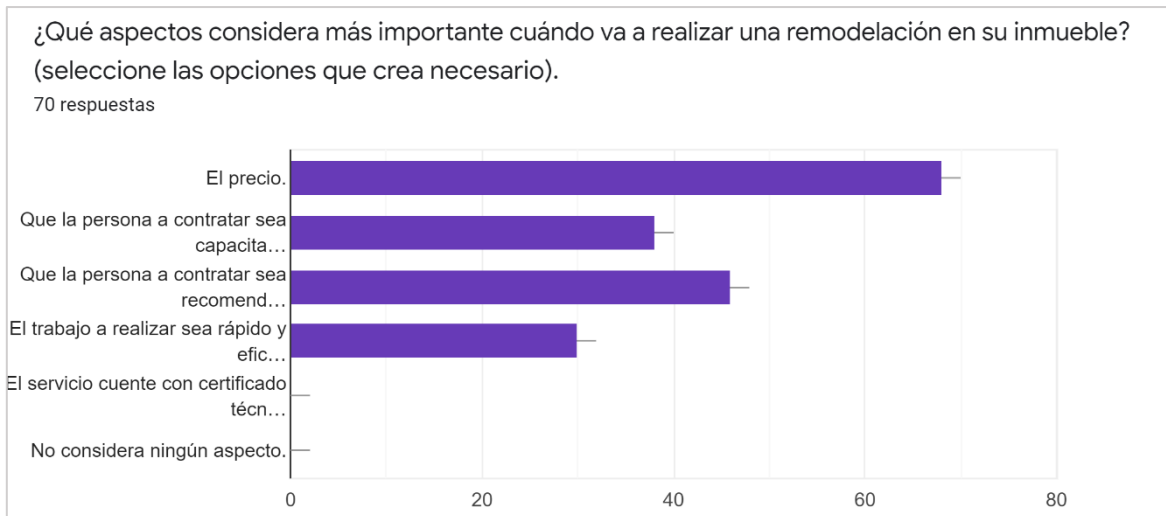
Grafica 9.2.6. Análisis pregunta N.o.6. Fuente: propia.

En el caso del grafico 9.2.7, se puede evidenciar que aproximadamente el 60% de los encuestados están satisfechos con la última remodelación realizada en sus inmuebles, determinando que el restante, equivalente a 22 encuestados se encuentran poco satisfechos.



Grafica 9.2.7. Análisis pregunta N.o.7. Fuente: propia.

Para la última pregunta, se identifica que los principales factores a la hora de contratar un servicio de remodelación es el precio y el conocimiento de quien realiza el trabajo, adicionalmente, que el trabajo sea rápido y eficiente.



Grafica 9.2.8. Análisis pregunta N.o.4. Fuente: propia.

En conclusión, se determina que existe un mercado potencial para este tipo de nicho en la ciudad de Villavicencio, se presenta una demanda insatisfecha en donde la mayoría de su competencia es informal. Adicionalmente, de los encuestados, se evidencia que hay un porcentaje de clientes insatisfechos después de realizar una remodelación en sus viviendas, por lo tanto, es un factor importante a considerar para implementar una caracterización de calidad y profesionalismo en la empresa. Por otra parte, se identifica una irrelevancia entre la contratación de una empresa experta en remodelación y en una persona con conocimiento en construcción, de modo que el profesionalismo arquitectónico e ingenieril debe ser un factor innovador y llamativo para el posicionamiento de la empresa.

9.3. ESTRUCTURA DEL MERCADO

la estructura de mercado describe los mercados básicos de la economía en general, este compuesto por las principales características de los mercados económicos, tales como el número de consumidores y productores, el precio, entrada y salida del mercado, tipo de producto y composición general de la competencia. Existe cuatro tipos de estructuras de mercado principales, Competitivos (perfecta o imperfecta), monopolísticos, oligopólicos y competencia monopolística [21].

Para este tipo de empresa que brinda servicios de remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles en Villavicencio, se debe identificar de acuerdo a las características dichas anteriormente por medio del siguiente cuadro comparativo:

Tabla 9.3.1. Estructura de mercado.

Estructura de mercado	Competencia perfecta	Competencia monopolística	Oligopolio	Monopolio
Número de empresas	Muchas	Muchas	Pocas	Una
Producto	Homogéneo (Idéntico)	Diferenciado	Idéntico o diferenciado	Homogéneo (Único-sin sustitutos)
Barreras	Ninguna	Algunas	Muchas	Todas (acceso bloqueado)
Control sobre el precio	Ninguno	Poco	Considerable	Alto o Regulado
Concentración	Ninguna	Baja	Alta	Total
Ejemplos	Productos agrícolas	Restaurantes, panaderías	Autos, acero	Energía, agua potable

Fuente: Unidad 5 – Mercado de competencia perfecta [22].

De acuerdo al cuadro comparativo, la estructura de mercado idóneo para crear la empresa es de competencia monopolística, puesto que obedece a un modelo entre competencia perfecta y monopolio, debido a que el producto (servicio) de la empresa es un producto diferenciado, es decir, se ofrece un producto similar pero con atributos distintos a la competencia, en donde cumple con la misma necesidad o demanda; esto quiere decir que se estiman competidores que puedan sustituirse entre sí por la similitud de productos. Por lo tanto, el número de empresa en dicho mercado puede ser ilimitado sin que haya un competidor favorito o más importante que los demás competidores [23]. Por otra parte, el control sobre el precio es manejado por la propia empresa de acuerdo al costo marginal y dependerá según la demanda y la oferta de las otras empresas. Además, la entrada y salida de nuevas empresas al mercado es relativamente sencillo y sin muchos obstáculos.

9.4. PRODUCTO O SERVICIO

El producto principal que pretende ofrecer la empresa está catalogado como prestadora de servicios de remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles o bienes en proceso de finalización en el departamento del Meta y en Villavicencio, en donde contará con personal profesional y técnico especializado según sea la demanda.

Específicamente los servicios abarcan desde construcción de obra nueva, interventoría, acabados para construcción, ampliación de una edificación existente, diseño estructural o arquitectónico, rehabilitación o adaptación parcial o total de un inmueble, adecuación según el uso de la edificación, reforzamiento estructural, reconstrucción de inmueble y entre otros servicios constructivos de obra civil, plomería, cielo raso, cubiertas, pintura, electricidad, pisos, muros y demás mejoras

menores o locativas. Asimismo, como subproducto se plantea contar con el servicio de asesoría y tramite de licencias de construcción.

Algunos servicios a ofrecer deberán contar con la licencia de construcción y sus modalidades, siendo un requisito técnico certificado por la Curaduría urbana de la ciudad que corresponda. Cabe destacar que las mejoras o intervención menores o locativas no requieren de dicha licencia.

Como valor agregado, los servicios contarán con la asesoría personal en el acompañamiento, chequeo y avalúo previo al trabajo a realizar con el respectivo despliegue de portafolio de servicios. Esto permitirá suplir con exactitud las necesidades de los clientes. Además, con acompañamiento de un profesional en la construcción facilitaría la identificación de necesidad demandas, por medio de un proceso de acompañamiento seguido de una negociación con el contrato del servicio a ejecutar, y la ejecución del servicio siguiendo las técnicas profesionales de construcción.

9.5. CLIENTES POTENCIALES

La empresa constructora brindara servicios a propietarios de inmuebles que deseen realizar remodelaciones en construcciones o requieran de servicios varios de construcción y acabados, con la finalidad de ser habitados por los mismos propietarios o para fines comerciales. La empresa está dirigida a consumidores que cumplan con los siguientes perfiles de consumidor:

- Consumidor individual o particular: persona natural o propietario de inmuebles que pretende cubrir una necesidad con fines constructivos, ya sea construcción, remodelación, acabados o servicios constructivos adicionales con el propósito de vender, habitar o arrendar el inmueble. algunas de las principales características de los consumidores particulares son aquellos propietarios que poseen inmuebles en obra gris o viviendas de interés social.
- Consumidor industrial: empresas constructoras que requieren de servicios de adecuaciones, acabados y servicios constructivos adicionales con el propósito de finalizar un proyecto constructivo. De igual manera, aquellas agencias inmobiliarias que requieran de renovaciones, remodelaciones y acabados en sus inmuebles
- Consumidor institucional: Institución privada o pública que requiere de servicios de construcción, remodelación, acabados y servicios constructivos adicionales en un cierto número de inmuebles de uso propio de la institución.

9.6. COMPETENCIA

En la ciudad de Villavicencio la competencia para este tipo de empresas no es muy elevada, existe un cierto número de empresas calificadas y verificadas que brindan servicios iguales a los planteados anteriormente, estas empresas representan una competencia directa en el mercado. De igual manera, se considera los competidores

potenciales que hacen parte de la informalidad, pero no están integrados en el mercado, muchos usuarios deciden contratar personal sin una formación profesional o técnica y sin experiencia certificada. Por lo tanto, este tipo de competencia se mide con la informalidad que tiene el sector de la construcción en Villavicencio. El siguiente grafico se presenta en unidades de porcentaje para el año 2018:

Tabla 9.6.1. Informalidad en el sector constructivo en Villavicencio para el 2018.

	Agricultura - Minas	Industria	Construcción	Comercio	Transporte	Interm. Fin	Otros
Barranquilla	51,16	41,20	71,02	71,92	69,99	24,76	36,61
Bogotá	36,88	34,57	63,72	61,55	45,63	6,66	29,02
Bucaramanga	30,03	62,01	62,52	72,30	73,01	17,90	36,55
Cali	51,74	33,44	57,57	61,70	61,03	10,96	37,20
Cartagena	57,70	51,97	77,05	64,38	70,57	9,05	35,34
Cúcuta	54,42	75,40	80,08	85,18	85,30	42,84	44,06
Ibagué	50,36	50,93	63,60	72,78	64,07	15,19	34,74
Manizales	49,48	23,89	51,30	64,45	51,87	13,22	28,41
Medellín	49,45	29,57	43,95	60,16	56,54	5,40	33,04
Montería	78,61	68,34	64,83	74,73	83,49	23,44	37,70
Pasto	67,53	66,48	59,29	72,24	79,87	10,20	36,26
Pereira	38,68	34,38	58,72	66,41	51,42	19,78	40,64
Villavicencio	44,30	56,28	63,62	71,82	72,36	19,89	35,47

Fuente: Universidad del Rosario [24, p. 10].

Además, como competencia indirecta se estiman las empresas legales dedicadas a las decoraciones, diseño de interiores, distribuidores de materiales, equipos de construcción y cierto número de ferreterías, en donde ofrecen servicios similares de forma diferente por medio de adquisición de productos sustitutos o elementos constructivos. De acuerdo a lo anterior, se desarrolló el siguiente cuadro comparativo:

Tabla 9.6.2. Ventajas y desventajas de la competencia en el mercado.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA COMPETENCIA EN EL MERCADO		
Competencia	Ventajas	Desventajas
Competencia directa	Ninguna, se encuentra en las mismas condiciones del mercado.	Ninguna, se encuentra en las mismas condiciones del mercado.
Competencia indirecta	• Estrategia de ventas más eficaz. • Seguimiento de compra. • Insumo de materiales directo.	• Catálogo de servicios limitado. • Sin normas técnicas y licencias. • Sin especialidades. • Sin contrato legal. • Sin experiencia certificada. • Sin regulación de precios. • Sin normas técnicas y licencias. • Sin garantías.
Competencia potencial	• Precios bajos. • Horario laboral flexible. • Trabajo independiente.	

Fuente: Autor.

Ahora bien, en la competencia directa se estiman todas la empresas legales y certificadas que brindan servicios similares sobre remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles en la ciudad de Villavicencio, de acuerdo a la base de datos de directorios profesionales de constructoras y empresas en general de Habitissimo, Cámara de Comercio y Empresite Colombia, se recopiló el siguiente listado de empresas activas:

Tabla 9.6.3. Competencia directa.

COMPETENCIA DIRECTA		
No.	Empresa activa	Ubicación o contacto
1	ACABADOS DECORS S.A.S.	CARRERA 43 N 18 B SUR 49, VILLAVICENCIO, META
2	MAE CONSTRUCCIONES REMODELACIONES & ACABADOS S.A.S	SM 3 MZ 11 CA 20 BRR SAN ANTONIO, VILLAVICENCIO, META
3	JIMO CONSTRUCTORES ACABADOS Y REMODELACIONES S.A.S	CALLE 19 436, VILLAVICENCIO, META
4	AEB INGENIERIA CIVIL S.A.S	CARRERA 39 B 24 04 OF 203 BRR BOSQUE ALTO, VILLAVICENCIO, META
5	ACABADOS Y CONSTRUCCIONES FRANCO SAS	CALLE 10 SUR 31 03 BRR LA ROSITA, VILLAVICENCIO, META
6	REMODELACIONES Y ACABADOS AR S.A.S	CALLE 22 SUR 54 39 BRR PLAYA RICA, VILLAVICENCIO, META
7	CONSTRUCCIONES Y REMODELACIONES TU ENTORNO S A S	CALLE 14 SUR 10 03 URB VILLA MELIDA, VILLAVICENCIO, META

8	SERVICIOS CONSTRUCCIONES Y ACABADOS S.A.S	CALLE 13 B 44 94 BRR LA ESPERANZA 8, VILLAVICENCIO, META
9	CONSTRUCCIONES Y ACABADOS PALACIO SEPULVEDA SAS	CALLE 28 11 98 BRR PINILLA, VILLAVICENCIO, META
10	CONSTRUCCIONES Y ACABADOS VELEZ SAS	CALLE 28 11 92, VILLAVICENCIO, META

Fuente: Empresite, Cámara de comercio, Habitissimo.

9.7. PRECIO

El precio para la prestación de servicios será relativo según el tipo de trabajo a realizar y el contrato a pactar, por lo tanto, no cuenta con un precio fijo para cada servicio que se pretende ofrecer. El precio dependerá específicamente del tipo de trabajo, si es remodelación parcial o total, adecuación, rehabilitación parcial o total de una estructura, construcción parcial o total de un inmueble, terminación o acabados de un inmueble y entre otros servicios; de igual manera se debe contemplar el tipo de contrato a pactar con el cliente, en donde se estimará un precio global de mano de obra junto con los materiales o sí se desea estimar únicamente la mano de obra. Además, otro factor principal es el costo por metro cuadrado o por horas laboradas, será relativo al tipo de obra/labor a realizar. Cabe destacar que, al pertenecer a un mercado de competencia monopolística, la propia empresa controla los precios en factor de la demanda y competencia del mercado considerando el costo marginal de producción.

No obstante, para los servicios principales o más demandados tales como remodelación, terminaciones, acabados o adecuaciones se estima un precio por metro cuadrado desde \$ 400.000 pesos en adelante, considerando un presupuesto promedio preliminar entre \$ 1'500.000 y los \$ 20'500.000 por inversión total. Estos precios fueron contemplados según las ofertas de empresas de competencia, revistas de inmobiliarias, diseñadores de interiores y directorios profesionales para el año 2020 [25], [26], [27].

Adicionalmente, según el Estudio de Oferta y Demanda de Vivienda y Destinos no habitacionales del 2018 realizado por CAMACOL, afirma que las propiedades VIS y No VIS invirtieron en mejoras en un rango de precio entre los 11 millones y los 21 millones, es decir, las viviendas con costos desde los 135 salarios mínimos hasta más de los 335 salarios mínimos, gastaron en promedio 16 millones de pesos en mejoras para sus viviendas durante el 2018 [28].

9.8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los canales de distribución para una empresa que tiene como producto la prestación de servicios en el sector constructivo dependerá de la estabilidad del

mercado actual y de la reputación del producto, por lo tanto, la elección más viable para los canales de distribución es de carácter directo, puesto que permite la regulación, control de los precios y calidad de las ventas. Por el contrario, los canales de distribución indirectos están compuestos por intermediarios, mayoristas o minoristas, generando de esta manera, ineficiencia en la planeación de ventas, regulación de precios y controles de calidad por no disponer de un precio fijo por prestación de servicio, causando desconfianza y pérdida de clientes potenciales.

Ahora bien, en los canales de distribución directos se cuenta con asesoría comercial, publicidad y las relaciones públicas, estos serán los componentes principales para una correcta distribución de la empresa en el mercado. De esta manera, se contemplan tres metas principales para una promoción eficiente, tales como Informar, persuadir y recordar. Por consiguiente, se estiman los siguientes objetivos para lograr dichas metas:

- Posicionar la empresa en el mercado.
- Generar reconocimiento en el sector comercial.
- Impulsar la marca e imagen de la empresa.
- Persuadir a los clientes potenciales en la adquisición de los servicios ofertados.
- Informar a los clientes sobre los beneficios de los servicios ofertados.
- Recordar a los clientes sobre ofertas actuales de forma constante.

De acuerdo a las metas propuestas, se consideran las siguientes estrategias de comercialización:

- Se dispone de un asesor comercial externo que distribuye información mediante volantes o contacto puerta a puerta a potenciales clientes sobre los servicios a ofrecer, modalidades de renovaciones y remodelaciones, estilos de acabados, garantías, calidades y aliados.
- Se dispone de un asesor comercial interno que brinda el respectivo soporte a los clientes interesados en adquirir los servicios, llevando un seguimiento de venta, cotización detallada y retroalimentación general.
- Creación de página web oficial en donde permite a los interesados conocer sobre la empresa, catálogo de servicios, calculadora de presupuesto y accesos directos de contacto telefónico, vía WhatsApp, redes sociales, correo electrónico y ubicación.
- Publicidad por marketing digital mediante redes sociales como Facebook e Instagram, segmentando los potenciales clientes por ubicación geográfica, sexo, edad e intereses.
- Relaciones públicas con entidades estatales, tales como CAMACOL, Cámara de comercio, secretarías de planeación y entre otras entidades del sector constructivo, con el propósito de contribuir en programas de vivienda, retroalimentación de procesos constructivos, programas de emprendimiento y propuestas de negocio.
- Relaciones públicas con universidades, socios y empresas del sector constructivo con el propósito de participar en conferencias, debates y seminarios relacionados al sector constructivos.

9.8.1. Estrategia de marketing y publicidad

Según las metas propuestas anteriormente, se contará con un asesor comercial externo con el fin de distribuir los servicios e información característica de la empresa, para ello, se asigna el nombre de la empresa **MC REMODELACIONES**, el nombre es sencillo de recordar y cuenta con una palabra clave sobre el concepto de la empresa.

- **Logo de la empresa**

El logo cuenta con una ilustración minimalista y específico, está compuesto por texto redondo y legible con figuras geométricas básicas que representan la silueta del techo de una casa, simbolizando el enfoque principal de la empresa, sobre las obras civiles, inmuebles, viviendas y edificaciones. De igual manera, el texto “REMODELACIONES” simboliza el propósito objetivo de la empresa y el tipo de la actividad económica. Es un logo sencillo y fácil de recordar para los clientes.



Ilustración 9.8.1. Logo de la empresa. Elaboración: Propia.

○ Tarjeta de presentación



Ilustración 9.8.2. Tarjeta de presentación. Elaboración: propia.



Ilustración 9.8.3. Modelado de tarjeta de presentación. Elaboración: propia.

○ Volante publicitario



Ilustración 9.8.4. modelado del volante publicitario. Elaboración: propia.



Ilustración 9.8.5. Volante publicitario. Elaboración: propia.

9.9. ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA

La estructura del consumo para este mercado se determina de acuerdo a los motivos que originan la demanda, por consiguiente, se identifica el tipo de demanda para estimar aquellos motivos de origen. De acuerdo a la tesis guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos de la Universidad de Chile, se logra clasificar la demanda como tipo satisfecha no saturada en una temporalidad continua, es decir, se define satisfecha no saturada cuando el mercado satisface las necesidades en cierta medida pero se puede mejorar y aumentar la demanda mediante estrategias de mercadeo y ofertas, permitiendo de esta manera la entrada de nuevas empresas en el mercado; igualmente, se clasifica demanda de temporalidad continua debido al crecimiento poblacional que estará en continuo crecimiento durante largos periodos, puesto que el consumo es proporcional al crecimiento poblacional [29, pp. 52-53].

Para ejemplificar lo anterior, de acuerdo al informe especial de análisis de la cartera y del mercado de vivienda en Colombia, realizado por el Banco de la Republica, se evidenció que para el segundo semestre del 2019 las viviendas vendidas en las ciudades principales del país, Bogotá, Medellín y Cali se presentó una variación porcentual negativa de -1,4% para las tres ciudades y -0,2% únicamente para Bogotá, sin embargo, las ventas en los alrededores de Bogotá se mantuvo en un 5,3% [30, p. 8], de esta manera se puede demostrar que:

- El crecimiento poblacional es un factor a considerar para pronosticar la demanda futura del mercado.
- La demanda del mercado es continua.

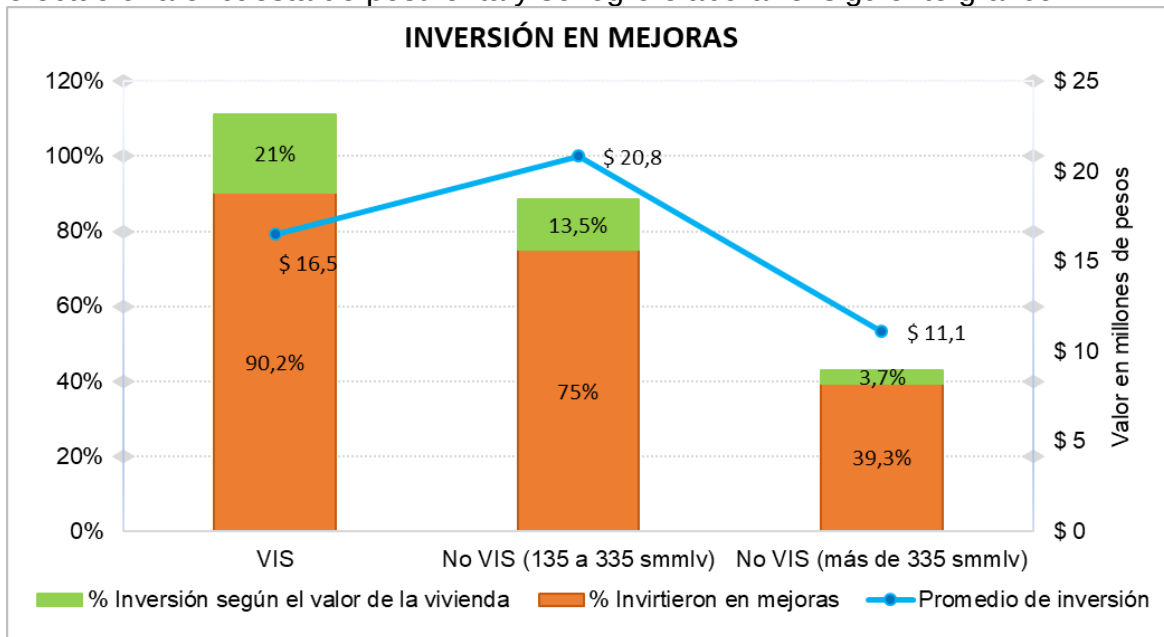
Por otra parte, uno de los principales factores que influyen en el mercado de remodelaciones y construcciones en inmuebles, son aquellas edificaciones nuevas que se encuentran en obra gris o en proceso de finalización de obra, por lo tanto, para medir la demanda, se divide en los siguientes tipos de consumidores que puedan poseer inmuebles nuevos:

9.9.1. Propietarios de viviendas VIS y No VIS

Las viviendas de interés social (VIS) son viviendas en donde el valor de venta máximo de la propiedad son 135 SMMLV para la ciudad de Villavicencio, y son otorgadas por medio de beneficios económicos del gobierno. Muchas de las constructoras de proyectos VIS deciden vender estas viviendas en obra gris para no exceder los 135 SMMLV y tener mayores utilidades, en el caso de excederse de dicho tope, perderían ciertos beneficios tributarios que ofrece el gobierno a las constructoras.

Ahora bien, el mercado inmobiliario en el departamento del meta, según cifras de CAMACOL Meta, las ventas se concentran principalmente en Villavicencio con un 65%, el cual está compuesto por un 46% por viviendas no VIS y en un 54% por

viviendas VIS, representado más de 500 unidades vendidas para el primer semestre del 2019 [31]. En otras palabras, muchas de estas 500 viviendas VIS fueron entregadas en obra gris, significando un porcentaje importante de clientes potenciales, en donde aportarían volumen en la demanda del mercado para tan solo un periodo de seis meses del 2019. Cabe resaltar, que existe un cierto porcentaje de estos clientes potenciales que están dispuestos y tienen la capacidad para realizar una inversión en sus viviendas; de acuerdo al Estudio de Oferta y Demanda de Vivienda y Destinos no habitacionales del 2018 realizado por CAMACOL, se efectuó una encuesta de postventa y se logró elaborar el siguiente gráfico:



Grafica 9.9.1. Inversión en mejoras. Elaboración: propia. Fuente: CAMACOL [28].

De acuerdo la Grafica 1. se determinó que el 90,2% de los hogares de viviendas VIS invierten en mejoras con un promedio de inversión de 16,5 millones de pesos, del cual equivale a una inversión adicional del 21% sobre el valor de la vivienda [28]. Por lo tanto, se evidencia un potencial en el mercado de las remodelaciones.

Por otro lado, las viviendas No VIS son aquellas propiedades cuyo valor es superior a los 135 SMMLV y pueden llegar a costar más de los 335 SMMLV para la ciudad de Villavicencio. Del 65% de las viviendas vendidas mencionadas anteriormente, el 45% de dicho porcentaje son viviendas No VIS, del cual equivalen a un aproximado de 445 unidades vendidas en Villavicencio para el primer semestre del 2019. de acuerdo al Estudio de Oferta y Demanda de Vivienda y Destinos no habitacionales del 2018, se identificó que el 75% de las viviendas entre los 135 y 335 SMMLV invirtieron en mejoras con un promedio de 20,8 millones de pesos, del cual equivale a una inversión adicional del 13,5% sobre el valor de la vivienda [28].

9.9.2. Fondo de pensiones y cesantías

Otra fuente de análisis son los fondos de pensiones y cesantías, en donde se ha presentado un tendencia positiva para el mercado de las remodelación en viviendas,

según la Federación Colombiana de Lonjas de Propiedad Raíz (FEDELONJAS), afirma que el 50% de las cesantías y pensiones se han destinado para la remodelación y compra de viviendas en los últimos 10 años, es decir, de los 40 billones de pesos en cesantías, 20 billones se han invertido en mejoras o en compra de viviendas, igualmente, para el 2019, se gastó alrededor de 3,2 billones en hipotecas, remodelaciones y compra de inmuebles. Aunque, estos fondos son destinados para auxiliar en situaciones de crisis o desempleo, muchos trabajadores de bajos recursos deciden invertir en propiedades con el fin de valorizar sus predios [32], siendo esto, otro de los mercados indirectos en donde las remodelaciones y mejoras de vivienda influyen en el sector inmobiliario y finca raíz.

10. MÓDULO OPERATIVO

10.1. DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS

Remodelación de inmuebles

Como servicio principal, se cuenta con la remodelación de viviendas urbanas que pretenden cambiar aspectos arquitectónicos y físicos de los predios. Estas intervenciones abarcan desde las modificaciones estructurales, rehabilitaciones y ampliaciones de inmuebles. Este servicio está compuesto por el ingeniero civil o arquitecto que lidera el proyecto, maestro de obra y obreros, cada uno de los integrantes de la cuadrilla de trabajo contará con certificado de experiencia en labores constructivas.

El servicio se ejecuta inicialmente con un asesoramiento y solicitud de cotización, luego se realiza una visita de cotización, seguido de la negociación y pacto de contrato de obra, una vez aprobado se estima el cálculo de cantidad requerida, solicitud de permisos y licencias, asignación de cuadrilla y profesional, después la compra materiales de obra dependiendo del contrato y finalmente ejecución de la obra, cerrando con plano o/y informe de obra.

Diseño estructural y arquitectónico

Este servicio cuenta con el diseño estructural y arquitectónico cualquier tipo de edificación o estructura, diseño realizado al detalle por ingenieros civiles estructurales o arquitectos según sea el caso. El diseño está compuesto por planos estructurales y/o arquitectónicos con las respectivas especificaciones, memoria de cálculos, materiales de construcción y cantidades de obra dependiendo del proyecto y del cliente; dicha información, será recopilada en un informe final que se entregará al cliente.

El servicio se ejecuta inicialmente con un asesoramiento y solicitud de cotización, luego se realiza una visita de cotización, seguido de la negociación y pacto de contrato de obra, una vez aprobado se realiza el replanteo y levantamiento topográfico requerido, solicitud de permisos y licencias, cálculo de cantidad si se requiere, estudios preliminares, diseño estructural y arquitectónico, modelado de planos y cerrando con plano o/y informe de final.

Interventoría

Consiste en brindar un servicio más especializado al cliente, de acuerdo al seguimiento, gestión y control en el cumplimiento de aspectos generales de un contrato, únicamente para obras de menor cuantía. Adicionalmente, velar por los parámetros técnicos y normativos durante los procesos de construcción de obra. El profesional asignado para este servicio es un ingeniero civil.

El servicio se ejecuta inicialmente con un asesoramiento y solicitud de cotización, seguido de la negociación y pacto de contrato de obra, una vez aprobado se asigna el profesional, después la ejecución de labores dependiendo del contrato y finalmente se entrega reportes e informes.

Servicios constructivos

Los servicios constructivos están compuestos desde la construcción de inmuebles nuevos hasta de intervenciones de obra locativas, tales como acabados, adecuaciones, cielo raso, electricidad, plomería y entre otras mejoras menores. Para este servicio está encargado el maestro de obra o ingeniero civil según el tipo de proyecto.

Como servicio adicional, se cuenta con el asesoramiento y diligencia de las licencias de construcción de obra civil, tanto de los proyectos contratados como de aquellos clientes quienes demanden únicamente de este servicio. Esta labor será responsable el arquitecto de la empresa.

El servicio se ejecuta inicialmente con un asesoramiento y solicitud de cotización, luego se realiza una visita de cotización, seguido de la negociación y pacto de contrato de obra, una vez aprobado se estima el cálculo de cantidad requerida, solicitud de permisos y licencias, asignación de cuadrilla y profesional, después la compra materiales de obra dependiendo del contrato y finalmente ejecución de la obra, cerrando con plano o/y informe de obra.

10.2. PLAN OPERATIVO

RECURSOS

Inicialmente, los recursos primordiales que requiere a la empresa para su apertura y su sostenimiento, está compuesto por recursos externos e internos, divididos en insumos, financiación, ejecución de proyectos y gestión y administración. Recursos que se consideran necesarios para la operación comercial de la empresa.

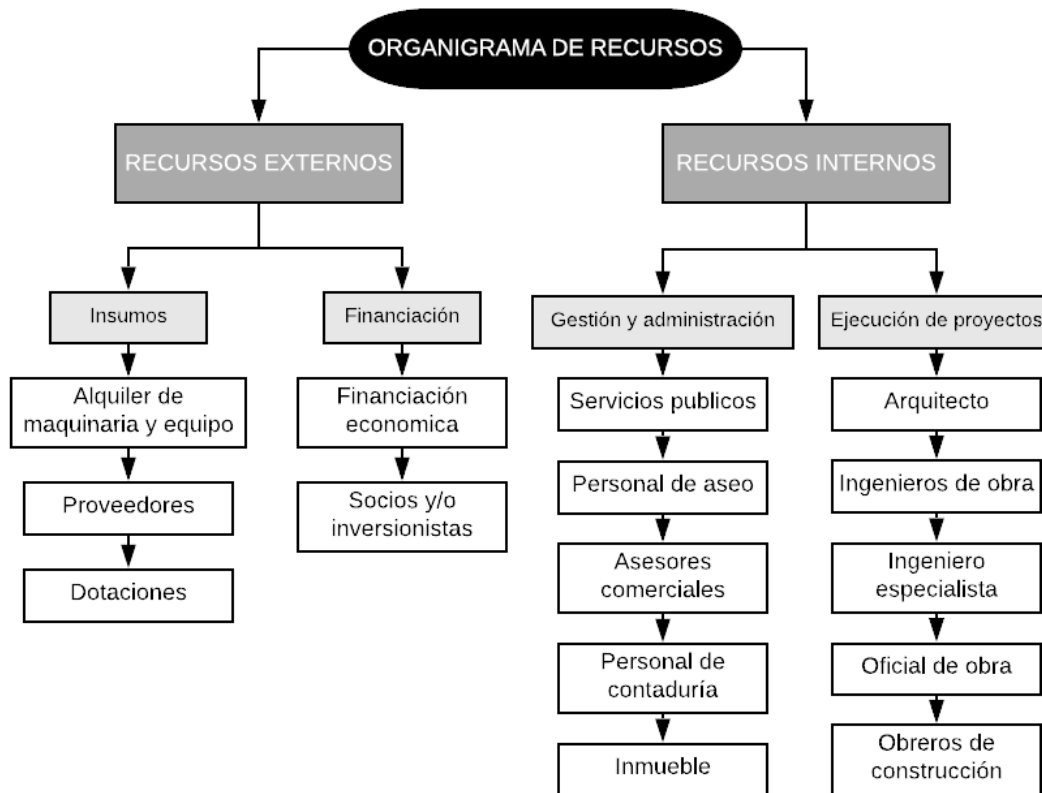


Ilustración 10.2.1. Organigrama de recursos. Elaboración: propia.

A continuación, se describen los componentes de los recursos:

Insumos: En la puesta en marcha de la empresa, se estima con un presupuesto inicial no tan elevado para poder adquirir prestamos empresariales, por este motivo, se recurre al alquiler de maquinaria y equipo durante sus primeros 7 años de operación comercial; después, durante el crecimiento y el posicionamiento en mercado se medirá si se tiene la capacidad para la compra de la maquinaria y equipo. Por otra parte, se pretende generar alianzas con los mejores proveedores de Villavicencio para ofrecer calidad de servicio, descuentos y control de precios frente a la competencia.

Financiación: al igual que los insumos, para la puesta en marcha se pretende solicitar una financiación empresarial para su apertura. Además, se cuenta con la posibilidad de integrar socios para aumentar el capital a invertir, de esta manera, a medida de la evolución de la empresa se evaluará en la oportunidad de inversión por parte de terceros a la empresa.

Gestión y administración: Como recursos internos se consideran todos los bienes, medios y personal necesario para iniciar y sostener la actividad comercial de la empresa.

Ejecución de proyectos: de acuerdo al organigrama, se determinan los profesionales que se requieren para la ejecución de los proyectos contratados, aquellos profesionales son los principales para suplir con la totalidad de los servicios ofertados.

10.3. DIAGRAMA DE OPERACIONES

En la actividad operacional de la empresa MC REMODELACIONES, se hace una descripción detallada de los procesos de ejecución para cada servicio ofertado, representando las actividades más fundamentales para llevar a cabo los procesos. Además, se puntualiza en los entregables más relevantes que surgen de las actividades y de los cierres de procesos.

A continuación, se representan los diagramas de flujo para cada servicio:

Remodelación de inmuebles

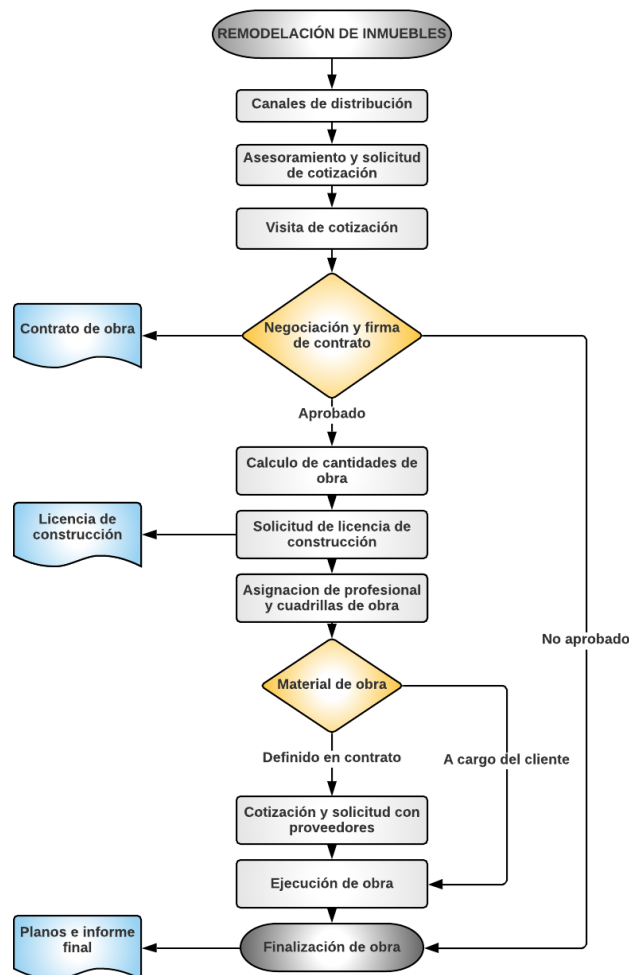


Ilustración 10.3.1. Diagrama para remodelaciones de inmuebles. Elaboración: propia.

Diseño estructural y arquitectónico

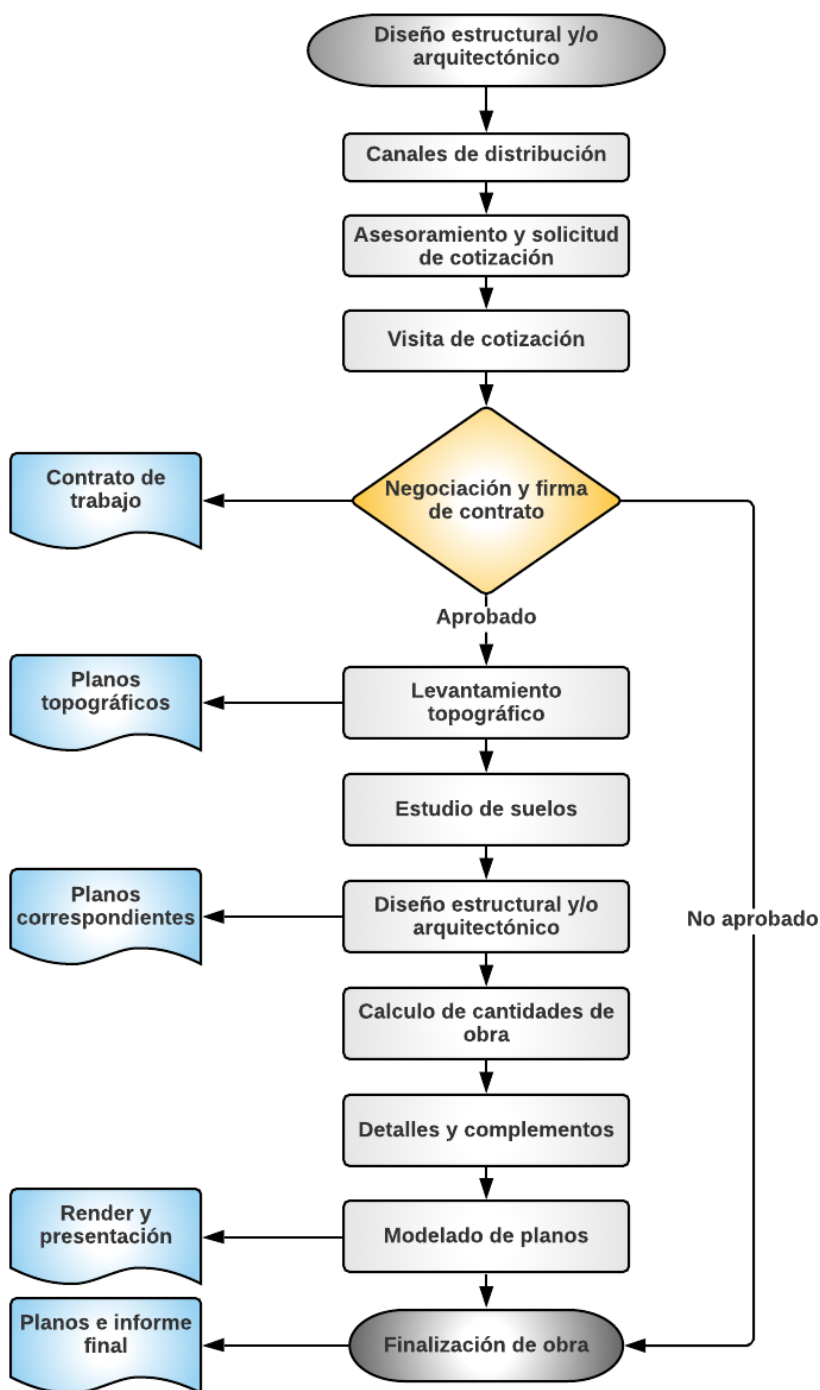


Ilustración 10.3.2. Diagrama para diseño estructural y arquitectónico. Fuente: propia. Elaboración: propia.

Interventoría

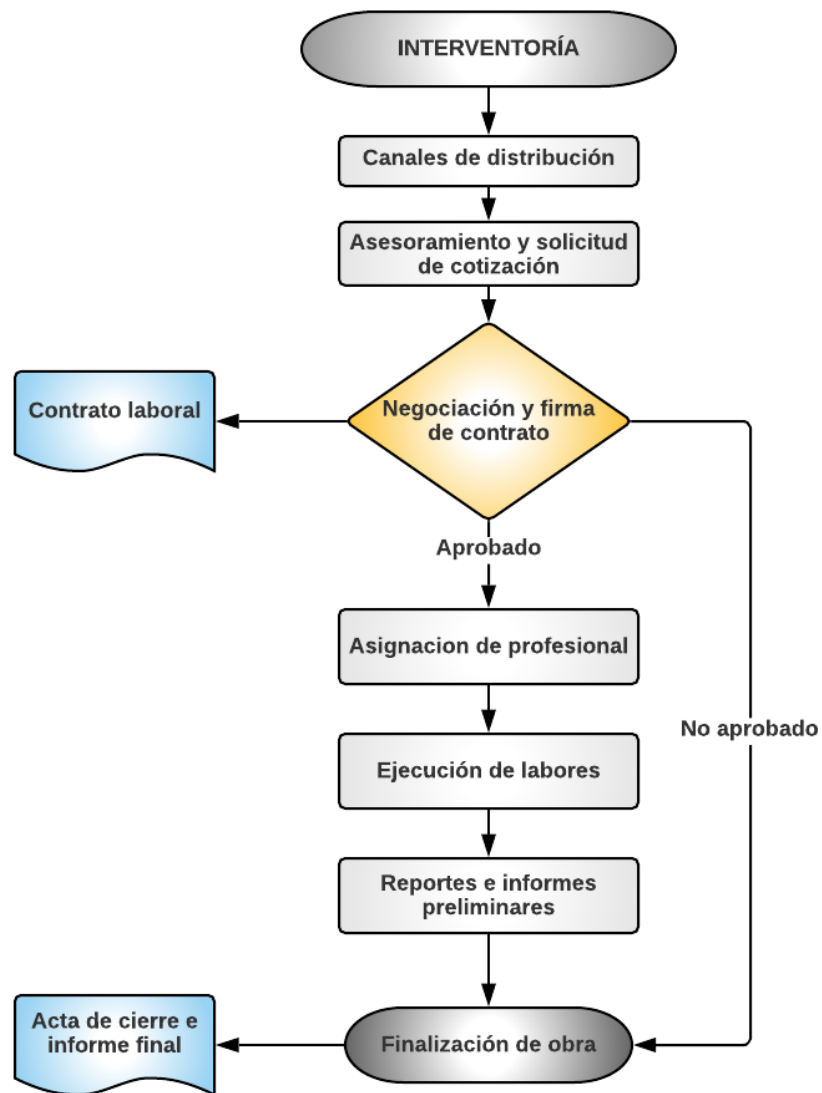


Ilustración 10.3.3. Diagrama del proceso de interventoría. Fuente: propia.
Elaboración: propia.

Servicios constructivos

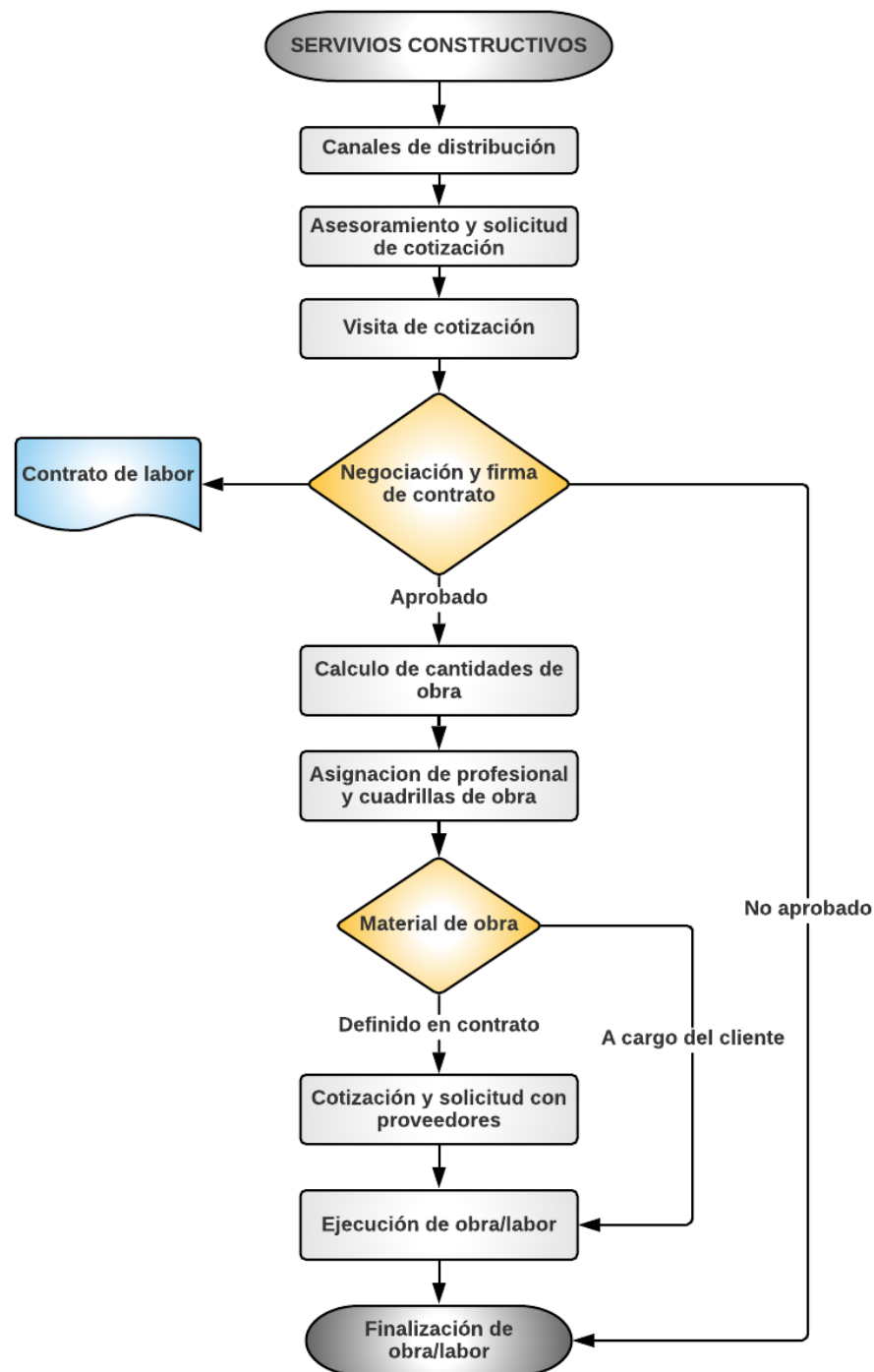


Ilustración 10.3.4. Diagrama del proceso servicios constructivos. Fuente: propia.
Elaboración: propia.

10.4. PLAN DE COMPRAS

El plan de compras se desarrolla según los recursos necesarios de la empresa para su funcionamiento laboral y logístico. Por ser una empresa prestadora de servicios, los suministros obligatorios para su operación son del tipo bienes, indumentaria de trabajo y enseres para un ambiente laboral cómodo y productivo para el personal de la empresa, de igual manera, equipar la infraestructura donde se ubicará la empresa.

A continuación, se presenta el listado del plan de compras:

Tabla 10.4.1. Plan de compras.

SUMINISTRO	DESCRIPCIÓN	COSTO PROMEDIO
Computador de mesa	Computador ASUS compactado	\$ 6.596.000
Mesa de oficina	Escritorio metálico grande	\$ 800.000
Mesa de despacho	Mesa de madera grande	\$ 410.000
Archivadores	A convenir	\$ 531.000
Silla de oficina	Silla giratorias y ergonómicas	\$ 650.000
Teléfono inalámbrico	Teléfono inalámbrico marca Panasonic	\$ 125.000
Elementos de aseo	Desinfectante, ambientador, traperos, escoba, limpiones, jabón.	\$ 100.000
Elementos de cafetería	Dispensador de agua, microondas, vasos desechables	\$ 560.000
Impresora multifuncional	Impresora de inyección marca EPSON	\$ 780.000
Papelería, útiles de oficina, suministros de impresora	Bolígrafos, grapadora, perforadora, resmas, tintas de impresora, carpetas.	\$ 150.000
publicidad y comercialización	Volantes, pendones, campañas de publicidad.	\$ 150.000
Dotación de presentación para personal femenino y masculino	Camiseta tipo polo representativo de la empresa.	\$ 330.000
Aire acondicionado	A convenir	\$ 1.050.000
Softwares de diseño y gestión	AutoCAD, SAP2000, Etabs, Sketchup, CSiDetail, Bases de datos.	\$ 1.100.000

Dotación de bioseguridad	Tapabocas, caretas, dispensadores de desinfectante, alcohol, antibacterial.	\$ 100.000
COSTO TOTAL		\$ 13.532.000
Fuente: propia.		

10.5. LOCALIZACIÓN E INFRAESTRUCTURA

La localización de una empresa MC REMODELACIONES, es un aspecto crucial para el posicionamiento y crecimiento general de la empresa. Por lo tanto, Para determinar la ubicación donde funcionará el emprendimiento, se debe examinar los entornos sociales, comerciales y estratégicos para su ubicación. De este modo, los siguientes sectores se consideran adecuados para su ubicación:

Sector del 7 de agosto

El sector del 7 de agosto está ubicado en zona céntrica de la ciudad de Villavicencio, allí se pueden encontrar, Bancos, supermercados, restaurantes, ferreterías y entre otras empresas. El sector no cuenta con zonas de tolerancia o de consumo de drogas, por lo tanto, el ambiente y la percepción social es segura y sana. el punto específico para ubicar la empresa es en las cercanías de la avenida 40, zona donde se encuentran ubicadas ferreterías, tiendas para el hogar, empresas de cerámicas o tiendas de materiales de construcción, tal cual como se encuentra marcado de color amarillo en la Ilustración 10.5.1.

Los arriendos de locales en este sector oscilan entre los 3'000.0000 de pesos y los 6'000.000 de pesos para locales con dimensiones no mayor a los 100 m2.

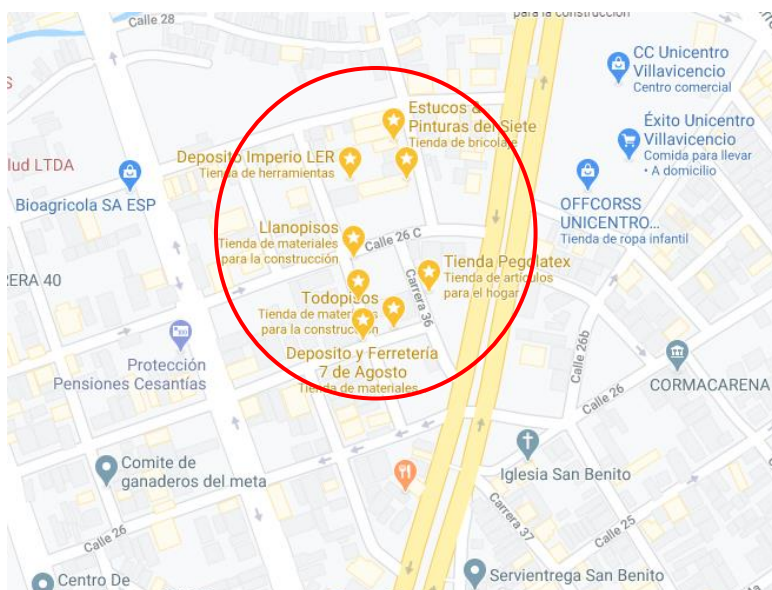


Ilustración 10.5.1. Sector del 7 de agosto. Fuente GoogleMaps.

Esta zona es ideal para la empresa, debido a que en el sector hay empresas relacionadas con inmuebles, de este modo frecuentan clientes con interés en remodelar, construir o decorar sus propiedades.



Ilustración 10.5.2. Entorno del sector del 7 de agosto. Fuente: GoogleMaps

Sector del San Isidro

El sector del San Isidro está ubicado en zona céntrica de la ciudad de Villavicencio, específicamente, en las cercanías de la plaza de mercado del San Isidro, en este sector se encuentran negocios y/o empresas relacionadas con el sector constructivo, empresas de cerámicas, eléctricos, materiales de construcción, equipos de construcción, pinturas, plásticos y decoraciones, tal cual como se encuentra marcado de color amarillo en la siguiente ilustración. El sector es netamente comercial e industrial. Los arriendos en el sector oscilan entre los 3'000.000 y los 6'000.000 de pesos para locales con dimensiones no mayor a los 100 m².

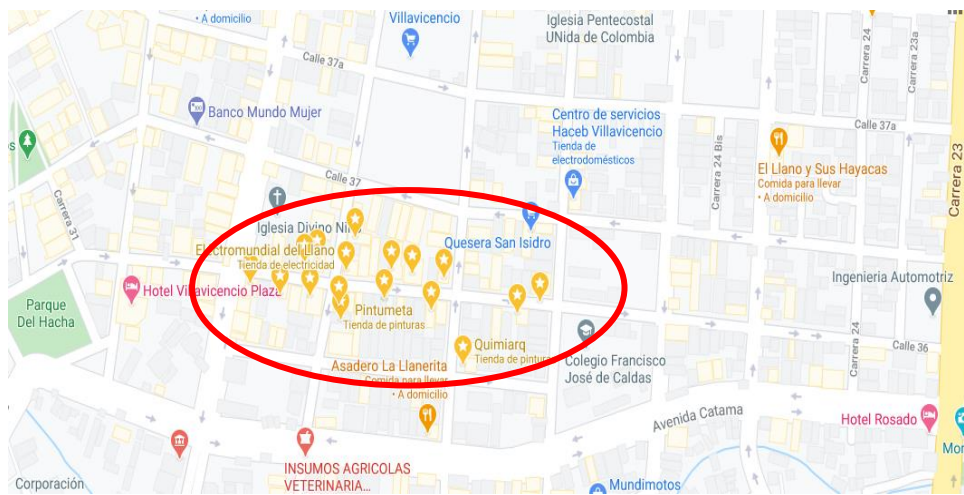


Ilustración 10.5.3. Sector del San Isidro. Fuente: GoogleMaps.

Esta zona es ideal para la empresa, debido a que en el sector hay empresas relacionadas con inmuebles, de este modo frecuentan clientes con interés en remodelar, construir o decorar sus propiedades.



Ilustración 10.5.4. Entorno del sector del San Isidro. Fuente: GoogleMaps

10.6. SISTEMA DE NEGOCIO Y ORGANIZACIÓN

La estrategia para penetrar en el mercado de la construcción consiste en generar alianzas estratégicas con empresas del sector, con el propósito de hacer un intercambio de productos y/o servicios entre sí. De este modo, generar acuerdos de colaboración con empresas como ferreterías, especialistas en cerámicas y pintura, por medio de descuentos que solo aplicarían para las empresas en colaboración.

11. MÓDULO DE ORGANIZACIÓN

11.1. PLANEACIÓN ORGANIZACIONAL

- **MISIÓN**

Somos una empresa constructora enfocada en la remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles en la ciudad de Villavicencio, con el fin de solucionar las necesidades constructivas de nuestros clientes con la mejor calidad y profesionalismo ingenieril.

- **VISIÓN**

Para el 2030, ser una empresa competitiva y reconocida por el profesionalismo y calidad, brindando las mejores soluciones innovadoras en el sector de remodelaciones de inmuebles en la ciudad de Villavicencio.

- **VALORES**

Trabajo en equipo: compromiso y responsabilidad colectivo como esencia laboral.

Calidad: satisfacer al máximo las expectativas de nuestros clientes.

Profesionalidad: capacidad y experiencia en todos nuestros proyectos.

Integridad: honestidad y seriedad como base en nuestras relaciones.

- **POLITICAS**

Políticas por las cuales se rige la empresa en general, con el fin de generar un crecimiento empresarial integro y profesional:

- Solucionar y velar por las prioridades y necesidad del cliente como obligación central.
- Brindar información completa y especifica al cliente.
- fomentar el espíritu de trabajo en equipo entre el talento humano de la empresa.
- Proponer soluciones innovadoras en los servicios de remodelación y construcción de inmuebles.
- Velar por la ética anticorrupción en los proceso internos y externos de la empresa.
- Brindar al talento humano un ambiente laboral sano y cómodo, fomentando el bienestar común.
- Controlar y mitigar la contaminación medio ambiental, sonora y armonía del entorno intervenido.

El cumplimiento de estas políticas se ejecuta por medio inspecciones y seguimiento de procesos, con el propósito de asegurar los recursos monetarios, técnicos y de talento humano, velando por los estándares de calidad y mejora continua de la empresa.

• ANALISIS FODA

La idealización de la empresa en un futuro de corto a largo plazo es fundamental para el crecimiento empresarial, para esto se consideran ciertos factores tanto internos como externos para evaluar la proyección empresarial. Por lo tanto, se simplifica por medio de un análisis FODA:

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
Fortalezas • Personal capacitado. • Capacitación constante. • Innovación constructiva. • Planificación de proyectos. • Caracterización en calidad y seguridad. • Experiencia profesional. • Alianzas estratégicas con empresas a fin.	Amenazas • Competencia informal. • Competencia formal fuerte. • Insumos y materiales costos. • Creación de empresas similares con gran capital financiero. • Desconfianza por ser empresa nueva.
Debilidades • Recurso económico limitado • Control de precios en insumos limitado. • Limitante en ejecución de proyectos en simultaneo. • Estrategias de marketing y publicidad poco escalable. • Poco personal para grandes proyectos	Oportunidades • Profesionalismos en especialidades. • garantía de calidad. • Regulación de precio. • Experiencia certificada. • Mercado reciente en pleno crecimiento. • Pocas empresas en la región.

• ANALISIS PESTEL

Al igual que el análisis FODA, también se presentan factores generales que pueden producir efectos a favor o en contra en el desarrollo de una empresa. Por lo tanto, se evalúa los posibles escenarios de cada aspecto y sus contribuciones:

- ✓ **POLITICO:** en este aspecto resalta el interés por parte los políticos, alcaldes, gobernadores y presidente, debido a que se crean campañas para adquisición de viviendas de interés social con acceso fácil a créditos de vivienda. Permitiendo el fomento de nuevas construcciones e inversión en mejoras para dichas viviendas. Aquellas campañas son respaldas por regulaciones y normativas técnicas avaladas por el estado.
- ✓ **ECONOMICO:** desarrollo empresarial que genera nuevos empleos e impacta directamente en la contratación de profesionales de la construcción.

Adicionalmente el desarrollo infraestructural genera un progreso socio-económico positivo para la ciudad.

- ✓ SOCIAL: al igual que los aspectos económicos y políticos, las nuevas campañas para adquisición de vivienda son más sencillas y de fácil acceso, generando en conjunto, calidad y bienestar de vida, de igual manera, oportunidad de nuevos empleos, desarrollo económico. Por otra parte, el desarrollo económico permite que la personas tengan la capacidad en invertir en propiedades, factor oportuno para el mercado constructivo.
- ✓ TECNOLÓGICO: se identifica que, en el sector constructivo las tecnologías se generan a partir de producción de nuevos materiales con capacidades mejoradas e innovación en metodologías de producción, de igual manera, se desarrollan nuevas técnicas y normativas para minimizar riesgos constructivos.
- ✓ ECOLÓGICO: desarrollo de nuevas prácticas ambientales con protección ambiental por medio de licencias, del cual pretende generar nuevas técnicas de ahorro de energía en cuanto producción de materiales e insumos constructivos. Adicionalmente, se debe velar por el seguimiento estricto de las leyes ambientales en caso de ser vulneradas por procesos constructivos.
- ✓ LEGAL: aspecto fundamental para el desarrollo en el sector constructivo, resaltan las normas técnicas, licencias y procedimientos especializados para construcción de edificaciones nuevas, y en caso de edificaciones antiguas, se regulan según las variaciones actualizadas de dichas normas. Adicionalmente, leyes de protección en cuanto materia prima nociva empleada en materiales de construcción.

11.2. ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

11.2.1. Organigrama

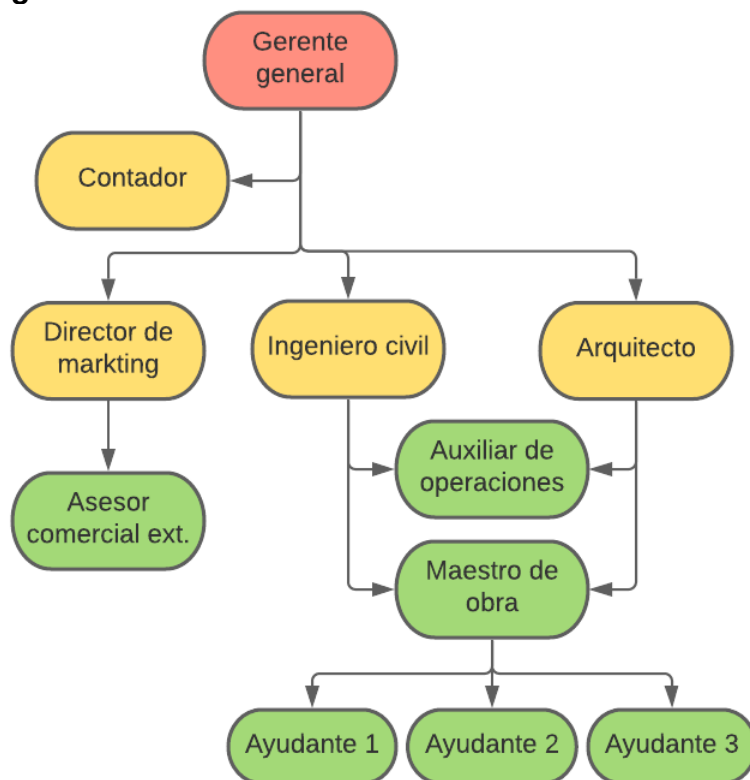


Ilustración 11.2.1. Organigrama. Fuente: propia

11.2.2. Descripción de perfiles de cargo

Cargo	Contador
Nivel	Profesional.
Educación	Título profesional en contaduría pública, matrícula profesional
Experiencia	Tres (3) años en cargos similares.
Función básica	Ofrecer el conocimiento racional, cualitativo y cuantitativo del presente, pasado y futuro del área económica de la empresa. Contar con proyecciones que permitan planificar y visualizar resultados. Mantener actualizada la información contable y presentar los Estados Financieros de acuerdo con las normas legales vigentes y políticas de la empresa, dentro de los tiempos establecidos.
Formación	Conocimientos completos de la normatividad legal aplicable Contabilidad Básica - Finanzas básicas - MS Office, MS Excel, MS Word - Conocimientos en administración y control de inventarios.

Cargo	Ingeniero civil
Nivel	Profesional.
Educación	Título profesional en ingeniería civil
Experiencia	un (1) año como residente de obra, matricula profesional
Función básica	La Residencia de Obra es la coordinación de la obra y el enlace fuera de ella. Es la persona que está al frente del proceso constructivo en la obra y garantiza el cumplimiento de las especificaciones técnicas y de la programación. El objetivo del cargo es: Contar con un profesional al frente de la Obra, que se responsabilice de su buen desarrollo. Coordinar las actividades generadas por el proyecto y vigilar dentro de la construcción el cumplimiento de exigencias legales y técnicas.
Formación	Programación y control de obra - manejo de Project – normas legales aplicables – desarrollo de proyectos similares
Cargo	Arquitecto
Nivel	Profesional.
Educación	Título profesional en arquitectura. Matricula profesional
Experiencia	un (1) año en cargos similares.
Función básica	Planificación y diseño de proyectos de remodelación según las expectativas y necesidades de los clientes. Desarrollo de diseño de interiores y estéticos, estimación de presupuesto, implementación de diseño y gestión técnica en obra.
Formación	Desarrollo de proyectos similares – conocimiento en diseño de interiores, diseño urbano, normales legales aplicables – manejo de Project – manejo de AutoCAD.
Cargo	Auxiliar de operaciones
Nivel	Profesional
Educación	Estudiante de 9no o 10mo semestre de carreras como ingeniera civil o arquitectura.
Experiencia	seis (6) meses en cargos similares.
Función básica	Apoyo en el área de Ingeniería de un Profesional, buscando optimizar los resultados de la gestión adelantada por el residente de obra y/o arquitecto. El objetivo es: apoyo en el diseño y dibujo de planos. Coordinar las actividades generadas por el proyecto y vigilar dentro de la construcción el cumplimiento de exigencias legales y técnicas.
Formación	Manejo Project - programación de obra - Manejo de Excel – manejo de AutoCAD.

Cargo	Maestro de obra
Nivel	Técnico
Educación	Certificado de Técnico en Construcción
Experiencia	Cinco (5) años en cargos similares.
Función básica	Coordinar con el residente de Obra la asignación de tareas, manteniendo un estricto control en la ejecución de las mismas. Tiene la responsabilidad de verificar que todos los trabajos que se realicen en la obra cumplan con los requerimientos exigidos.
Formación	Según proyectos ejecutados.
Cargo	Ayudante 1,2 y 3
Nivel	Operativo
Educación	Educación básica
Experiencia	Un (1) año en cargos similares.
Función básica	Apoyar al maestro de obra y tiene como funciones atender los requerimientos hechos en el desarrollo de las actividades de construcción.
Formación	Según proyectos ejecutados.
Cargo	Asesor comercial externo
Nivel	Técnico
Educación	Educación básica, estudiantes en administración, mercadeo, ingeniería.
Experiencia	Un (1) año en cargos similares.
Función básica	Ofrecer asesoría profesional a cliente potenciales, diseñando ofertas según las necesidades de los clientes. Además, recopilar información para segmentación de clientes y competencias del mercado. Ayudando así al logro de metas y cumplimiento de la política, valores corporativos, misión y visión.
Formación	Capacidad de elocuencia – atención al cliente

Cargo	Director de marketing y asesoría
Nivel	Profesional
Educación	Título profesional en comercio y marketing, publicidad
Experiencia	Un (1) año en cargos similares.
Función básica	Desarrollar campañas de marketing de forma digital y convencional para el posicionamiento en el mercado. Obtener e interpretar información de competidores e identificar necesidades de los clientes.
Formación	Campañas de marketing digital y convencional ejecutadas y certificadas – manejo de redes – control de recursos

11.2.3. Contratación laboral

La contratación laboral que se empleará en la empresa es de contrato a término fijo, contrato obra/labor y contrato de prestación de servicios, se aplicaran a los siguientes cargos:

Tabla 11.2.1. contratación por cargo laboral.

Cargo	Tipo de contrato	Tiempo
Gerente general	término fijo	Tiempo completo
Contador	Prestación de servicios	Tiempo completo
Ingeniero civil	término fijo	Tiempo completo
Arquitecto	término fijo	Tiempo completo
Auxiliar de operaciones	término fijo	Medio tiempo
Director de marketing	término fijo	Medio tiempo
Asesor comercial	Obra/labor	Tiempo completo
Maestro de obra	Obra/labor	Tiempo completo
Ayudantes	Obra/labor	Tiempo completo

Fuente: propia.

Los cargos que tienen contratos a término fijo son aquellos que laboran permanentemente en la empresa, ya sea tiempo completo o medio tiempo. Los cargos de contratación obra/labor son aquellos que laboran específicamente para cumplir con el objetivo para el cual fue contratado. Para el caso del contador, se

contrata con la modalidad de prestación de servicios, debido a que se requiere una cierta cantidad de veces al mes, por lo tanto, no es indispensables que permanezca en la empresa.

En cuanto los sueldos, se aplicará únicamente para los cargos laborales con contratos a término fijo y dependerá del nivel del cargo y de su importancia para el funcionamiento de la empresa, en la siguiente tabla 11.2.3.2. se contemplan aquellos cargos y sus respectivos sueldos finales.

Los honorarios para los cargos con un tipo de contratación obra/labor regirán según dicho contrato por el cual es asignado. De igual manera, en caso del contador, por ser un contrato por prestación de servicios la remuneración por su trabajo será llevado en un mutuo acuerdo entre la empresa y el profesional.

Tabla 11.2.2. Sueldos por cargo laboral.

Cargo	Tiempo	SMLV	Sueldo	Deducciones parafiscales	Sueldo total
Gerente general	Completo	2,73	\$ 2.397.860	\$ 278.362,77	\$ 2.119.497
Ingeniero civil	Completo	2,66	\$ 2.330.644	\$ 270.559,80	\$ 2.060.084
Arquitecto	Completo	2,27	\$ 1.995.652	\$ 231.671,25	\$ 1.763.981
Aux. operaciones	Medio	0,66	\$ 579.733	\$ 67.300,04	\$ 615.287
Dir. marketing	Medio	0,83	\$ 732.800	\$ 85.069,29	\$ 750.585

Fuente: propia.

En la estimación de los parafiscales se realizó sobre el 40% del sueldo, que representa el ingreso base de cotización (IBC), sobre este índice, se determinó la pensión por 16%, cesantías por el 12,5% y un ARL (tipo I) del 0,522% [33]. En cuanto al auxilio de transporte solo aplica para los cargos que devengan hasta 2 salarios mínimos mensuales, este auxilio corresponde a \$102.854 pesos para el año 2020 [33].

Tabla 11.2.3. Parafiscales.

PARAFISCALES						
Cargo	IBC	Pensión	Cesantías	ARL	Transporte	Parafiscales totales
Gerente general	\$ 959.144	\$ 153.463	\$ 119.893	\$ 5.007	\$ -	\$ 278.363
Ingeniero civil	\$ 932.258	\$ 149.161	\$ 116.532	\$ 4.866	\$ -	\$ 270.560
Arquitecto	\$ 798.261	\$ 127.722	\$ 99.783	\$ 4.167	\$ -	\$ 231.671
Aux. operaciones	\$ 231.893	\$ 37.103	\$ 28.987	\$ 1.210	\$ 102.854	\$ 67.300
Dir. marketing	\$ 293.120	\$ 46.899	\$ 36.640	\$ 1.530	\$ 102.854	\$ 85.069

Fuente: propia.

11.3. COSTOS ADMINISTRATIVOS

los costos para el funcionamiento de la empresa están divididos en gastos administrativos y gastos operacionales, son considerados costos fijos, puesto que son necesarios para la actividad de la empresa mes a mes. A continuación, se asumen los costos fijos y sus periodos de cobro:

Tabla 11.3.1. Costos fijos.

GASTO	PERIODO	VALOR
Arriendo	Mensual	\$ 3.000.000
Servicio de energía	Mensual	\$ 320.000
Servicio de acueducto	Mensual	\$ 90.000
Internet y telefonía fija	Mensual	\$ 90.000
Página web (hosting y dominio)	Anual	\$ 250.000
Publicidad externa (volantes por millar)	Mensual	\$ 75.000
Tarjetas de presentación (millar)	Semestral	\$ 95.000
Publicidad digital	Mensual	\$ 200.000
Recursos de oficina	Semestral	\$ 500.000
Dotación bioseguridad	Semestral	\$ 500.000
Salarios	Mensual	\$ 7.309.434
TOTAL		\$ 12.229.434

Fuente: propia.

11.4. ASPECTOS LEGALES

En aspectos legales, para la actividad económica legal de una empresa en Colombia se realiza un proceso de constitución empresarial ante La Cámara de Comercio y la DIAN, para esto se debe cumplir con ciertos requisitos para figurar como una empresa legal ante el estado y de esta manera, aportar en el desarrollo económico y comercial del país.

11.4.1. Objeto social

El objetivo social de la empresa MC REMODELACIONES SAS está clasificada en actividad económicas relacionadas con las construcciones de obras civiles y obras especializadas en construcción. De acuerdo a la lista de la clasificación industrial internacional uniforme (CIIU) las actividades relacionadas a la construcción hacen parte de la sección F y pertenece a las siguientes actividades económicas [34]:

- 4329: otras instalaciones especializadas.
- 4330: Terminación y acabado de edificios y obras de ingeniería civil.
- 4390: otras actividades especializadas para la construcción de edificios y obras de ingeniería civil.

De acuerdo a La Cámara de Comercio se pueden registrar hasta cuatro actividades económicas por empresa.

11.4.2. Registro en Cámara de Comercio y DIAN

El registro ante La Cámara de Comercio y DIAN se debe cumplir los siguientes pasos y requisitos previos para la constitución de la empresa:

1. Consultar la razón social o nombre de la empresa (homonimia): esto permite identificar que no se encuentre registrada una empresa con el mismo nombre a nivel nacional. La consulta se realiza en la página web (www.rues.org.co/RM).
2. Registro de la sociedad empresarial o persona jurídica de la empresa en Cámara de comercio: en este caso, MC REMODELACIONES se registrará como sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.) por los beneficios y facilidades de constitución. Para este registro se requiere el documento de identidad del representante legal y el formulario del Registro Único Tributario (RUT).
3. Para el paso anterior, se resalta que la empresa está compuesta por un único accionista, por lo tanto, se debe diligenciar el formulario de manifestación de situación de control (Decreto 667 de 2018), en donde se decreta ser el único accionista de la sociedad [35].
4. Inscripción en el registro único tributario (RUT): se diligencia y se presenta el formulario de registro único tributario y el documento de identidad del representante legal ante la DIAN.

5. Cumpliendo el paso anterior, la DIAN realiza la inscripción del RUT y efectuará el proceso para el Número de Identificación Tributaria (NIT) de la sociedad [36].
6. Una vez inscritos en el RUT, se procede a presentar el formulario del Registro Único Empresarial Social (RUES) ante Cámara de comercio.
7. Realizar el pago a los derechos de inscripción e impuestos de registro.

La solicitud de matrícula de la sociedad se realiza en La Cámara de Comercio del lugar donde la empresa ejerce la actividad económica.

Cabe resaltar que los pasos anteriores son establecidos según la guía Constitución de una sociedad por acciones simplificadas (SAS) [37], tener en cuenta que el proceso es distinto para el registro de sociedades diferentes.

12. MÓDULO DE FINANZAS

12.1. PLAN FINANCIERO

Determinar el capital monetario para iniciar la actividad comercial de la empresa es importante y necesario para una puesta en marcha efectiva, puesto que se definen todos los costos fijo y variables que requiere la empresa y mantener un balance económico. La puesta en marcha está compuesta por el plan de compras de los suministros que se requieren para adecuar las instalaciones de la empresa, dotación de seguridad, indumentaria laboral y recursos de oficina, a su vez, los costos fijos como arriendo, servicios públicos y administración. Esos valores se estiman según el plan de compras y costos administrativos.

De acuerdo al módulo operativo, y según la tabla 11.3.1. Costos fijos y la tabla 10.4.1. Plan de compras, se consideraron dichos costos y se dedujeron los gastos repetidos entre las tablas, dando una estimación de un capital inicial:

Tabla 12.1.1. Capital de inversión.

CAPITAL INICIAL	
Costos fijos	\$ 11.355.000
Plan de compras	\$ 13.532.000
Capital de reserva	\$ 75.000.000
TOTAL	\$ 99.887.000

Fuente: propia.

Un capital total de aproximadamente \$100.000.000 de pesos para poner la puesta en marcha la empresa. Dicho capital será aportado por socios o crédito financiero. El capital de reserva será necesario para mantener la empresa durante los primeros periodos de actividad comercial, para anticipos, imprevistos y futuros proyectos.

Para la evaluación financiera se estableció un supuesto de ingresos y egresos para un periodo de 10 años. El supuesto se estima según el rango de precios

identificados en el módulo de mercado, del cual va desde 1'500.000 hasta más de 21'000.000 de pesos por servicio, de esta manera, se realiza una proyección de costos y la evaluación financiera para un supuesto de 40 proyectos por año.

12.2. INGRESOS

Tabla 12.2.1. Ingresos año 1.

CONCEPTO	INGRESOS AÑO 1												AÑO
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Remodelaciones	\$ 2.000.000	\$ 5.000.000	\$ 6.000.000	\$ 10.000.000	\$ 11.100.000	\$ 20.800.000	\$ 16.500.000	\$ -	\$ 5.000.000	\$ 15.000.000	\$ 5.000.000	\$ 20.000.000	\$ 116.400.000
Diseños arq. Y/o estr.	\$ -	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.500.000	\$ 2.000.000	\$ 500.000	\$ -	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ 2.500.000	\$ -	\$ 11.300.000
Interventoría	\$ -	\$ -	\$ 1.500.000	\$ -	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ -	\$ -	\$ 1.500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.000.000
Servicios constructivo	\$ 3.000.000	\$ 4.000.000	\$ 500.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 50.000.000	\$ 500.000	\$ 2.000.000	\$ 10.000.000	\$ 850.000	\$ -	\$ 1.500.000	\$ 74.150.000
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 5.000.000	\$ 11.000.000	\$ 10.000.000	\$ 12.300.000	\$ 15.600.000	\$ 72.800.000	\$ 17.000.000	\$ 2.800.000	\$ 16.500.000	\$ 15.850.000	\$ 7.500.000	\$ 21.500.000	\$ 207.850.000

Fuente: propia.

La proyección para ingresos por año, se asume considerando una inflación del 3% anual y junto con las estrategias de marketing digital y convencional se estima un aumento esperado del 30% anual. De igual manera, el posicionamiento y las alianzas estratégicas aumentarían significativamente los ingresos.

Tabla 12.2.2. Proyección ingresos para 10 años.

PROYECCIÓN DE INGRESOS												
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
Remodelaciones	\$ -	\$ 116.400.000	\$ 151.320.000	\$ 196.716.000	\$ 255.730.800	\$ 332.450.040	\$ 432.185.052	\$ 561.840.568	\$ 730.392.738	\$ 949.510.559	\$ 1.234.363.727	
Diseños arq. Y/o estr.	\$ -	\$ 11.300.000	\$ 14.690.000	\$ 19.097.000	\$ 24.826.100	\$ 32.273.930	\$ 41.956.109	\$ 54.542.942	\$ 70.905.824	\$ 92.177.571	\$ 119.830.843	
Interventoría	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 7.800.000	\$ 10.140.000	\$ 13.182.000	\$ 17.136.600	\$ 22.277.580	\$ 28.960.854	\$ 37.649.110	\$ 48.943.843	\$ 63.626.996	
Servicios constructivo	\$ -	\$ 74.150.000	\$ 96.395.000	\$ 125.313.500	\$ 162.907.550	\$ 211.779.815	\$ 275.313.760	\$ 357.907.887	\$ 465.280.254	\$ 604.864.330	\$ 786.323.629	
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Financiación bancaria	\$ 100.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL INGRESOS	\$ 100.000.000	\$ 207.850.000	\$ 270.205.000	\$ 351.266.500	\$ 456.646.450	\$ 593.640.385	\$ 771.732.501	\$ 1.003.252.251	\$ 1.304.227.926	\$ 1.695.496.304	\$ 2.204.145.195	

Fuente: propia.

El margen bruto a considerar por cada proyecto está entre 35% y 22% del valor del proyecto, este margen se asume de acuerdo a los costos directos y costos fijo de los proyectos a ejecutar, en la mayoría de los proyectos de construcción se calcula con un porcentaje entre el 30% y 20% de margen para administración, imprevisto y utilidades.

12.3. EGRESOS

Para los egresos, en el concepto de costos variables se consideran todos los gastos que genera cada una de la actividades o servicios prestados, gastos de los cual corresponde al 70% al 80% de los proyectos ejecutados, considerando la magnitud, los insumos, los recursos y el riesgo de cada proyecto. Para en costos fijos se consideran los costos ya estimados en el módulo organizacional, siendo en su mayoría costos administrativos y salarios. Cabe resalta que los impuesto para una constructora se deducen de la utilidad obtenida según el AIU de cada proyecto ejecutado.

Los egresos respetivos del primer año por mes:

Tabla 12.3.1. Egresos año 1.

Tabla 12.01.1: Egresos año 1															
CONCEPTO	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO	
COSTOS VARIABLES															
Remodelaciones	\$	-	\$ 1.380.000	\$ 3.450.000	\$ 4.140.000	\$ 6.900.000	\$ 7.659.000	\$ 14.352.000	\$ 11.385.000	\$ -	\$ 3.450.000	\$ 10.350.000	\$ 3.450.000	\$ 13.800.000	\$ 80.316.000
Diseños arqu. Y/o estr.	\$	-	\$ -	\$ 1.380.000	\$ 1.380.000	\$ 1.035.000	\$ 1.380.000	\$ 345.000	\$ -	\$ 552.000	\$ -	\$ -	\$ 1.725.000	\$ -	\$ 7.797.000
Interventoría	\$	-	\$ -	\$ -	\$ 1.035.000	\$ -	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ -	\$ -	\$ 1.035.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.140.000
Servicios constructivos	\$	-	\$ 2.070.000	\$ 2.760.000	\$ 345.000	\$ 552.000	\$ 690.000	\$ 34.500.000	\$ 345.000	\$ 1.380.000	\$ 6.900.000	\$ 586.500	\$ -	\$ 1.035.000	\$ 51.163.500
Otros Egresos	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL COSTOS VARI/	\$	-	\$ 3.450.000	\$ 7.590.000	\$ 6.900.000	\$ 8.487.000	\$ 10.764.000	\$ 50.232.000	\$ 11.730.000	\$ 1.932.000	\$ 11.385.000	\$ 10.936.500	\$ 5.175.000	\$ 14.835.000	\$ 143.416.500
COSTOS FIJOS															
Arriendo	\$	-	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000
Servicio de energía	\$	-	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 3.840.000
Servicio de acueducto	\$	-	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Internet y telefonía fija	\$	-	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 1.080.000
Página web (hosting y dominio)	\$	-	\$ 250.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 250.000
Publicidad externa (volantes por millar)	\$	-	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 900.000
Tarjetas de presentación (millar)	\$	-	\$ 95.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 95.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 190.000
Publicidad digital	\$	-	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Recursos de oficina	\$	-	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000.000
Dotación y bioseguridad	\$	-	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000.000
Salarios	\$	-	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 87.713.208
TOTAL COSTOS FIJOS	\$	-	\$ 12.429.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 12.179.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 135.453.208
OTROS EGRESOS															
Impuestos	\$	-	\$ 32.775	\$ 72.105	\$ 65.550	\$ 80.627	\$ 102.258	\$ 477.204	\$ 111.435	\$ 18.354	\$ 108.158	\$ 103.897	\$ 49.163	\$ 140.933	\$ 1.362.457
Financiación bancaria	\$	-	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 23.399.827
Implementación de oficina	\$	12.852.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12.852.000
TOTAL EGRESOS	\$	12.852.000	\$ 17.862.195	\$ 20.696.525	\$ 19.999.970	\$ 21.602.046	\$ 23.900.678	\$ 63.743.624	\$ 25.970.855	\$ 14.984.774	\$ 24.527.577	\$ 24.074.816	\$ 18.258.582	\$ 28.010.352	\$ 316.483.992

Fuente: propia.

La proyección para los egresos por año se obtiene según los ingresos antes calculados:

Tabla 12.3.2. Proyección egresos para 10 años.

PROYECCIÓN DE EGRESOS												
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
COSTOS VARIABLES												
Remodelaciones	\$ -	\$ 80.316.000	\$ 105.924.000	\$ 137.701.200	\$ 179.011.560	\$ 232.715.028	\$ 302.529.536	\$ 393.288.397	\$ 511.274.917	\$ 664.657.391	\$ 864.054.609	
Diseños arq. Y/o estr.	\$ -	\$ 7.797.000	\$ 10.283.000	\$ 13.367.900	\$ 17.378.270	\$ 22.591.751	\$ 29.369.276	\$ 38.180.059	\$ 49.634.077	\$ 64.524.300	\$ 83.881.590	
Interventoría	\$ -	\$ 4.140.000	\$ 5.460.000	\$ 7.098.000	\$ 9.227.400	\$ 11.995.620	\$ 15.594.306	\$ 20.272.598	\$ 26.354.377	\$ 34.260.690	\$ 44.538.897	
Servicios constructivos	\$ -	\$ 51.163.500	\$ 67.476.500	\$ 87.719.450	\$ 114.035.285	\$ 148.245.871	\$ 192.719.632	\$ 250.535.521	\$ 325.696.177	\$ 423.405.031	\$ 550.426.540	
Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL COSTOS VARI/	\$ -	\$ 143.416.500	\$ 189.143.500	\$ 245.886.550	\$ 319.652.515	\$ 415.548.270	\$ 540.212.750	\$ 702.276.575	\$ 912.959.548	\$ 1.186.847.413	\$ 1.542.901.636	
COSTOS FIJOS												
Arriendo	\$ -	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	
Servicio de energía	\$ -	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	
Servicio de acueducto	\$ -	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	
Internet y telefonía fija	\$ -	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	
Página web (hosting y dominio)	\$ -	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	
Publicidad externa (volantes por millar)	\$ -	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	
Tarjetas de presentación (millar)	\$ -	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	
Publicidad digital	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	
Recursos de oficina	\$ -	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
Dotación y bioseguridad	\$ -	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
Salarios	\$ -	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ -	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	
OTROS EGRESOS												
Impuestos	\$ -	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	
Financiación bancaria	\$ -	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ -	\$ -	\$ -	
Implementación de oficina	\$ 12.852.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL EGRESOS	\$ 12.852.000	\$ 303.631.992	\$ 349.358.992	\$ 406.102.042	\$ 479.868.007	\$ 575.763.762	\$ 700.428.243	\$ 862.492.068	\$ 1.049.775.213	\$ 1.323.663.077	\$ 1.679.717.301	

Fuente: propia.

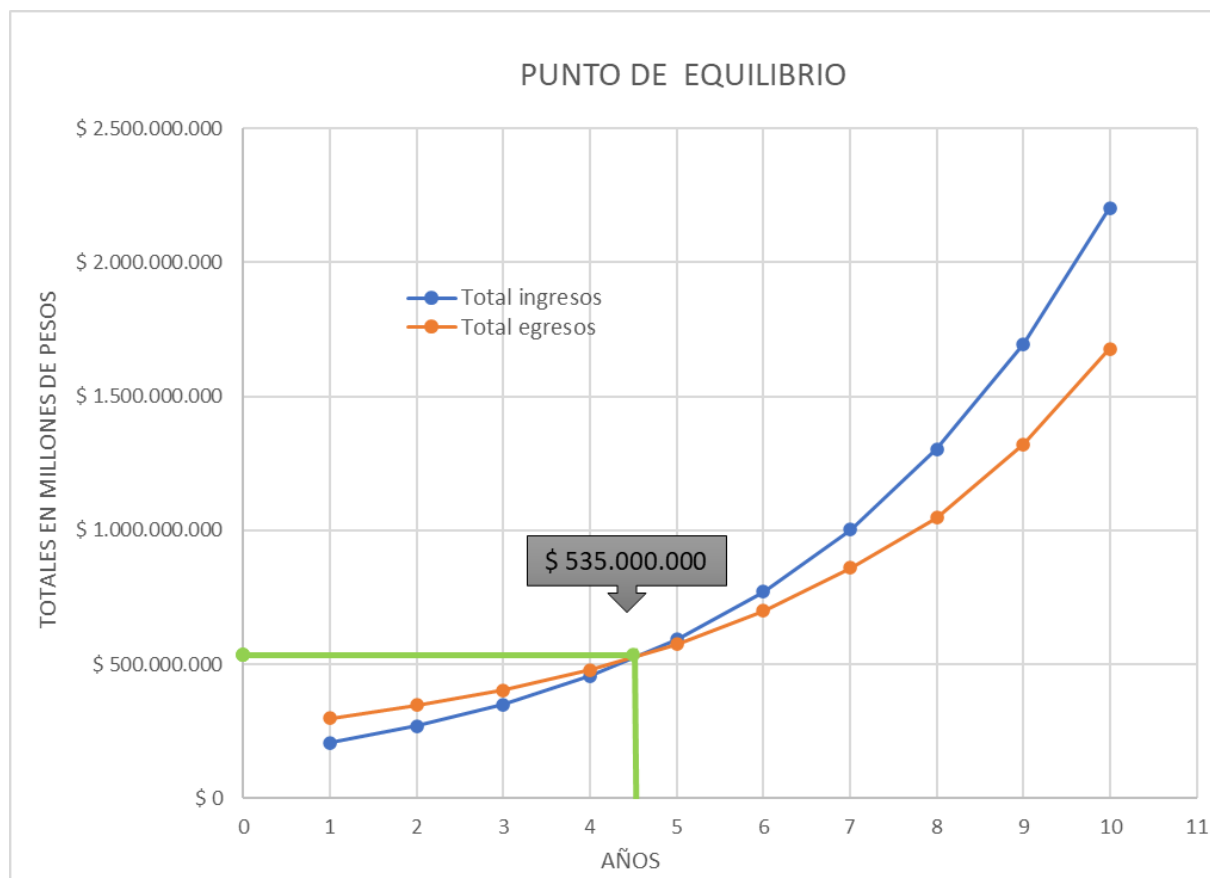
Tabla 12.3.3. Resultado anual.

TOTALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL INGRESOS	\$ 100.000.000	\$ 207.850.000	\$ 270.205.000	\$ 351.266.500	\$ 456.646.450	\$ 593.640.385
TOTAL EGRESOS	\$ 12.852.000	\$ 303.631.992	\$ 349.358.992	\$ 406.102.042	\$ 479.868.007	\$ 575.763.762
UTILIDAD	\$ 87.148.000	-\$ 95.781.992	-\$ 79.153.992	-\$ 54.835.542	-\$ 23.221.557	\$ 17.876.623
TOTALES	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
TOTAL INGRESOS	\$ 771.732.501	\$ 1.003.252.251	\$ 1.304.227.926	\$ 1.695.496.304	\$ 2.204.145.195	
TOTAL EGRESOS	\$ 700.428.243	\$ 862.492.068	\$ 1.049.775.213	\$ 1.323.663.077	\$ 1.679.717.301	
UTILIDAD	\$ 71.304.258	\$ 140.760.183	\$ 254.452.713	\$ 371.833.226	\$ 524.427.894	

Fuente: propia.

De esta manera, se obtiene una estimación de los ingresos y egresos durante 10 años, resaltando que la utilidad en los primeros años es negativa, debido a los pocos proyectos que podría ejecutar la empresa y por la implementación física de la empresa.

De acuerdo a los totales obtenidos, se identifica que en los primeros años los gastos son mayores que las ganancias, generando pérdidas. Sin embargo, se determina un punto de equilibrio a partir de mediados del año 4 de actividad comercial, tal como se evidencia en la gráfica 12.3.1., con un valor aproximado de 535 millones de pesos. Se considera que, en este punto, la empresa ya se encuentre bien posicionada en el mercado y tendrá capacidad para la ejecución grandes de proyectos en simultaneo. Adicionalmente, más reputación, confianza y liderazgo en el mercado.



Grafica 12.3.1. Grafica punto de equilibrio. Fuente: propia

12.4. CAPITAL DE TRABAJO

De acuerdo al plan financiero, la inversión inicial es de aproximadamente \$100.000.000 de pesos para poner la puesta en marcha la empresa. Dicho capital costeara los costos fijos de los primeros periodos, implementación física de la empresa y ejecutar proyectos de remodelación y construcción que lo requiera.

Se pretende que la inversión se dispondrá por medio de una financiación bancaria, por lo tanto, se realiza la siguiente simulación de crédito y su amortización para un plazo máximo permitido de 84 meses con un interés aproximado del 16,5%.

Tabla 12.4.1. Amortización de credito financiero.

AMORTIZACIÓN					
PROYECTADO	1-ene-21	SEGUROS	\$ 120.000	TASA DE INTERES	16,490%
TIPO DE CREDITO	BANCOLOMBIA	DESTINO	LIBRE INVERSIÓN	PLAZO	84 Meses
VALOR SOLICITADO	\$100.000.000	TASA EFECTIVA MENSUAL	1,280%	CUOTA	\$ 1.949.986
TABLA DE AMORTIZACION					
PERIODO	FECHA	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	SALDO
0	ene-21	-	-	-	\$100.000.000
1	feb-21	\$ 1.949.986	\$ 1.280.084	\$ 669.901	\$ 99.330.099
2	mar-21	\$ 1.949.986	\$ 1.271.509	\$ 678.477	\$ 98.651.622
3	abr-21	\$ 1.949.986	\$ 1.262.824	\$ 687.162	\$ 97.964.460
4	may-21	\$ 1.949.986	\$ 1.254.028	\$ 695.958	\$ 97.268.502
5	jun-21	\$ 1.949.986	\$ 1.245.119	\$ 704.867	\$ 96.563.635
6	jul-21	\$ 1.949.986	\$ 1.236.096	\$ 713.890	\$ 95.849.745
7	ago-21	\$ 1.949.986	\$ 1.226.957	\$ 723.028	\$ 95.126.717
8	sep-21	\$ 1.949.986	\$ 1.217.702	\$ 732.284	\$ 94.394.434
9	oct-21	\$ 1.949.986	\$ 1.208.328	\$ 741.657	\$ 93.652.776
10	nov-21	\$ 1.949.986	\$ 1.198.834	\$ 751.151	\$ 92.901.625
...	...	...	...	...	...
83	dic-27	\$ 1.949.986	\$ 48.980	\$ 1.901.005	\$ 1.925.340
84	ene-28	\$ 1.949.986	\$ 24.646	\$ 1.925.340	-\$ 0

Fuente: propio.

Las cuotas del crédito solicitado se consideran en los cálculos de ingresos, egresos y flujo de caja.

12.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para determinar la viabilidad y factibilidad de la empresa se realiza un análisis de flujo de caja con los respectivos indicadores de inversión. El flujo de caja evalúa de acuerdo a los ingresos y egresos calculados.

Tabla 12.5.1. Flujo de caja anual.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
SALDO ANTERIOR	\$ -	\$ 87.148.000	-\$ 3.114.535	-\$ 80.906.071	-\$ 134.379.156
Ingresos operativos	\$ -	\$ 207.850.000	\$ 270.205.000	\$ 351.266.500	\$ 456.646.450
Costos operativos	\$ -	-\$ 139.259.500	-\$ 189.143.500	-\$ 245.886.550	-\$ 319.652.515
FLUJO OPERATIVO	\$ -	\$ 155.738.500	\$ 77.946.965	\$ 24.473.879	\$ 2.614.779
Financiacion capital	\$ 100.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Nomina	\$ -	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208
Deuda banco	\$ -	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827
Arriendo	\$ -	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000
Servicios publicos	\$ -	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000
FLUJO LIBRE DE CAJA	\$ 100.000.000	\$ 2.625.465	-\$ 75.166.071	-\$ 128.639.156	-\$ 150.498.257
Otros egresos	\$ -	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000
Implementacion oficina	-\$ 12.852.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAJA FINAL	\$ 87.148.000	-\$ 3.114.535	-\$ 80.906.071	-\$ 134.379.156	-\$ 156.238.257

DETALLE	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
SALDO ANTERIOR	-\$ 136.999.177	-\$ 64.332.462	\$ 77.790.178	\$ 333.605.347	\$ 706.801.031
Ingresos operativos	\$ 771.732.501	\$ 1.003.252.251	\$ 1.304.227.926	\$ 1.695.496.304	\$ 2.204.145.195
Costos operativos	-\$ 540.212.750	-\$ 702.276.575	-\$ 912.959.548	-\$ 1.186.847.413	-\$ 1.542.901.636
FLUJO OPERATIVO	\$ 94.520.573	\$ 236.643.213	\$ 469.058.555	\$ 842.254.239	\$ 1.368.044.589
Financiacion capital	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Nomina	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208
Deuda banco	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000
Servicios publicos	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000
FLUJO LIBRE DE CAJA	-\$ 58.592.462	\$ 83.530.178	\$ 339.345.347	\$ 712.541.031	\$ 1.238.331.381
Otros egresos	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000
Implementacion oficina	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
CAJA FINAL	-\$ 64.332.462	\$ 77.790.178	\$ 333.605.347	\$ 706.801.031	\$ 1.232.591.381

Fuente: propia.

Del flujo de caja, se puede determinar que los primeros años son negativos debido a los pocos proyectos ejecutados en los primeros años y la implementación de la empresa.

Ahora bien, para determinar la viabilidad de la empresa y su rentabilidad se determina el valor presente neto, tasa interna de retorno y relación costo-beneficio, para ello se estima una tasa interna de oportunidad (TIO) del 15% efectivo anual, obtenido con las tasas del mercado financiero, esperada de inflación anual, esperada por el inversionista y por el empresario, todas las tasas en efectivo anual.

Tabla 12.5.2. Tasa interna de retorno.

TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD			
Tasa del mercado financiero	DTF		4,53%
Tasa esperada de inflación	IPC		-0,06%
Tasa esperada por el inversionista	i1		5%
Tasa esperada por el empresario	ie		5%
Tasa interna de oportunidad	TIO		15%

Fuente: Dólar/web [38].

De esta manera, se obtiene los siguientes indicadores:

Tabla 12.5.3. Indicadores financieros.

INDICADORES		
Valor presente neto	VPN	\$ 171.600.801
Tasa interna de retorno	TIR	29%
Relación costo-beneficio	RBC	1,04

Fuente: propio.

Según los indicadores, se puede determinar que el flujo de dinero actual es positivo, esto indica que el valor del dinero en un futuro es rentable para un inversionista y la empresa, generaría una rentabilidad superior que en fondos bancarios.

De igual manera, la tasa interna de retorno, TIR, es mayor al TIO, indicando que es viable invertir en este proyecto, representado una rentabilidad mayor comparando con fondos o/y productos financieros o bancarios de inversión (29% frente a un 15%), generando mayor valor en un periodo largo.

En cuanto a la relación costo-beneficio de la inversión inicial, es positiva indicado que se generan más beneficios que costos. Sin embargo, la relación es muy cercano al 1, especificando que el margen de ganancias no es muy significativo considerando el monto de inversión inicial. Esta relación se puede variar de acuerdo la reducción de los gastos operativos, insumos y administrativos.

13.RESULTADOS E IMPACTOS

13.1. RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados esperados del proyecto están relacionados según el ciclo de vida del presente proyecto, en donde está compuesto por estudios que definirán la estructura general del plan de negocio. La integración de estos resultados dará forma a los estudios de factibilidad en la etapa de planeación.

Tabla 13.1.1. Tabla de resultados esperados.

RESULTADO	INDICADOR	OBJETIVO RELACIONADO
Oferta y demanda del mercado, análisis de demanda	Análisis de tendencias (módulo de mercado)	Objetivo específico 1
Nivel de satisfacción y competencia del proyecto	Análisis de encuesta, volumen y cartera de servicios (módulo de mercado)	Objetivo específico 1
Proceso legal y registro mercantil	Procedimiento de registro	Objetivo específico 2
Definición de la sociedad comercial	Sociedad comercial (modulo organizacional)	Objetivo específico 2
Estructura organizacional y administrativa	Marco estratégico organizacional (modulo organizacional)	Objetivo específico 3
Presupuesto inicial	Organigrama de recursos y constitución financiera (modulo operativo y financiero)	Objetivo específico 4

Fuente: Autor.

13.2. IMPACTOS

Los impactos esperados para esta empresa se considera unos periodos de tiempo de corto, mediano y largo plazo, en donde se estima un tiempo de entre seis meses y un año para plazo corto entre un año a tres años para plazo mediano y más de tres años para plazo largo; cabe resaltar que dichos periodos de tiempo son desde el inicio de operación y productividad de la empresa.

Estos periodos de tiempo se contemplan según el estudio realizado por Confecámaras titulada “Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia” del 2017, en donde determinan un periodo oportuno de crecimiento para nuevas empresas [39, p. 9].

Tabla 13.2.1. Impactos.

ASPECTO	IMPACTO	SUPUESTO	PLAZO
Social	Oportunidad de empleo.	Aumento de oportunidades laborales con base a la demanda del mercado. Generación de empleo para ingenieros, secretarías, especialistas, oficiales de obra y entre otros.	Corto
Económico	Más opciones en la oferta del tipo de servicio.	Amplia las alternativas en los servicios constructivos, específicamente en la remodelación o construcción de inmuebles y/o viviendas.	Corto
Económico	Competitividad en el sector constructivo.	Genera competitividad en el sector constructivo, en cuanto a empresas constructoras y fincas raíces.	Largo
Económico	Demanda en la compra de materiales y equipos de construcción.	Produce mayor demanda en materiales relacionados en la adecuación y construcción de viviendas. Además, en la inversión de equipos o herramientas para el desarrollo de obras civiles.	Mediano
Técnico	Seguridad laboral	Genera planes de seguridad y seguimiento para disminuir la accidentabilidad laboral y mejorar el desempeño laboral.	Corto
Técnico	Licencias de construcción	Elabora planes de gestión y formulación de licencias de construcción, remodelación y sus modalidades afines.	Corto

Fuente: Autor.

14. CONCLUSIONES Y TRABAJOS FUTUROS

14.1. CONCLUSIONES

De acuerdo a lo realizado, se permite concluir que la creación de esta empresa en el mercado planteado es viable para el sector constructivo, se determina que hay una demanda insatisfecha en este tipo de negocio, ya que hay mucha informalidad y el servicio a ofertar no representa garantías ni calidad, por lo tanto, el mercado presenta un nivel alto de demanda para una empresa de este tipo, debido a que un gran porcentaje del público objetivo no conoce una empresa que brinde estos servicios, tal como se identifica en el análisis de encuesta realizada en el módulo de mercado, indicando que el 80% de los encuestas no conocen empresas de remodelación. De igual manera, se identifica que la demanda presenta un índice de oportunidad para las empresas de remodelación y acabados, puesto que las inversiones de los clientes objetivos, es decir, los propietarios de viviendas VIS y no VIS, es del 4% hasta un 20%, del cual representa inversiones desde los 4 millones de pesos hasta los 20 millones de pesos por vivienda. Además, el mercado a operar es relativamente nuevo en el sector constructivo, del cual permite posicionar la empresa por la poca competitividad y control de precios.

En la parte operativa y organizacional, se determina que no se requiere de muchos recursos para la actividad económica de la empresa, de igual forma, los recursos humanos están planteados de tal manera que funcionen integralmente, permitiendo un desarrollo integral en la planeación, administración y control operativo de la empresa. Cabe destacar, que el crecimiento a largo plazo obliga a modificar dicha estructura para realizar proyectos simultáneos, debido a que el personal operativo no será suficiente para suplir la demanda.

En el módulo financiero se concluye muchos factores a considerar en la viabilidad de la empresa, el principal factor es la puesta en marcha de la empresa, esta requiere de un capital elevado para poder sostener los primeros años de actividad comercial de la empresa, tal como se supuso en la justificación del problema. Muchas empresas constructoras requieren de una capital de inversión elevado para lograr competir en el mercado debido a los altos costo de operación y ejecución de proyectos. De todas maneras, este déficit resalta en los ingresos, egresos y flujo caja supuestos.

Partiendo de que se requiere de un gran capital, se precisa que la relación costo-beneficio representa que la inversión inicial es muy baja, para un índice de costos-beneficio de 1,04 es positivo pero muy cercano al 1, por lo que los beneficios serian aproximados a los costos. Sin embargo, esta relación puede variar a lo largo de tiempo reduciendo costos, mano de obra, innovando en proceso constructivos y generando alianzas estratégicas.

Finalmente, se concluye que el plan de negocio es atractivo y se puede llevar a cabo siempre cuando se disponga de un alto capital de inversión para competir y lograr

un equilibrio por lo primeros años, de igual manera, en términos de mercadeo y financieros se establece que es viable la creación de una empresa de remodelaciones en Villavicencio o ciudad en expansión.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Confecamaras, «Informe de dinámica empresarial en Colombia,» 2018. [En línea]. Available: http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/2018/Cuadernos_An%C3%A1lisis_Econ%C3%B3mico/Din%C3%A1mica_Empresarial/Din%C3%A1micaEmpresarial.pdf. [Último acceso: 09 2019].
- [2] Dane, «Financiación de vivienda F.I.V.I.,» 2019. [En línea]. Available: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/fin_vivienda/bol_FIVI_ltrim19.pdf. [Último acceso: 09 2019].
- [3] Coordinada Urbana - Camacol Meta, «Camacol,» Coordinada Urbana - Camacol Meta, 07 2019. [En línea]. Available: <http://www.camacolmeta.com/informacion-estrategica/cifras-camacol>. [Último acceso: 2020].
- [4] Federación Colombiana de Lonjas de Propiedad Raíz, «Fedelonjas,» Fedelonjas, 12 07 2018. [En línea]. Available: <https://www.fedelonjas.org.co/noticias/historico/80-en-el-ultimo-ano-se-entregaron-3-22-billones-en-creditos-para-vivienda-usada>.
- [5] Vanguardia, «Vanguardia,» 05 06 2018. [En línea]. Available: <https://www.vanguardia.com/economia/nacional/en-el-ultimo-ano-se-entregaron-322-billones-en-creditos-para-vivienda-usada-OEVL437933>.
- [6] Publicaciones Semana S.A., «Dinero,» Revista Semana, 16 05 2019. [En línea]. Available: <https://www.dinero.com/pais/articulo/infraestructura-lidero-en-crecimiento-del-pib/272136>. [Último acceso: 2020].
- [7] Banco de la Republica, «Análisis de la cartera y del mercado de vivienda en Colombia,» 2018. [En línea]. Available: <http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/informes-especiales-analisis-de-cartera-del-mercado-de-vivienda-primer-semester-2018.pdf>. [Último acceso: 09 2019].
- [8] MetroCuadrado, «MetroCuadrado,» MetroCuadrado, 24 01 2019. [En línea]. Available: <https://www.metrocuadrado.com/noticias/guia-de-compra/cuanto-cuesta-arreglar-un-apartamento-en-obra-gris-2820>. [Último acceso: 02 2020].
- [9] M. A. Angela, «Teoría de Jeffry Timmons,» 2016. [En línea]. Available: <http://teoriadejeffrytimmons.blogspot.com/p/bibliografia-de-jeffry-timmons.html>.
- [10] R. d. Pozo, «Cink emprende,» Cink emprende, 05 04 2016. [En línea]. Available: <http://cink-emprende.es/formacion-blog/modelo-timmons-claves-para-emprender/>.
- [11] M. M. S. C. M. M. J. O. René Garzozzi Pincay, Planes de Negocios para Emprendedores, Iniciativa Latinoamericana de Libros de Texto Abiertos (LATIn), 2014.
- [12] O. L. B. A. Rodrigo Varela, «base de datos Scielo,» 31 01 2006. [En línea]. Available: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf>.
- [13] Curaduría Urbana Segunda, «Curaduría Urbana Segunda,» [En línea]. Available: <http://curaduria2itagui.com/servicios/licencias-urbanisticas/licencia-de-construccion-y-sus-modalidades>. [Último acceso: 20 11 2019].
- [14] El Congreso de Colombia, «De fomento a la cultura del emprendimiento.,» 2006. [En línea]. Available: <https://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>. [Último acceso: 11 10 2019].
- [15] El Congreso de Colombia, «Colciencias,» El Congreso de Colombia, 10 07 2000. [En línea]. Available: <https://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-590-2000.pdf>. [Último acceso: 10 11 2019].
- [16] M. L. P. Vásquez, «Políticas públicas de emprendimiento en Colombia,» 2013. [En línea]. Available: <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5280/1/TCT01662.pdf>. [Último acceso: 10 11 2019].

- [17] C. A. H. Q. G. G. Anderson Steven Padilla García, «Creación de empresa de remodelación de vivienda en Bogotá,» 2016. [En línea]. Available: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/4295/00002880.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. [Último acceso: 06 2019].
- [18] A. M. F. S. María del Pilar Aya Jamaica, «Plan de negocio para la creación de una compañía prestadora de servicios integrales de administración para inmuebles de uso habitacional,» Universidad de la Salle, Bogotá, 2009.
- [19] C. A. V. B. Vanessa Alejandra Cardona Valencia, «Plan de negocio para la creación de una empresa de ingeniería civil integral en la ciudad de Medellín,» 2015. [En línea]. [Último acceso: 08 2019].
- [20] Alcaldía de Villavicencio, «Villavicencio cambia contigo,» Alcaldía de Villavicencio, 2019. [En línea]. Available: <http://www.villavicencio.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Informacion-del-Municipio.aspx>. [Último acceso: 01 2020].
- [21] M. C. Padilla, Formulación y evaluación de proyectos, Bogotá's: Ecoe ediciones, 2011, p. 55.
- [22] L. C. Elena Alfonso, «Mercado de competencia perfecta,» desconocido. [En línea]. Available: https://issuu.com/gonzalofa/docs/mercado_de_competencia_perfecta.
- [23] Experto Gestipolis.com, «Gestipolis,» Gestipolis, 18 03 2013. [En línea]. Available: <https://www.gestipolis.com/competencia-perfecta-monopolistica-monopolio-oligopolio-caracteristicas/>. [Último acceso: 2020].
- [24] Observatorio Laboral LaboUR1, «Perfil actual de la informalidad laboral en Colombia: estructura y retos,» 2018. [En línea]. Available: <https://www.urosario.edu.co/Periodico-NovaEtVetera/Documentos/Reporte-LaboUR-Informalidad-Mayo-2018-PERFIL-ACTUA.pdf>. [Último acceso: 2020].
- [25] Habitissimo, «Habitissimo,» 2020. [En línea]. Available: <https://www.habitissimo.com.co/cotizacion/remodelacion-casa/meta/villavicencio>.
- [26] Homecenter, «Homecenter,» 2020. [En línea]. Available: <https://www.homecenter.com.co/homecenter-co/servicios>. [Último acceso: 2020].
- [27] Grupo Lesmes Sarmiento S.A.S, «Lesmes y Sarmiento,» 2020. [En línea]. Available: <https://lesmesysarmiento.com/presupuesto-global-preliminar/>.
- [28] D. R. Suárez, «Estudio de oferta y demanda de vivienda y destinos no habitacionales 2018,» 2018. [En línea]. Available: <https://camacol.co/sites/default/files/6-Daniel-Rey.pdf>.
- [29] P. S. M. Soledad Orejuela Córdova, «Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos,» 2002. [En línea]. Available: <http://repository.uchile.cl/handle/2250/108139>.
- [30] Banco de la república, «Análisis de la cartera y del mercado de vivienda en Colombia,» 2019. [En línea]. Available: <https://repositorio.banrep.gov.co/bitstream/handle/20.500.12134/9799/informes-especiales-analisis-de-cartera-del-mercado-de-vivienda-segundo-semester-2019?sequence=1&isAllowed=y>. [Último acceso: 2020].
- [31] Camacol, «Camacol Meta,» Coordinada Urbana – Regional Meta, 07 2019. [En línea]. Available: <http://www.camacolmeta.com/informacion-estrategica/cifras-camacol>. [Último acceso: 2020].
- [32] Fedelonjas, «50% de las cesantías se invierte en comprar y remodelar vivienda,» 2020. [En línea]. Available: https://www.fedelonjas.org.co/images/COMUNICADOS/2020/20_50_de_las_cesant%C3%ADas_se_invierte_en_comprar.pdf.
- [33] Mis Finanzas para invertir, «Mis Finanzas para invertir,» 11 02 2020. [En línea]. Available: <https://www.misfinanzasparainvertir.com/trabajadores-y-empresarios-asi-quedo-el-salario-minimo-y-prestaciones-para-2020/>. [Último acceso: 2020].

[34] Dian, «Resolución Número 139 (Nov. 21 DE 2012),» 2012. [En línea]. Available: https://www.dian.gov.co/ciiu/Documents/Resolucion_000139_21_Nov_2012.pdf.

[35] Cámara de Comercio, «Información general para creación de empresa,» Cámara de Comercio de Bogotá, 2020. [En línea]. Available: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Informacion-general-para-creacion-de-empresa>.

[36] Dian, «Resolución Número 52 (21 Jun 2016),» 2016. [En línea]. Available: <https://www.ccb.org.co/content/download/18137/247373/file/Resoluci%C3%B3n%20nro.%2052%20DIAN.pdf>.

[37] Cámara de Comercio, «Guía 1. Constitución de una sociedad por acciones simplificadas (SAS),» 2019. [En línea]. Available: <https://www.ccb.org.co/content/download/5025/65769/file/GUIA%201%20RM.pdf>.

[38] Dólar web, «Dólar web,» 2020. [En línea]. Available: <https://dolar.wilkinsonpc.com.co/inflacion.html>.

[39] Confecámaras, «Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia,» 2017. [En línea]. Available: http://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%C0%B0lisis_Economico_N_14.pdf.

ANEXOS

TABLA DE INGRESOS POR AÑO Y PROYECCIONES

INGRESOS AÑO 1													
CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO
Remodelaciones	\$ 2.000.000	\$ 5.000.000	\$ 6.000.000	\$ 10.000.000	\$ 11.100.000	\$ 20.800.000	\$ 16.500.000	\$ -	\$ 5.000.000	\$ 15.000.000	\$ 5.000.000	\$ 20.000.000	\$ 116.400.000
Diseños arq. Y/o estr.	\$ -	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.500.000	\$ 2.000.000	\$ 500.000	\$ -	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ 2.500.000	\$ -	\$ 11.300.000
Interventoría	\$ -	\$ -	\$ 1.500.000	\$ -	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ -	\$ -	\$ 1.500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.000.000
Servicios constructivo	\$ 3.000.000	\$ 4.000.000	\$ 500.000	\$ 800.000	\$ 1.000.000	\$ 50.000.000	\$ 500.000	\$ 2.000.000	\$ 10.000.000	\$ 850.000	\$ -	\$ 1.500.000	\$ 74.150.000
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ 5.000.000	\$ 11.000.000	\$ 10.000.000	\$ 12.300.000	\$ 15.600.000	\$ 72.800.000	\$ 17.000.000	\$ 2.800.000	\$ 16.500.000	\$ 15.850.000	\$ 7.500.000	\$ 21.500.000	\$ 207.850.000

PROYECCIÓN DE INGRESOS												
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
Remodelaciones	\$ -	\$ 116.400.000	\$ 151.320.000	\$ 196.716.000	\$ 255.730.800	\$ 332.450.040	\$ 432.185.052	\$ 561.840.568	\$ 730.392.738	\$ 949.510.559	\$ 1.234.363.727	
Diseños arq. Y/o estr.	\$ -	\$ 11.300.000	\$ 14.690.000	\$ 19.097.000	\$ 24.826.100	\$ 32.273.930	\$ 41.956.109	\$ 54.542.942	\$ 70.905.824	\$ 92.177.571	\$ 119.830.843	
Interventoría	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 7.800.000	\$ 10.140.000	\$ 13.182.000	\$ 17.136.600	\$ 22.277.580	\$ 28.960.854	\$ 37.649.110	\$ 48.943.843	\$ 63.626.996	
Servicios constructivo	\$ -	\$ 74.150.000	\$ 96.395.000	\$ 125.313.500	\$ 162.907.550	\$ 211.779.815	\$ 275.313.760	\$ 357.907.887	\$ 465.280.254	\$ 604.864.330	\$ 786.323.629	
Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Financiación bancaria	\$ 100.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL INGRESOS	\$ 100.000.000	\$ 207.850.000	\$ 270.205.000	\$ 351.266.500	\$ 456.646.450	\$ 593.640.385	\$ 771.732.501	\$ 1.003.252.251	\$ 1.304.227.926	\$ 1.695.496.304	\$ 2.204.145.195	

TABLAS DE EGRESOS PARA AÑO 1 Y PROYECCIONES

EGRESOS AÑO 1																
CONCEPTO	MES 0	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO		
COSTOS VARIABLES																
Remodelaciones	\$	-	\$ 1.380.000	\$ 3.450.000	\$ 4.140.000	\$ 6.900.000	\$ 7.659.000	\$ 14.352.000	\$ 11.385.000	\$ -	\$ 3.450.000	\$ 10.350.000	\$ 3.450.000	\$ 13.800.000	\$ 80.316.000	
Diseños arq. Y/o estr.	\$	-	-	\$ 1.380.000	\$ 1.380.000	\$ 1.035.000	\$ 1.380.000	\$ 345.000	\$ -	\$ 552.000	\$ -	\$ -	\$ 1.725.000	\$ -	\$ 7.797.000	
Interventoría	\$	-	-	-	\$ 1.035.000	-	\$ 1.035.000	\$ 1.035.000	\$ -	\$ -	\$ 1.035.000	\$ -	\$ -	-	\$ 4.140.000	
Servicios constructivos	\$	-	\$ 2.070.000	\$ 2.760.000	\$ 345.000	\$ 552.000	\$ 690.000	\$ 34.500.000	\$ 345.000	\$ 1.380.000	\$ 6.900.000	\$ 586.500	\$ -	\$ 1.035.000	\$ 51.163.500	
Otros Egresos	\$	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TOTAL COSTOS VARI/	\$	-	\$ 3.450.000	\$ 7.590.000	\$ 6.900.000	\$ 8.487.000	\$ 10.764.000	\$ 50.232.000	\$ 11.730.000	\$ 1.932.000	\$ 11.385.000	\$ 10.936.500	\$ 5.175.000	\$ 14.835.000	\$ 143.416.500	
COSTOS FIJOS																
Arriendo	\$	-	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000	\$ 36.000.000	
Servicio de energía	\$	-	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 320.000	\$ 3.840.000	
Servicio de acueducto	\$	-	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 1.080.000	
Internet y telefonía fija	\$	-	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 90.000	\$ 1.080.000	
Página web (hosting y dominio)	\$	-	\$ 250.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 250.000	
Publicidad externa (volantes por millar)	\$	-	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 900.000	
Tarjetas de presentación (millar)	\$	-	\$ 95.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 95.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 190.000	
Publicidad digital	\$	-	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000	
Recursos de oficina	\$	-	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000.000	
Dotación y bioseguridad	\$	-	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000.000	
Salarios	\$	-	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 7.309.434	\$ 87.713.208	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$	-	\$ 12.429.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 12.179.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 11.084.434	\$ 135.453.208	
OTROS EGRESOS																
Impuestos	\$	-	\$ 32.775	\$ 72.105	\$ 65.550	\$ 80.627	\$ 102.258	\$ 477.204	\$ 111.435	\$ 18.354	\$ 108.158	\$ 103.897	\$ 49.163	\$ 140.933	\$ 1.362.457	
Financiación bancaria	\$	-	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 1.949.986	\$ 23.399.827	
Implementación de oficina	\$	12.852.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12.852.000	
TOTAL EGRESOS	\$	12.852.000	\$ 17.862.195	\$ 20.696.525	\$ 19.999.970	\$ 21.602.046	\$ 23.900.678	\$ 63.743.624	\$ 25.970.855	\$ 14.984.774	\$ 24.527.577	\$ 24.074.816	\$ 18.258.582	\$ 28.010.352	\$ 316.483.992	

CONSTRUCTORA ENFOCADA EN LA REMODELACIÓN, REHABILITACIÓN Y CONSTRUCCIÓN EN INMUEBLES NUEVOS Y/O USADOS

PROYECCIÓN DE EGRESOS												
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
COSTOS VARIABLES												
Remodelaciones	\$ -	\$ 80.316.000	\$ 105.924.000	\$ 137.701.200	\$ 179.011.560	\$ 232.715.028	\$ 302.529.536	\$ 393.288.397	\$ 511.274.917	\$ 664.657.391	\$ 864.054.609	
Diseños arq. Y/o estr.	\$ -	\$ 7.797.000	\$ 10.283.000	\$ 13.367.900	\$ 17.378.270	\$ 22.591.751	\$ 29.369.276	\$ 38.180.059	\$ 49.634.077	\$ 64.524.300	\$ 83.881.590	
Interventoría	\$ -	\$ 4.140.000	\$ 5.460.000	\$ 7.098.000	\$ 9.227.400	\$ 11.995.620	\$ 15.594.306	\$ 20.272.598	\$ 26.354.377	\$ 34.260.690	\$ 44.538.897	
Servicios constructivos	\$ -	\$ 51.163.500	\$ 67.476.500	\$ 87.719.450	\$ 114.035.285	\$ 148.245.871	\$ 192.719.632	\$ 250.535.521	\$ 325.696.177	\$ 423.405.031	\$ 550.426.540	
Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL COSTOS VARI/	\$ -	\$ 143.416.500	\$ 189.143.500	\$ 245.886.550	\$ 319.652.515	\$ 415.548.270	\$ 540.212.750	\$ 702.276.575	\$ 912.959.548	\$ 1.186.847.413	\$ 1.542.901.636	
COSTOS FIJOS												
Arriendo	\$ -	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	\$ 36.000.000	
Servicio de energía	\$ -	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	\$ 3.840.000	
Servicio de acueducto	\$ -	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	
Internet y telefonía fija	\$ -	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	\$ 1.080.000	
Página web (hosting y dominio)	\$ -	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	
Publicidad externa (volantes por millar)	\$ -	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	\$ 900.000	
Tarjetas de presentación (millar)	\$ -	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	\$ 190.000	
Publicidad digital	\$ -	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	
Recursos de oficina	\$ -	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
Dotación y bioseguridad	\$ -	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	
Salarios	\$ -	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	\$ 87.713.208	
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ -	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	\$ 135.453.208	
OTROS EGRESOS												
Impuestos	\$ -	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	\$ 1.362.457	
Financiación bancaria	\$ -	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ 23.399.827	\$ -	\$ -	\$ -	
Implementación de oficina	\$ 12.852.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
TOTAL EGRESOS	\$ 12.852.000	\$ 303.631.992	\$ 349.358.992	\$ 406.102.042	\$ 479.868.007	\$ 575.763.762	\$ 700.428.243	\$ 862.492.068	\$ 1.049.775.213	\$ 1.323.663.077	\$ 1.679.717.301	

TOTALES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	
TOTAL INGRESOS	\$ 100.000.000	\$ 207.850.000	\$ 270.205.000	\$ 351.266.500	\$ 456.646.450	\$ 593.640.385	\$ 771.732.501	\$ 1.003.252.251	\$ 1.304.227.926	\$ 1.695.496.304	\$ 2.204.145.195	
TOTAL EGRESOS	\$ 12.852.000	\$ 303.631.992	\$ 349.358.992	\$ 406.102.042	\$ 479.868.007	\$ 575.763.762	\$ 700.428.243	\$ 862.492.068	\$ 1.049.775.213	\$ 1.323.663.077	\$ 1.679.717.301	
UTILIDAD	\$ 87.148.000	-\$ 95.781.992	-\$ 79.153.992	-\$ 54.835.542	-\$ 23.221.557	\$ 17.876.623	\$ 71.304.258	\$ 140.760.183	\$ 254.452.713	\$ 371.833.226	\$ 524.427.894	

TIO	15%
VPN INGRESOS	\$ 3.336.201.846
VPN EGRESOS	\$ 3.117.533.170
VPN EGR + INV	\$ 3.217.533.170
RBC	1,04

FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
SALDO ANTERIOR	\$ -	\$ 87.148.000	-\$ 8.633.992	-\$ 87.787.984	-\$ 142.623.527	-\$ 165.845.084	-\$ 147.968.460	-\$ 76.664.203	\$ 64.095.980	\$ 318.548.693	\$ 690.381.920
Ingresos operativos	\$ -	\$ 207.850.000	\$ 270.205.000	\$ 351.266.500	\$ 456.646.450	\$ 593.640.385	\$ 771.732.501	\$ 1.003.252.251	\$ 1.304.227.926	\$ 1.695.496.304	\$ 2.204.145.195
Costos operativos	\$ -	-\$ 143.416.500	-\$ 189.143.500	-\$ 245.886.550	-\$ 319.652.515	-\$ 415.548.270	-\$ 540.212.750	-\$ 702.276.575	-\$ 912.959.548	-\$ 1.186.847.413	-\$ 1.542.901.636
FLUJO OPERATIVO	\$ -	\$ 151.581.500	\$ 72.427.508	\$ 17.591.966	-\$ 5.629.592	\$ 12.247.032	\$ 83.551.290	\$ 224.311.473	\$ 455.364.358	\$ 827.197.585	\$ 1.351.625.478
Financiacion capital	\$ 100.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Nomina	\$ -	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208	-\$ 87.713.208
Deuda banco	\$ -	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	-\$ 23.399.827	\$ -	\$ -	\$ -
Arriendo	\$ -	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000	-\$ 36.000.000
Servicios publicos	\$ -	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000	-\$ 6.000.000
FLUJO LIBRE DE CAJA	\$ 100.000.000	-\$ 1.531.535	-\$ 80.685.528	-\$ 135.521.070	-\$ 158.742.627	-\$ 140.866.004	-\$ 69.561.746	\$ 71.198.437	\$ 325.651.150	\$ 697.484.377	\$ 1.221.912.270
Otros egresos	\$ -	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000	-\$ 5.740.000
Implementacion oficina	-\$ 12.852.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos	\$ -	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457	-\$ 1.362.457
CAJA FINAL	\$ 87.148.000	-\$ 8.633.992	-\$ 87.787.984	-\$ 142.623.527	-\$ 165.845.084	-\$ 147.968.460	-\$ 76.664.203	\$ 64.095.980	\$ 318.548.693	\$ 690.381.920	\$ 1.214.809.813

TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD

Tasa del mercado financiero	DTF	4,53%
Tasa esperada de inflación	IPC	-0,06%
Tasa esperada por el inversionista	i1	5%
Tasa esperada por el empresario	ie	5%
Tasa interna de oportunidad	TIO	15%

INDICADORES

Valor presente neto	VPN	\$ 171.600.801
Tasa interna de retorno	TIR	26%
Relación costo-beneficio	RBC	1,04