

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA QUE
PRESTE SERVICIOS DOMÉSTICOS PROFESIONALES EN BUENAVENTURA**

**MARIBEL RAMIREZ HURTADO
AURA ELISA MOSQUERA MURILLO**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD CIENCIA DE LA ADMINISTRACION
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BUENAVENTURA-VALLE**

2017

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA QUE
PRESTE SERVICIOS DOMÉSTICOS PROFESIONALES EN BUENAVENTURA**

**MARIBEL RAMIREZ HURTADO
AURA ELISA MOSQUERA MURILLO**

**Estudio de factibilidad presentado como requisito final para obtener el título
de Administradora de Empresas**

**Director
GEORGE GARCÉS RIVAS
Administrador de Empresas**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACION
PROGRAMA ADMINISTRACION DE EMPRESAS
BUENAVENTURA-VALLE**

2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

FIRMA DEL PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA JURADO

FIRMA JURADO

BUENAVENTURA, JUNIO 29 DE 2017

Dedicamos la realización de este proyecto a Dios,
a la Virgen, a nuestras familias y docentes,
quienes con su apoyo y comprensión
contribuyeron a que este
logro se hiciera
realidad

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.2. FORMULACION DEL PROBLEMA	7
1.3 JUSTIFICACIÓN	7
1.4 OBJETIVOS	10
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	10
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
1.5. MARCO TEÓRICO	11
1.5.1. TEORÌA	11
1.5.2. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	14
1.5.3. MARCO CONTEXTUAL	20
1.5.4. MARCO CONCEPTUAL	21
1.5.5. MARCO LEGAL	23
1.5.6. ESTADO DEL ARTE	28
1.6. TIPO DE ESTUDIO	35
1.6.1. MÈTODO DE INVESTIGACIÓN	35
1.6.2. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	36
1.6.3. FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	36
1.6.4. MUESTRA	37
1.6.5. TAMAÑO DE MUESTRA	37
1.6.6 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	39

2.	ANÀLISIS DE MERCADO	40
2.1.	ANÁLISIS DEL SECTOR	40
2.1.1.	SITUACIÓN DEL ENTORNO ECONÓMICO	40
2.2.	PRODUCTO/SERVICIO	41
2.3.	CLIENTES	42
2.4.	COMPETENCIA	69
2.5.	TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL	71
2.6.	TAMAÑO DE MI MERCADO	72
2.7.	ESTRATEGIA DE PRECIO	74
2.8.	ESTRATEGIA DE VENTA	76
2.9.	ESTRATEGIA PROMOCIONAL	77
2.10.	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	79
2.11.	POLITICAS DE SERVICIOS	80
2.12.	PLANES DE CONTINGENCIA	80
2.13.	PRESUPUESTO DE VENTAS	80
2.14.	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	81
3.	ANÁLISIS TÉCNICO	82
3.1.	ANÁLISIS DEL SERVICIO	82
3.2.	DESARROLLO DEL SERVICIO	82
3.3.	EQUIPO Y MAQUINARIA	83
3.4.	LOCALIZACIÓN DEL NEGOCIO	83
3.5.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PERSONAL	83
3.6.	MECANISMO DE CONTROL	84
3.7.	CONCLUSIONES Y VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	85
4.	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	86
4.1.	PERSONAL EJECUTIVO	86

4.2.	ORGANIZACIÒN	88
4.3.	ESTRATÈGIA ORGANIZACIONAL	88
4.3.	ANÀLISIS DOFA	88
4.3.1.1.	DIAGNÒSTICO SITUACIONAL	88
4.3.2	FORMULACION DE ESTRATÈGIAS	91
4.4.	VALORES ORGANIZACIONALES	92
4.5.	CONCLUSIÒN ANÀLISIS ADMINISTRATIVO	93
5.	ANÀLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL	94
5.1.	REQUISITOS PARA MATRÌCULA DE UN ESTABLECIMIENTO EN INDUSTRIA	94
5.2.	TRÀMITES TRIBUTARIOS	94
5.2.1.	DE ORDEN NACIONAL	94
5.2.2.	IMPUESTOS DE ORDEN NACIONAL	95
5.3.	ANÀLISIS AMBIENTAL	96
5.4.	ANÀLISIS SOCIAL	96
5.5.	CONCLUSIONES ANALISIS AMBIENTAL Y SOCIAL	96
6.	ANÀLISIS ECONÒMICO	97
6.1.	INVERSIÒN EN ACTIVOS FIJOS	97
6.2.	GASTOS DE ARRANQUE	98
6.3.	INVERSIÒN EN CAPITAL DE TRABAJO	98
6.4.	PRESUPUESTO DE INGRESOS	99
6.5.	PRESUPUESTO GASTOS DE PERSONAL	99
6.6.	PRESUPUESTO GASTOS DE ADMINISTRACIÒN	100
6.7.	PUNTO DE EQUILIBRIO	101
6.8.	FLUJO DE CAJA	102
6.9.	ESTADO DE RESULTADOS	103

6.10.	BALANCE GENERAL	104
7.	EVALUACIÓN FINANCIERA	105
8.	CONCLUSIONES	107
9.	RECOMENDACIONES	108
	BIBLIOGRAFÍA	109
	ANEXOS	110

LISTAS DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Valor económico del TDCNR según funcionalidad	14
Tabla 2. Viviendas de buenaventura de 2013	72
Tabla 3. Proyección de viviendas de buenaventura a 2017	73
Tabla 4. Predios por estratos 2015	73
Tabla.5. Proyección de ventas	74
Tabla 6. Valor aproximado costo empleado	74
Tabla 7. Costo unitario gastos de producción	75
Tabla 8. Costos producción	76
Tabla 9. Proyección de ventas	81
Tabla 10. Equipo y maquinaria	83
Tabla 11. Inversión activos equipos de oficina	97
Tabla 12. Gastos de arranque	98
Tabla 13. Costos de mano de obra	98
Tabla 14. Proyección de ingresos	99
Tabla 15. Gastos de personal	99
Tabla 16. Gastos de administración	100
Tabla 17. Punto de equilibrio	101
Tabla 18. Flujo de caja	102
Tabla. 19. Estado de resultados	103
Tabla 20. Balance general	104
Tabla 21. Indicadores financieros	105

LISTAS DE GRÁFICAS

	Pág.
Grafica 1. Distribución porcentual de la población ocupada según posición Ocupacional y sexo	12
Grafica 2. Resultados pregunta 1.	44
Grafica 3. Resultados pregunta 2.	45
Grafica 4. Resultados pregunta 3.	46
Grafica 5. Resultados pregunta 4.	47
Grafica 6. Resultados pregunta 5.	48
Grafica 7. Resultados pregunta 6.	49
Grafica 8. Resultados pregunta 7.	60
Grafica 9. Resultados pregunta 8.	51
Grafica 10. Resultados pregunta 9.	52
Grafica 11. Resultados pregunta 10.	53
Grafica 12. Resultados pregunta 11.	54
Grafica 13. Resultados pregunta 12.	55
Grafica 14. Resultados pregunta 13.	56
Grafica 15. Resultados pregunta 14.	57
Grafica 16. Resultados pregunta 15.	58
Grafica 17. Resultados pregunta 16.	59
Grafica 18. Resultados pregunta 17.	60
Grafica 19. Resultados pregunta 18.	61
Grafica 20. Resultados pregunta 19.	62
Grafica 21. Resultados pregunta 20.	63
Grafica 22. Resultados pregunta 21.	64
Grafica 23. Resultados pregunta 22.	65
Grafica 24. Resultados pregunta 23.	66
Grafica 25. Resultados pregunta 24.	67
Grafica 26. Resultados pregunta 25.	68
Grafica 27. Resultados pregunta 26.	69
Grafica 28. Punto de equilibrio	101

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1. Clasificación de estratos, número de viviendas, población.
Buenaventura 2004

37

Cuadro 2. Orientadores de la comunicación en la promoción

78

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 2. Estrategia de la distribución del personal	79
Ilustración 3. Plano de oficina	84
ilustración 4. Organigrama	88

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos infinitamente a la Universidad del Valle Sede Pacífico y a su grupo de docentes quienes con su profesionalismo, paciencia y calidad humana nos aportaron día a día los conocimientos que hoy podemos desarrollar en este trabajo.

Al Coordinador Alexander Herrera, por su apoyo y recomendaciones.

Al profesor George Garcés, por la orientación en el desarrollo de este.

A todas y cada una de las personas que nos colaboraron en la realización de este estudio de factibilidad.

GLOSARIO

AMA DE CASA: Mujer que tiene como ocupación principal el trabajo en el hogar con quehaceres domésticos tales como: el cuidado de los hijos, la limpieza de la casa, la compra de víveres y otros artículos, la preparación de los alimentos, la administración parcial o total del presupuesto familiar, la supervisión de trabajos y de tareas en el ámbito del hogar.

ASEO DOMICILIARIO: Acción y efecto de limpiar, que se ejecuta o se cumple en un domicilio interesado.

ADMINISTRACIÓN: El esfuerzo humano coordinado para obtener la optimización de todos los recursos a través del proceso administrativo, con el fin de lograr objetivos.

CALIDAD DE SERVICIO: Grado en el que una oferta intangible reúne las expectativas de un cliente.

CALIDAD: Eficacia con que un producto cumple las expectativas de un comprador.

CANAL DE DISTRIBUCIÓN: Conjunto de personas y empresas que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto.

CAPITAL: Es la suma de todos los recursos, bienes y valores movilizados para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

CLIENTE: Persona que utiliza los servicios de un profesional o de una empresa, especialmente la que lo hace regularmente. Persona que toma la decisión comprar.

CONSUMIDOR: Es una persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios. Es decir, es un agente económico con una serie de necesidades. También se define como aquel que consume o compra productos para el consumo. Es por tanto el actor final de diversas transacciones productivas.

CONSUMIDOR FINAL: Se define como la persona que realmente utiliza un producto. El consumidor final difiere del cliente, que puede comprar el producto, pero no necesariamente consumirlo; por ejemplo, en el caso de la ropa infantil, una hermana puede comprar prendas como cliente de un establecimiento, pero el consumidor final es la hermanita.

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE UNA EMPRESA QUE PRESTE SERVICIOS DOMESTICOS PROFESIONALES EN BUENAVENTURA

SERVIPRO nace con la finalidad de prestar un servicio confiable, seguro y con calidad para brindar bienestar y tranquilidad a los posibles clientes que lleguen a utilizar nuestros servicios; con base en lo anterior se realizó el siguiente estudio de factibilidad sobre la creación y puesta en marcha de una empresa que preste servicios domésticos profesionales. Busca mostrar al lector porque es importante el análisis y estudio del mismo ya que en él se muestra el porqué, como, y cuando iniciaría operaciones la empresa, además permite ver la viabilidad social, económica y financiera, logrando tener una buena aceptación y posible consecución de recursos para la puesta en marcha del mismo. Su finalidad está orientada a verificar la existencia de una demanda potencial insatisfecha en los servicios del hogar en gran parte por la incertidumbre de contratar personal poco confiable. El servicio tiene como propósito dar apoyo en las labores del hogar como son lavar, planchar, limpiar, aseo en general, cocinar y también el cuidado de niños y adultos mayores si lo requieren.

El mercado existente es viable para el funcionamiento, existe suficiente mano de obra, que al ser contratada genera un impacto social positivo en el sector más vulnerable de la población porque contribuye a mejorar la calidad de vida y el desempleo en el Distrito de Buenaventura.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo nace como una propuesta basada en generar empleo a la población del Distrito de Buenaventura y satisfacer necesidades brindando confianza en el servicio, además les permite a los jefes del hogar dedicar tiempo a la familia y descansar. Por tal razón se propone la idea de realizar un proyecto de inversión para la creación de una empresa que ofrezca a la comunidad, el servicio doméstico profesional dirigido a los hogares que lo requieran de una manera especializada y formal. Así mismo lograr la aplicación de las teorías, metodologías, habilidades y estrategias empresariales impartidas por la Academia en el marco del emprendimiento, creación e innovación.

El principal propósito de este estudio es determinar si es viable crear una empresa que formalice la contratación del personal doméstico, cumpliendo con las normas legales, analizando si es rentable a corto o largo plazo, para así mismo crear estrategias que mejoren los resultados.

Nuestra empresa llegará como una alternativa de apoyo a cada familia que requiera tranquilidad en el cuidado de sus integrantes y pertenencias, contando con personal capacitado y responsable.

Este plan de inversión se realizará teniendo como fundamento las teorías de mercado, las aplicaciones de técnicas estadísticas, elementos técnicos para una empresa, requerimientos administrativos, técnicas contables y financieras para realizar proyecciones y hacer evaluaciones.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Cada vez los servicios se consolidan como uno de los principales motores de desarrollo, crecimiento y generación de empleo; la prestación de servicios en el mundo se ha venido incrementando durante los últimos años. Según la Organización Mundial del Comercio, los servicios representan más del 60% de la producción¹ y el empleo mundial, creciendo de manera sostenida desde 1980; también en otro informe revela que del total de los trabajadores del hogar en América Latina y el Caribe, 18 millones (el 92 % del total) son mujeres, representando el 17,4 % de la fuerza laboral femenina de la región.

En Colombia, el sector de servicios ha presentado una tendencia similar a la mundial. En el 2006 el sector representó el 56% de la producción nacional y generó el 62% del empleo, principalmente en los subsectores de servicios comunales, sociales y personales, además de comercio, hoteles y restaurantes. donde la prestación de servicios domésticos no se queda atrás, cuyo dato estadístico revelado por el Ministerio de Trabajo informan que hay 753.333 trabajadores en el sector doméstico, de los cuales el 95 por ciento son mujeres (715.666) y el resto hombres (37.667)²

Es importante resaltar que se trata de un mercado que ha venido creciendo y que, dadas las condiciones actuales, existen pocas empresas dedicadas a suplir esta actividad en forma completa, creando una necesidad insatisfecha dentro de los hogares.

¹ https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm.

² <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-hay-750-000-trabajadores-sector-domestico-80708>

Actualmente en el mercado existen diferentes empresas que prestan servicios similares, pero que están enfocadas a la labor empresarial, lo cual no las hace competencia directa.

Buenaventura es una de las ciudades de Colombia, en donde la contratación informal para las labores domésticas es representativa, por tal razón este plan de negocio es una oportunidad de inversión, además contribuirá con la generación de empleo, conociendo que la tasa de desempleo en Buenaventura es muy alta, la cual venía en el 62% según un estudio de la Cámara de Comercio al 2015³, pero de acuerdo a informe del DANE, se situaba en el 21,1% en este mismo año y en el 2016 en un 18%⁴, datos alentadores aunque en la realidad se ve otro panorama. Existen algunas posibles razones que originan el desempleo: El poco desarrollo industrial y empresarial, la falta de preparación de los habitantes de la ciudad, especialmente en los temas de creación de empresas, y la poca visión a la hora de desarrollar iniciativas que les permitan un mejor aprovechamiento de lo que el medio ofrece; la ineficiencia de las administraciones locales, regionales y nacionales a la hora de enfrentar esta problemática. Sin embargo, reviste gran importancia el hecho que mediante las instituciones de educación superior se desarrollen ideas que tengan relación directa con la generación de fuentes de empleo.

La idea de la empresa nace, por un lado, como respuesta a las diferentes necesidades que surgen a diario en los hogares, debido a que la mujer del hogar, y la familia en general, por sus distintas ocupaciones ya sean laborales o educativas, deben buscar apoyo en otros para los quehaceres de la casa; por otro lado, darles oportunidad a muchas madres cabeza de hogar para que se empleen formalmente.

³ <http://www.elpais.com.co/valle/cuantos-desempleados-hay-en-buenaventura.html>, Cuantos desempleados hay en Buenaventura, abril 11 de 2015

⁴ <http://www.elpais.com.co/economia/bajo-realmente-el-desempleo-en-el-puerto-de-buenaventura.html>.Abril 11 de 2017

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo formular el plan de negocio que permita demostrar la factibilidad de la creación de una empresa prestadora de servicios domésticos en el Distrito de Buenaventura de forma organizada y formal?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La idea de establecer una investigación para la factibilidad de creación de una empresa prestadora de servicios domésticos surge de la necesidad de suplir un mercado insatisfecho, que en primera medida cumpla con las necesidades específicas de los clientes en todos los procesos concernientes a la contratación, capacitación del personal para un desempeño óptimo en el trabajo y confianza tanto con la calidad del servicio, como con la seguridad de que la persona asignada a la labor no incurrirá en robos, viendo este último aspecto como una de las principales causas actuales de despido por parte de los empleadores a sus empleadas domésticas, evento que disminuirá si existe mejor remuneración por el trabajo realizado, bajo la implementación de una relación de beneficio mutuo que permita asegurar el bienestar tanto de los empleadores como de las empleadas y clientes; en segunda medida permite desarrollar cada uno de los conocimientos adquiridos durante la carrera, los cuales son las bases más importantes, que nos faculta como administradores y empresarios eficientes capacitados para tomar decisiones en la iniciación y/o dirección de una empresa,

Otras de las razones por lo cual esta propuesta de Creación de Empresa es de gran importancia para el Distrito de Buenaventura son:

- Contribuye al desarrollo social y económico del distrito por la generación de nuevos empleos.

- El trabajo doméstico es una oportunidad de empleo para muchas mujeres, con escasa formación educativa, debido a que no se requiere de un título para realizar este oficio.
- Los hogares contarán con personal que les preste apoyo en el cuidado de niños, mientras se encuentren en casa.
- adultos mayores también requieren del cuidado en casa que por costos, esta labor la realiza generalmente la empleada doméstica.
- Este proyecto busca ofrecer una empresa que brinde seguridad y tranquilidad a los hogares que requieran del servicio, puesto que contará con personal capacitado, responsable y confiable para la realización de las labores, con el cual se busca generar confianza en los clientes, desvirtuando las diferentes acciones que han conllevado a la no utilización de este servicio como son ausentismo frecuente, baja calidad del servicio, abandono definitivo o temporal del trabajo sin aviso previo, delitos como robo (dinero, joyas). abuso de confianza, maltrato a los integrantes indefensos a su cuidado (niños y ancianos), entre otras.
- El cliente contará con diferentes opciones, en cuanto a la jornada laboral del personal, de tal forma que pueda escoger la que más se adecue a su necesidad.
- La empresa se fundamentará en la prestación de un servicio de contacto entre un cliente con alguna necesidad y las prestadoras del servicio.

Este trabajo investigativo pretende elaborar un plan de inversión basado en las teorías de mercado, de aplicación de técnicas estadísticas, elementos técnicos para una empresa, requerimientos administrativos, técnicas contables y

financieras para realizar proyecciones y hacer evaluaciones, con el fin de utilizar estas herramientas teóricas y obtener los resultados que demuestren la factibilidad del negocio.

La investigación tiene una aplicación práctica, pues una vez se haga el trabajo de campo en el cual se encuestará y se entrevistará a los jefes de hogar, se tendrá una medición más clara sobre la realidad de este sector, se podrán establecer valores porcentuales, tendencias y proyecciones de las principales variables de este tipo de actividad laboral, los salarios, los horarios, que jornadas se manejan si son diurnas, o vespertinas y si es labor de tiempo completo.

Una vez el estudio brinde toda esta información, la investigación se enfocará en establecer las necesidades de tipo organizacional, técnico, legal, contable y financiero para construir una propuesta de tipo empresarial que le ofrezca al mercado una empresa estructurada y enmarcada dentro de los conceptos de actividad económica formal y servicio con personal capacitado que se caracterice por la calidad.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Establecer estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios domésticos en el Distrito de Buenaventura de forma organizada y formal.

1.4.2. Objetivos específicos

- Desarrollar el estudio de mercado para la empresa de servicios profesionales domésticos de forma que se determine la oferta y la demanda.
- Elaborar el estudio técnico, administrativo, socioeconómico, social y legal, para la creación de una empresa de servicios profesionales domésticos de forma que se establezca el presupuesto de gastos e inversiones.
- Elaborar el estudio económico y financiero de manera que determine la viabilidad para su funcionamiento.
- Establecer la factibilidad del negocio.

1.4. MARCO TEÓRICO

Con base a la pregunta, este marco está centrado en los siguientes apartados: Teoría sobre el servicio doméstico y como realizar el estudio de factibilidad

1.5.1. Teoría

El trabajo doméstico históricamente ha estado vinculado a la esclavitud y a otras formas de servidumbre. En la actualidad, es un fenómeno mundial que perpetúa las jerarquías basadas en la raza, el origen étnico, la pertenencia a un grupo autóctono, la casta, el género y la nacionalidad.⁵ Ya en la historia, el servicio doméstico se fue especializando, sirviéndose de un sistema de aprendices que permitía a los trabajadores un avance a través de los rangos jerárquicos. Sin embargo, existía un riesgo especialmente con las mujeres, ya que no existía protección de los empleadores escrupulosos y otros miembros de la familia, quienes en muchas ocasiones las abusaban sexualmente.⁶

El incremento de la demanda de servicios domésticos se debe a la emancipación de la mujer y su incorporación en la fuerza del trabajo, la dificultad de compaginar la vida laboral y la familiar, la ausencia de servicios públicos y servicios sociales estatales que cubran las necesidades domésticas sobre todo las requeridas por niños y ancianos, la feminización de las migraciones internacionales y el envejecimiento de las sociedades.

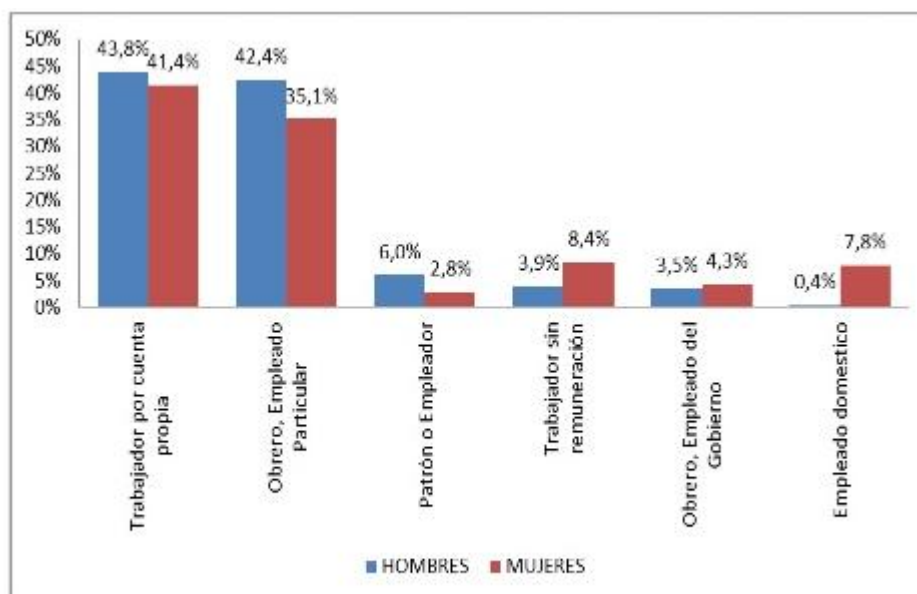
En Colombia en el siglo XVI el servicio doméstico fue una realidad social y culturalmente importante, sólo recientemente pueden encontrarse investigaciones sobre las condiciones de trabajo de las empleadas domésticas y sobre las transformaciones recientes de ese tipo de relación; sin embargo, hasta donde

⁵ El Trabajo Decente para los trabajadores Doméstico. Informe de la OIT, Ginebra 2010.

⁶ DIAZ Simón Luis. El servicio doméstico: vector de la inmigración femenina a Madrid (1900-1930), 2013, Vol. IV PP. 217-235

llega nuestro conocimiento, no hay estudios que describan con rigor a ese grupo social y que intenten una definición precisa de ese tipo de vínculo social, a pesar de su significado y extensión. Así, por ejemplo, según los datos absolutos disponibles, en 1918 en Bogotá había 1.631 hombres y 38.688 mujeres en oficios domésticos, en Medellín 565 hombres y 24.314 mujeres, en Barranquilla 229 hombres y 21.106 mujeres, en Cali 398 hombres y 10.868 mujeres y en Bucaramanga 1179 hombres y 8.313 mujeres.⁷ Para Bogotá representan el 21% del total de la población, para Medellín el 31%, para Barranquilla el 33%, para Cali el 25% y para Bucaramanga el 38%.⁸ Como se puede observar la mujer ha sido la principal realizadora de esta actividad, aclarando que se ha ocupado en las labores del hogar.⁷

Gráfico N° 1 Distribución porcentual de la población ocupada según posición ocupacional y sexo. 2012



Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares –GEIH–

⁷ B. Castro. Sociedad y Economía. El Servicio Doméstico en Colombia a principios del siglo XX. 2011

Los empleados del hogar representan el 7,5 % del total de los trabajadores en Latinoamérica y el Caribe, el porcentaje más alto del mundo, según un informe difundido por la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

El porcentaje del 7,5 % en América Latina y el Caribe se sitúa muy por encima de la media mundial de trabajadores domésticos con respecto al total de la fuerza laboral, que es de un 1,7 %. Esa proporción latinoamericana es mucho más elevada que en el resto de regiones del mundo: en Oriente Medio, es de un 5,6 %; en África, un 1,4 %; en Asia Pacífico, un 1,2 %; en los países desarrollados, un 0,8 %, y Europa del Este y las repúblicas ex soviéticas, un 0,3 %.⁸

El primer informe que publica la OIT sobre el sector del trabajo doméstico en el mundo apunta a un fuerte incremento de esta actividad laboral en la región, que pasó de 10,5 millones trabajadores domésticos en el año 1995 a 19,5 millones en 2010. Las causas apuntadas por la OIT son el incremento de la población anciana, que requiere de mayores cuidados, la falta de políticas que permiten la conciliación de la vida profesional y personal, y el aumento de la participación de las mujeres en el mundo laboral, también el informe apunta como otra posible razón la desigualdad económica de la población, que permite la existencia de empleadores en los puestos superiores de la escala social y personas con escasos recursos dispuestos a realizar servicios domésticos mal pagados.

El DANE en estudio realizado en el año 2012, reporta que en la producción de servicios domésticos y de cuidados no remunerados, el valor del trabajo

⁸ <http://www.elespectador.com/noticias/elmundo/latinoamerica-region-mayor-porcentaje-de-empleados-dome-articulo-395688>

representa el 58, 6%, donde el trabajo de las mujeres representa el 79,2% y el de los hombres 20,8%.⁹

Tabla N°1 Valor económico del TDCNR según funcionalidad. 2012p

Funcionalidad del TDCNR	Valor económico	Miles de millones de pesos		
		Estructura porcentual		
		Total	Hombres	Mujeres
Suministro de alimentos	40.709	29,9	3,4	26,5
Mantenimiento del vestuario	23.800	17,5	1,8	15,6
Limpieza y mantenimiento del hogar	29.744	21,8	5,4	16,4
Compras y administración	18.005	13,2	5,8	7,4
Cuidado y apoyo	20.868	15,3	3,6	11,7
Trabajo voluntario	3.230	2,4	0,8	1,6
Total TDCNR (2012p)	136.357	100,0	20,8	79,2

Fuente: DANE – Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

1.5.2 Estudio de Factibilidad

El estudio de factibilidad para la creación de la empresa permite dar una orientación y análisis en el marco financiero, económico y social antes de realizar la inversión a la cual se apunta, lo cual contribuye a tomar decisiones importantes sobre el plan de negocio de la organización, es el instrumento que todo empresario debe utilizar para organizar su visión y tener en forma clara los propósitos y los resultados.

El plan de negocio contribuye a conocer el entorno, las influencias del mercado, evaluar la oportunidad de negocio, disminuir los riesgos, así mismo mejora las probabilidades del éxito. Por eso es importante tener una guía que nos ayude a desarrollar los pasos necesarios para llegar al objetivo, por tanto, se adoptará el Libro de Innovación Empresarial de Rodrigo Varela, y el libro de Introducción a la

⁹

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/cuentas/ec/Bol_CS_Econo_cuidado_FaseII_11_2014.pdf

teoría General de la Administración de Idalberto de Chiavenato, se tendrá como referencia al señor Philip Kotler, para la realización del plan de mercado.

En el área administrativa también se tendrá en cuenta lo pertinente a la administración por objetivos de Peter Drucker, estableciendo metas propuestas las cuales se deben cumplir mediante planes de acción, administración que ha tenido éxito en organizaciones de alto prestigio a partir de los años 1980.

Con el propósito de hacer un estudio objetivo se tendrá en cuenta las herramientas de las estadísticas descriptivas, analítica e inferencial, en el cual se aplicará la metodología de la investigación científica.

Como el proyecto requiere la apreciación del investigador o de las personas que intervienen se tendrá en cuenta el método científico para darle consistencia al mismo, a la vez se utilizarán técnicas para la toma de decisiones como la matriz DOFA, y se desarrollarán los conocimientos adquiridos durante la carrera de Administración de Empresas:

-Plan de Mercado: Consiste en determinar “la existencia real de clientes para los productos o servicios que se van a producir, la disposición de los clientes a pagar el precio establecido, la determinación de la cantidad demandada, la aceptación de las formas de pago, la validez de los mecanismos de mercadeo y venta previstos, la identificación de los canales de distribución que se van a usar, la identificación de las ventajas y desventajas competitivas, el entorno económico y social del sector económico en el cual se va a actuar, los comportamientos del consumidor, los planes estratégicos y de mercadeo”.

Se hará el análisis del sector y del mercado para poder establecer una visión clara de las probabilidades de penetración. De acuerdo a Varela es reconocer que está pasando en el entorno y que se espera que pase. Para el análisis se debe mirar

nuevas empresas, tecnologías, tendencias económicas, sociales y culturales, las amenazas y barreras.

Para el desarrollo del plan de mercadeo se va a realizar un estudio tomando como guía el libro “innovación empresarial” de Rodrigo Varela que muestra señala las razones, características y necesidades de investigación. Se analizará la situación actual del mercado con el fin de identificar los problemas, las oportunidades y los restos que este presenta; siguiente a esto se procederá a la elaboración del análisis DOFA de la empresa, el cual nos permitirá identificar las fortalezas, las debilidades, las oportunidades y las amenazas. Seguido se elaborarán una encuesta para definir las necesidades, las políticas de precios, la estrategia del servicio y el plan de venta.

-Plan Técnico: El objetivo del análisis técnico según Rodrigo Varela es “determinar si es posible elaborar un producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requeridos. Para ello, es necesario identificar tecnologías, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, entre otros”. Se tomará como referencia para la elaboración del plan técnico a Chiavenato en su libro “Introducción a la teoría general de administración” para analizar todos los aspectos relacionados con la prestación del servicio, también se establecerán los equipos y la tecnología necesaria para el funcionamiento, mediante un presupuesto de compras.

-Plan Administrativo: El objetivo principal de este análisis según Rodrigo Varela es “definir las características necesarias para el grupo empresarial y para el personal de la empresa, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del grupo en la gestión y en los resultados”. Para el desarrollo del plan administrativo se tomará como referencia a Rodrigo Varela y su libro “innovación empresarial” que muestra los aspectos importantes y necesarios a la hora de la elaboración de plan

administrativo. Se establecerán las personas que conformarán el grupo empresarial y la participación en la toma de decisiones que tendrán en la empresa, también se describirán el nivel de participación, las condiciones salariales y la política de distribución de utilidades acorde a la proyección de ventas. De acuerdo al personal ejecutivo, se describirán los perfiles de las personas que ocuparán los cargos, detallando su influencia o aporte a la organización desde su experiencia. Se describen las políticas de administración de personal: tipos de contratos, política salarial, prestaciones, bonificaciones, honorarios, aportes parafiscales, aportes a la seguridad social y aumentos salariales.

-Organización: Se describen: La estructura básica (organigrama), las líneas de autoridad, los mecanismos de dirección y control (junta directiva), el estilo de dirección y los comités de dirección que tendrá, sus componentes y sus funciones. Se elaborará un organigrama donde se tratará de establecer una estructura organizacional flexible y cooperante entre sus direcciones, donde las responsabilidades sean compartidas y los proyectos se desarrollen entre estas y no dirigidos a una sola dirección.

Se establecerán las necesidades cualitativas y cuantitativas de los cargos, los mecanismos de selección, contratación y desarrollo, los programas de capacitación, las políticas de administración de personal, la disponibilidad de personal y la contratación con terceros.

- Plan Legal, Ambiental y Social: Se refiere a “definir la posibilidad legal y social para que la empresa se establezca y opere: definir el tipo de sociedad y las obligaciones tributarias, comerciales y laborales que de ella se derivan; analizar las implicaciones que sobre la comunidad tiene el proyecto; determinar las regulaciones locales y los permisos requeridos”. En este análisis se deben determinar los siguientes aspectos: el tipo de sociedad, los procedimientos para la conformación de la sociedad y las implicaciones tributarias, comerciales y

laborales relacionadas al tipo de sociedad que tendrá la empresa; seguido a esto se analizarán los aspectos de legislación urbana que según Rodrigo Varela se trata de relacionar las dificultades legales o de reglamentación para el funcionamiento de la empresa, los trámites y permisos ante los organismos del gobierno.

-Plan Económico y Financiero: El análisis financiero se refiere a “determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas, y las posibilidades de tener acceso real a dichas fuentes”. Asimismo, debe determinar, en el caso de que se use financiación, los gastos financieros y los pagos de capital propio de préstamo. El otro propósito es el análisis de la liquidez de la organización y la elaboración de proyecciones financieras. Para ampliar estos propósitos deben cumplirse con unas etapas, que aportarán la información necesaria para un análisis preliminar.

Para la elaboración del análisis financiero se tomará como guía o referencia para cada uno de los puntos a abordar a los autores; a Rodrigo Varela y su libro “Innovación Empresarial”. Primero se determinará la cantidad de bienes inmuebles necesarios para el funcionamiento del local y la cantidad de personal requerido y sus características. Se elaborará una serie de presupuestos que permitan analizar las posibilidades económicas para incursionar y permanecer en el mercado Bonaerense, primero se realizará el presupuesto de arranque donde se identificará el monto de dinero necesario para dar comienzo del negocio. También el presupuesto de ingresos a un año que proyecte una cifra confiable de las utilidades de la empresa, junto con este presupuesto se elaborará el presupuesto de gastos proyectado al mismo periodo. Siguiendo a la elaboración de los presupuestos se establecerán las Deducciones tributarias que permiten Identificar las obligaciones tributarias de la empresa. Por último, se elaborarán los estados financieros; Flujo de caja, Estados de Resultados y Balance General los cuales darán la información necesaria para poder determinar la viabilidad del negocio y la

posibilidad de alcanzar el objetivo de generar utilidades de 15 puntos por encima de las tasas de interés E.A.

- Plan de Riesgos e Intangibles: “El riesgo específico de una empresa o riesgo diversificarle es ocasionado por aspectos tales como pleitos legales, huelgas, programas de comercialización exitosos o no exitosos, la obtención o la pérdida de contratos de importancia mayor, y otros eventos exclusivos de una empresa en particular”. Para la elaboración del análisis de riesgos e intangibles se desarrollarán los siguientes puntos:

- Condiciones de entorno

Se consideran los cambios macroeconómicos, los cambios en políticas de gobierno y los cambios en estímulos y apoyos.

- Riesgos de mercado

Relacionado con los cambios en el entorno económico y otros eventos exclusivos de una empresa particular. Los cambios desfavorables del sector, el surgimiento de mejores clientes o la reducción del número de clientes. y la posición relativa en el mercado.

- Riesgos técnicos

Se deben tener en cuenta el incremento en el costo, en especial los laborales en caso que se requieran.

- Riesgos financieros

Se describen las demoras en los pagos de los clientes, cuando ya se proyecte dar el servicio para pospago.

1.5.3. Marco Contextual

El distrito de Buenaventura, es la puerta de Colombia a la Alianza del Pacífico¹⁰, unión entre Perú, Chile, México y Colombia (los mercados de estos cuatro países sumados registran como la octava economía del mundo), por lo tanto, se visiona como un lugar de crecimiento comercial, laboral y de infraestructura. Buenaventura, con los planes en inversión, planeación y desarrollo social que se están concibiendo en cabeza del DNP, “este se convertirá en un polo de desarrollo en 20 años con una reducción sustancial en brechas sociales, mejoramiento de la movilidad y seguridad para sus habitantes e inversionistas”¹¹.

El gobierno está realizando grandes esfuerzos para mejorar la infraestructura y dar condiciones de vida más favorable a sus habitantes, con el fin de mejorar su imagen; la adecuación de sus vías, contribuye a tener mayor actividad portuaria, convirtiéndose en el puerto más competitivo, generando confianza para los inversionistas locales y extranjeros, motivándoles a que instalen sus negocios en este lugar, permitiendo el crecimiento y desarrollo social tanto del distrito, como de la región y del país, influenciando en el aumento de empleos en diferentes campos, lo que conlleva a que en muchos hogares se requiera de otras personas para que realicen sus labores cotidianas.

Esta es una oportunidad de negocio, porque siempre existirán las necesidades dentro del hogar y que bueno contar con una empresa que brinde las diferentes soluciones de manera organizada, con personal capacitado y confiable

¹⁰]<http://www.elpais.com.co/economia/buenaventura-debe-estar-a-la-altura-de-puertos-de-la-alianza-del-pacifico-dicen-expertos.html>

¹¹ <http://www.dinero.com/economia/articulo/el-proyecto-para-mejorar-el-desarrollo-economico-y-social-de-buenaventura/242376>

1.5.4. Marco Conceptual

Concepto servicio doméstico. Servicio doméstico es el desarrollo de actividades propias del hogar como son aseo, limpieza, preparación de alimentos, lavado y planchado de ropa, atención de niños y cualquier otra actividad relacionada con el hogar del empleador. Solo las personas naturales pueden prestar este tipo de servicios y se entiende que solo se puede prestar a personas naturales, puesto que el servicio está directamente relacionado con el hogar, la casa de habitación, y solo las personas naturales pueden tener hogar y casa de habitación.

Concepto de contrato de trabajo. Contrato de trabajo es aquél contrato mediante el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración.

Un contrato de trabajo con trabajadores del servicio doméstico tiene las mismas características y conllevan las mismas obligaciones y derechos que cualquier otro contrato de trabajo. Puede ser verbal o escrito, a término fijo o a término indefinido. Es importante recordad que cuando no en el contrato expresamente no se manifiesta que se trata de un contrato a término fijo, se entenderá indefinido.

Jornada de trabajo. El código sustantivo del trabajo no regula expresamente la jornada de trabajo de los trabajadores del servicio doméstico, pero la Corte Constitucional en Sentencia C-372 de junio 21 de 1998, afirmo que la jornada no puede exceder de 10 horas diarias. Igual que tiene derecho a descansos dominicales y festivos, lo que permite concluir que en términos generales, para los trabajadores del servicio doméstico les aplica la norma general sobre Jornada de trabajo.

Salario. El Salario de un trabajador del servicio doméstico no puede ser inferior al mínimo legal vigente. Puede ser pagado en dinero, una parte en dinero y otra en

especie. En el caso en que se pague en especie, esta no puede ser superior al 50% (30% si se devenga un mínimo) del total del salario.

Auxilio de transporte. Igual que en los demás trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos, los trabajadores del servicio doméstico tienen derecho al pago del auxilio de transporte, siempre y cuando no vivan en la casa de habitación del patrono que es su lugar de trabajo.

Prestaciones sociales. El trabajador del servicio tiene derecho vacaciones, dotación, maternidad, cesantías e intereses sobre cesantías, lo mismo que seguridad social (salud y pensión).

El trabajador del servicio doméstico no tiene derecho a la prima de servicios, puesto que la prima de servicios tiene como filosofía el participar al trabajador de las utilidades de la empresa, y teniendo en cuenta que el hogar, la familia, no es una unidad empresarial no se puede hablar de utilidades.

Aportes parafiscales. Sobre los aportes parafiscales la ley señala que toda empresa o unidad productiva que tenga trabajadores contratados, debe hacer un aporte equivalente al 9% de su nómina por concepto de los llamados aportes parafiscales, los cuales se distribuirán de la siguiente forma: 4% para el subsidio familiar (Cajas de Compensación Familiar), 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y 2% para el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Pero como se mencionó con anterioridad, la familia no es una empresa o unidad productiva por lo que el empleador no se está en la obligación de realizar aportes parafiscales por los trabajadores del servicio doméstico que tenga a su cargo.

Servicio doméstico para el hogar: Es el que desarrollan las personas exclusivamente en una casa y tiene estricta relación con actividades de aseo, cuidado de menores, preparación de alimentos y otros complementarios.

Servicio doméstico para la empresa: Se desarrolla a nivel empresarial y se limita a actividades de aseo y limpieza.

Establecimiento de comercio: Entidades diferentes a los núcleos familiares que también demandan el servicio doméstico.

Persona natural: Una de las clasificaciones que reciben los establecimientos comerciales, dentro del contexto de requerimientos de servicio doméstico.

Derechos laborales: Hace referencia al cumplimiento de la ley por parte del empleador de la persona que presta el servicio doméstico. Estos requerimientos de ley son las prestaciones, la seguridad social y los parafiscales.

Conceptos de nómina: Son otros valores que a la hora de cancelar el salario del trabajador doméstico se deben tener en cuenta como los recargos por horas extras.

Actividades comerciales: Variedad de elementos que forman parte del desempeño de un establecimiento o empresa.

1.5.5. Marco Legal

Se tendrá en cuenta los diferentes campos y aspectos que competen al desarrollo y funcionamiento de la nueva empresa aspectos tales como el salario, prestaciones sociales y demás temas que competan y sigan las leyes legales para llevar a cabo el buen desempeño.

Se constituirá como una empresa S.A.S., por su fácil creación y manejo. La Empresa que se toma para el estudio de viabilidad y factibilidad es una Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.) que funciona de la siguiente manera: ¿Que es la Sociedad Simplificada por Acciones SAS? • Es un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad empresarial. • Que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas. • Cuyos accionistas limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes. • Que una vez inscrita en el

registro mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus acciones. Cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial, cuyos beneficios son: a. Es posible fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad, de acuerdo con sus intereses. Esto les garantiza contar con unos estatutos flexibles que pueden ser adaptados a las condiciones y requerimientos especiales de cada empresario. En ese sentido las empresas familiares y pequeñas cuentan ahora con una estructura societaria que pueden adaptar perfectamente a sus necesidades particulares. b. El proceso de constitución y reforma más fácil y eficiente: Como la Sociedad por Acciones Simplificada se puede crear por documento privado, constituir la empresa es más fácil y económico, ahorrándoles a los empresarios tiempo y dinero. El mismo razonamiento aplica para la reforma de estatutos durante el desarrollo de la actividad económica por parte de la empresa. c. Las responsabilidades de los socios se limitan a sus aportes, sin requerir la estructura de una Sociedad Anónima: Mediante las SAS, las empresas pueden beneficiarse de la limitación de responsabilidad de los socios, sin tener que acudir a la pesada estructura de la sociedad anónima. d. Es posible crear diversas clases y series de acciones: Con las SAS existe libertad para crear diversas clases y series de acciones, incluidas las siguientes: acciones ordinarias; acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto; acciones con dividendo fijo; acciones de pago. Debido a esta variedad de clases de acciones, las empresas tienen más posibilidades de acceder a crédito a través de sus socios. Es un buen vehículo de negocios que facilita el desarrollo de inversiones extranjeras: La amplia posibilidad de establecer una estructura administrativa simplificada benefician al inversionista extranjero, quien puede iniciar negocios en Colombia creando reglas de juego ajustadas a sus intereses (reduciendo costos de administración y de iniciación formal de la actividad empresarial).¹²

¹² <http://www.ccb.org.co/Preguntas-frecuentes/Registros-Publicos/Que-son-las-Sociedades-por-Acciones-Simplificadas>

f. No se requiere establecer una duración determinada para las SAS: Como en la SAS el termino de duración puede ser indeterminado, los empresarios reducen costos, al no tener que hacer reformas estatutarias cada vez que el término de duración societaria este próximo a caducar. g. El Objeto social puede ser indeterminado: En las SAS es más fácil hacer negocios.

En la medida que su objeto social puede ser indeterminado, los terceros que van a contratar con la SAS no tienen que consultar e interpretar detalladamente la lista de actividades que lo 99 conforman, para saber si la sociedad tiene capacidad para hacer una determinada transacción económica. Lo anterior se complementa con la autorización legal para que a través de las SAS pueda realizar cualquier actividad lícita de naturaleza civil o mercantil. h. El pago del capital puede diferirse hasta por dos años: Entendiendo las dificultades del empresario que está iniciando sus actividades la SAS da a sus accionistas la posibilidad de diferir el pago del capital hasta por un plazo máximo de dos años, sin que se exija el aporte de ningún monto específico de capital mínimo inicial. Esto facilita su constitución y da a los socios un crédito de 2 años para que obtengan el capital necesario para el pago de las acciones.

Adicionalmente la sociedad puede libremente establecer las condiciones y proporciones en que se realice el pago del capital. i. Se permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito: Las SAS es más fácil de gobernar, en la medida que se permiten los acuerdos de accionistas sobre la compra o venta de acciones, la preferencia para adquirirlas, las restricciones para transferirlas, el ejercicio del derecho de voto, la persona que habrá de representar las acciones en la asamblea y cualquier otro asunto lícito. j. Por regla general no se exige revisor fiscal: La SAS solo estará obligada a tener revisor fiscal cuando los activos brutos al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a cinco mil salarios mínimos y sean o excedan al equivalente a cinco mil salarios mínimos y/o sus ingresos brutos durante el año inmediatamente anterior sean o excedan al equivalente a tres mil salarios mínimos o cuando otras

leyes especiales así lo exijan. Esta situación reduce los costos de operación de la SAS comparativamente con otras sociedades obligadas a tenerlo.

En cuanto a la parte legal de las empleadas de servicios de limpieza que son contratadas por las empresas se rigen bajo el esquema del Código sustantivo de trabajo. Sin embargo, las empleadas domésticas a pesar de que son cobijadas bajo este mismo código presentan diferencias en los esquemas de contratación, teniendo en cuenta la legislación vigente.

Para analizar el sistema de contratación el Ministerio de Protección Social lanzó la “Cartilla del servicio doméstico”¹³ en donde se establecen los deberes y derechos mínimos que tienen las trabajadoras de servicio doméstico. También expone los conceptos básicos en cuanto a jornada laboral, salario, prestaciones sociales y seguridad social. Así mismo se debe tener en cuenta los siguientes conceptos:

- **Contrato de trabajo**

Un contrato de trabajo con trabajadores del servicio doméstico tiene las mismas características y conllevan las mismas obligaciones y derechos que cualquier otro contrato de trabajo. Puede ser verbal o escrito, a término fijo o a término indefinido. Es importante recordar que cuando no en el contrato expresamente no se manifiesta que se trata de un contrato a término fijo, se entenderá indefinido.

- **Jornada de trabajo en el servicio doméstico**

El código sustantivo del trabajo no regula expresamente la jornada de trabajo de los trabajadores del servicio doméstico, pero la Corte Constitucional en Sentencia C-372 de junio 21 de 1998, afirmó que la jornada no puede exceder de 10 horas diarias. Igual que tiene derecho a descansos dominicales y festivos, lo que permite

¹³ <https://es.scribd.com/doc/82994068/CARTILLA-SERVICIO-DOMESTICO>

concluir que, en términos generales, para los trabajadores del servicio doméstico les aplica la norma general sobre Jornada de trabajo.

- **Salario en el servicio doméstico**

El Salario de un trabajador del servicio doméstico no puede ser inferior al mínimo legal vigente. Puede ser pagado en dinero, una parte en dinero y otra en especie. En el caso en que se pague en especie, esta no puede ser superior al 50% (30% si se devenga un mínimo) del total del salario.

- **Auxilio de transporte en el servicio doméstico**

Igual que en los demás trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos, los trabajadores del servicio doméstico tienen derecho al pago del auxilio de transporte, siempre y cuando no vivan en la casa de habitación del empleador que es su lugar de trabajo.

- **Prestaciones sociales en el servicio doméstico**

El trabajador del servicio tiene derecho vacaciones, dotación, maternidad, cesantías e intereses sobre cesantías, lo mismo que seguridad social (salud y pensión). El trabajador del servicio doméstico, desde el 7 de julio de 2016 tiene derecho a la prima de servicios, la cual se liquida y se paga en los términos de la regla general aplicada a los demás trabajadores.

- **Aportes parafiscales en el servicio doméstico**

Sobre los aportes parafiscales la ley señala que toda empresa o unidad productiva que tenga trabajadores contratados, debe hacer un aporte equivalente al 9% de su nómina por concepto de los llamados aportes parafiscales, los cuales se distribuirán de la siguiente forma: 4% para el subsidio familiar (Cajas de Compensación Familiar), 3% para el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF) y 2% para el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Pero como se mencionó con anterioridad, la familia no es una empresa o unidad productiva por

lo que el empleador no se está en la obligación de realizar aportes parafiscales por los trabajadores del servicio doméstico que tenga a su cargo, sin embargo, por disposición del decreto 0721 de abril 15 de 2013 los trabajadores del servicio doméstico deben ser afiliados a una caja de compensación familiar.

De igual forma las empleadas del servicio doméstico están protegidas bajo algunas leyes legales como son:

- Decreto 2616 de 2013, afiliación de trabajadores dependientes por semana
- Decreto 721 de 2013, acceso a subsidio familiar
- Ley 1788 de 2016 pago prima de servicio. La Ley incluye a todos los trabajadores domésticos, como jardineros y conductores. Esta prestación social equivale a un salario mensual al año.

1.5.6. Estado del arte

Por medio de investigaciones documentadas, se realizó el estado del arte, con el fin de comprender y trascender previamente el conocimiento acumulado durante el desarrollo y ejecución de este proyecto. La referencia que aquí se encuentra se obtuvo principalmente de estudios de factibilidad para la creación de empresas con prestación de servicios similares:

Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y Reparación en la ciudad de Barranquilla.¹⁴

¹⁴ BOHORQUEZ, Kermin Lindsay, Maury Salas, Andrea Carolina, Olave Alean, Augusto Cesar: Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios integrados de personal de atención doméstico y Reparación en la ciudad de Barranquilla, Corporación Universitaria De La Costa "CUC", Facultad de Ciencias Económicas, Programa de Administración de Empresas, Programa de Contaduría, Barranquilla, 2012, 81 h

Metodología

Para la elaboración del estudio se utilizó la investigación analítica, con el fin de identificar las características y elementos importantes del problema en cuestión, además se utilizó el método deductivo, pues se parte de una información general, hallada en el medio en que se desarrolla la actividad, la cual es adaptada a los objetivos particulares del proyecto, a través del análisis de cada uno de los datos recolectados. Las fuentes de información fueron tanto primarias como secundarias: entrevistas a los habitantes de los estratos 5 y 6 de la ciudad de Barranquilla y a las pequeñas y medianas empresas que pueden pagar, por un servicio de este tipo, adicional a ello se hace análisis de las empresas de este tipo de sus procesos y de las unidades productivas, al igual que de sus experiencias en ciudades similares. Fuentes de información secundaria: textos, Internet y documentos.

El universo del estudio lo componen los estratos 5 y 6 de la ciudad de Barranquilla y las pequeñas y medianas empresas que pueden hacerse a estos servicios.

Resultado

Realizado todos los estudios podemos decir que el Estudio de Factibilidad para el Montaje de una Empresa de Servicios Integrales de Mantenimiento, Reparación Y Reconstrucción Dirigida Al Interior Del Hogar en la Ciudad Barranquilla es viable en cuanto permite obtener un alto nivel de rentabilidad, los

estudio permiten tener la confianza, de desarrollar la oportunidad de negocio que nos presenta el mercado de la ciudad de Barranquilla, cabe resaltar que las empresas que están en el sector mantienen un crecimiento continuo cada día

debido a la alta demanda de este tipo de servicio, que a pesar de tener elevados precios es una actividad casi exclusiva de ciertos estratos.

Estudio de Factibilidad para la Creación De Una Empresa Administradora de Servicios Domésticos en la Ciudad de Pereira.¹⁵

Metodología

Encuestas tipo exploratoria y cuantitativa para determinar características de los futuros clientes como: Mercadeo, Investigación de Mercados Y Análisis del Sector entre otras.

Resultado

La empresa tiene un objetivo claro, como es coordinar y establecer condiciones de trabajo de calidad para las empleadas de servicio doméstico y los usuarios. Esto lo logra penetrando en un mercado que tiene altas barreras de entrada, debido a que este tipo de labores tradicionalmente se realiza de manera informal por mujeres sin ninguna empresa intermediaria.

Las metas de ventas son retadoras al igual que la inversión, pero este negocio se presenta como una oportunidad de negocio hacia un mercado desatendido con unas necesidades identificadas.

¹⁵ BRITTO CAÑAS, Carlos, García Hernández, Angie Catherin: Estudio de Factibilidad para la Creación De Una Empresa Administradora de Servicios Domésticos en la Ciudad de Pereira, Tecnológica de Pereira, Facultad de Ingeniería Industrial, Pereira, 2016, 72h

Hay que luchar por cambiar paulatinamente el paradigma de las personas que usan el servicio exaltando los beneficios por sobre los costos, por lo tanto, es factible su inversión.

Además, el análisis realizado a las pequeñas y medianas empresas permitió identificar que las necesidades de servicios de limpieza en este tipo de empresas son diferentes a las de las grandes empresas que son atendidas por la competencia. De esta forma, se presenta un portafolio de servicios diseñado específicamente para estos empresarios en crecimiento pudiendo penetrar en el mercado y lograr posicionamiento de la empresa.

Factibilidad para la creación de una empresa de aseo domiciliario en el municipio de Barbosa, Santander ¹⁶

Metodología

Tipo de investigación Exploratoria y descriptiva. Para lograr el objetivo, se realizó un estudio de campo obteniendo información de fuentes primarias y fuentes secundarias.

Se utilizó un método de investigación inductivo, partiendo de lo particular a lo general, se realizaron encuestas para establecer la demanda en las empresas y en los hogares; y se formularon una política de precios adecuados de acuerdo a precios promedios del mercado.

¹⁶ ABAUNZA, Francy Esther, Factibilidad para la creación de una empresa de aseo domiciliario en el municipio de Barbosa, Santander, 2007, 80 h

Resultado

Existe una demanda insatisfecha en el municipio de Barbosa, el mercado objetivo tiene interés en utilizar los servicios de acuerdo a su necesidad y prioridades.

Se determinó que no existen restricciones de importancia que limiten el proyecto, desde el punto de vista de la demanda, equipos, tecnología e insumos, además de los recursos para su iniciación.

Es viable la creación de la empresa, debido a que se alcanza a prestar los servicios a la demanda insatisfecha.

Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de servicios de Outsourcing de limpieza y Mantenimiento en la ciudad de Bogotá, localidad Chapinero ¹⁷

Metodología

Cuantitativa y cualitativa. Se realizaron Estudios de Mercados mediante encuestas dirigidas al mercado objetivo.

Estas encuestas eran sobre la utilización y la satisfacción del servicio que han recibido.

¹⁷ CHAVEZ, Eliana Paola: Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de servicios de Outsourcing de limpieza y Mantenimiento en la ciudad de Bogotá, localidad Chapinero, Trabajo de Grado, Ingeniera Industrial, 2010, 71 h.

Resultado

Mediante el Desarrollo del Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Servicios de Limpieza y Mantenimiento en la Localidad Chapinero se ha determinado, que este tipo de proyectos, genera en los Profesionales de Administración de Empresas conciencia social y compromiso para el mejoramiento de la calidad de vida de su entorno, asumiendo roles innovadores y demostrando que en Colombia sí es posible constituir empresas sostenibles.

El Proyecto resulta viable desde el punto de vista sectorial, técnico, administrativo, financiero, contable y legal, siempre y cuando se cumplan los presupuestos de ventas e ingresos que sustentan la proyección, aunque se deben tener en cuenta las barreras e impactos por la entrada de nuevos competidores.

Factibilidad para la creación de una empresa de suministros de servicios en general para el hogar y empresarial en Barrancabermeja.¹⁸

Metodología

Cuantitativa y cualitativa. Estudio de mercado, a través del análisis de fuentes primarias y secundarias que permitan identificar y medir la demanda del mercado.

Resultado

Se considera viable porque se encontró una demanda de 32.000 hogares en la ciudad de Barrancabermeja y 6.700 empresas, las cuales se convierten en mercado objetivo, por la disposición que muestran de usar el servicio.

¹⁸ BARBOSA, Ingrid, Mercado Ingrid Tatiana: Factibilidad para la creación de una empresa de suministros de servicios en general para el hogar y empresarial en Barrancabermeja, 2013, 141 h

Creación de una empresa de prestación de servicios de apoyo en la ciudad de Bogotá.¹⁹

Metodología

Para la viabilidad del proyecto se hicieron encuestas y entrevistas a profundidad para encontrar el target del mercado. A través de la investigación de mercados se determinó la demanda real que tendría el producto entre la población de Bogotá y el tamaño del mercado objetivo.

Análisis del entorno, para conocer los procesos usados por las empresas de la competencia y los servicios que estas ofrecen.

Diagramas de flujo para establecer la prestación de servicios escogidos por el mercado como los más usados.

Resultados

Se determinó la viabilidad de la empresa teniendo en cuenta que el entorno en el que se encuentra la compañía es lo suficientemente amplio para contar con muchos proveedores del servicio, pues la empresa no se dedica a prestar servicios sino a ser un intermediador entre estos prestadores de servicios y los hogares. Además, la categoría de servicios para el hogar no ha sido establecida formalmente, se puede generar un impacto positivo en la mente del consumidor y crearla en su mente.

Aunque en el mercado exista una gran cantidad de competidores, son muy pocos los que centralizan varias de estas actividades, generando una ventaja competitiva

¹⁹ CHICA, Sandra Milena. Creación de una empresa de prestación de Servicios de apoyo para el hogar en la ciudad de Bogotá. Mayo 2009, 124 h.

para la empresa. La aceptación del producto en el mercado tiene un 89% en un escenario pesimista, lo que le da mejores posibilidades a la empresa.

Esta empresa por el tipo de negocio que representa no tiene inversiones muy altas, lo que le genera una TIR de 114% al no tener obligaciones financieras a largo plazo, pero que resulta atractiva para los socios de la empresa.

1.6 TIPO DE ESTUDIO

Con respecto a la metodología, de acuerdo a los objetivos, se llevará a cabo una investigación de tipo descriptiva, debido a que los instrumentos de recolección de los datos contienen preguntas, dirigidas a cuantificar los hábitos e intenciones de adquisición del servicio, como también, la manera de la prestación de acuerdo a la necesidad de cada hogar. El instrumento (cuestionario) es formateado utilizando diferente tipo de preguntas y será tabulado mediante la aplicación spss.

1.6.1 Método de investigación

Se utilizará un método de investigación eminentemente cuantitativo, con la finalidad de obtener información de la demanda sobre el servicio y así determinar si existe una necesidad en el Distrito de Buenaventura, si hay un mercado suficiente interesado en adquirir el servicio y si tienen la capacidad adquisitiva para pagarlo.

1.6.2. Técnicas de recolección

La técnica de recolección de datos será el cuestionario estructurado auto diligenciado por parte de los responsables con la finalidad de determinar factores de compra, frecuencia en el servicio y otras variables importantes para el análisis

de viabilidad. Se determinó que el método más apropiado es la encuesta. A través de la encuesta se pretende recopilar datos que nos lleven a conocer situaciones o información que ayudará a validar los objetivos; esta se hará directa o personal, porque permite información clave para la toma de decisiones en el proyecto a desarrollar, cuyo mercado objetivo. estará enfocado de manera especial a los hogares de extracto 3 y 4 quienes son los de mayor capacidad adquisitiva para contratar el servicio ofrecido por la empresa.

1.6.3. Fuentes y datos de información

1.6.3.1. Fuentes y Datos de Información Secundarios

- Cámara de comercio
- La alcaldía (Planeación)
- Internet

1.6.3.2. Fuentes Y Datos De Información Primarios

Como fuente y datos de información primaria se tienen a las personas que laboran en diferentes empresas y habitantes de viviendas de los estratos objetivos, a quienes se les indagará acerca de la posible demanda de los servicios profesionales domésticos.

1.6.4. Muestra

Para determinar el grupo poblacional en los estratos 3 y 4 del Distrito de Buenaventura, se realizará un muestreo aleatorio estratificado debido a la segmentación socioeconómica,

1.6.5. Tamaño de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tendrá en cuenta la información aportada por Planeación Municipal, del número de viviendas que había al año 2004, en el Distrito de Buenaventura, teniendo en cuenta los estratos 3 y 4. Véase Cuadro No. 1

Cuadro 1. Clasificación de Estratos, Número de Viviendas, Población. Buenaventura 2004

ESTRATO	CLASIFICACIÓN	%	VIVIENDAS	PERSONAS
1	BAJO BAJO	45,84%	31.914	148.616
2	BAJO	23,78%	16.556	77.096
3	MEDIO BAJO	26,61%	18.526	86.271
4	MEDIO	3,77%	2.625	12.223
TOTAL		100%	69.620	324.207

Fuente: Dirección de Planeación - Calculo según Base de datos EPSA, *La última estratificación se realizó en el año de 1998

La fórmula que se utilizó para determinar el número de encuestas a realizar fue la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

- N = Total de la población

- $Z_{\alpha} = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso $5\% = 0.05$)
- $q = 1 - p$ (en este caso $1 - 0.05 = 0.95$)
- d = precisión (se usa un 5%).

$$n = \frac{21.151 (1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(21.151 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{21.151 (3.8416) (0.25)}{(21.150) (0.0025) + (3.8416) (0.25)}$$

$$n = \frac{(21.151) (0.9604)}{52.875 + 0.9604}$$

$$n = \frac{20.313,4204}{53,8354} = 377 \text{ Encuestas}$$

De las 377 se aplicaron 200 encuestas como muestra.

1.7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

El presente proyecto se realizó en el transcurso de tres meses, en los cuales se desarrollaron las actividades que son importantes para la elaboración del mismo; inicialmente se efectuó la fase de alistamiento, donde se agrupó toda la información pertinente, se definieron las variables más relevantes, se aplicó un instrumento de recolección de datos, los cuales se analizaron y se tuvieron como referencia para el análisis de los diferentes estudios necesarios requeridos en la investigación. En la encuesta se tuvo en cuenta que las personas a encuestar hayan tenido la experiencia de utilizar personal de servicio doméstico. Se hicieron los respectivos estudios: en el técnico se consideró lo mínimo con que se puede iniciar su funcionamiento y que pueda permitir su crecimiento; en lo legal se revisaron las leyes que se deben tener en cuenta en el momento de contratar al personal y sus retribuciones, con el fin de no incurrir en falencias que pueden llevar a problemas legales como son las demandas; en lo administrativo se definió el personal con que se puede iniciar; en la parte de la organización, se definió el tipo de jerarquía inicial; en lo socio-ambiental se revisó el compromiso y la responsabilidad que tiene la empresa frente a los factores ambientales y sociales; y en lo financiero, se hicieron los diferentes análisis indispensables en el momento de proyectar la creación de una empresa para conocer su viabilidad y rentabilidad, como son la inversión, los costos, los gastos, los ingresos, las ventas y la rentabilidad.

2. ANÁLISIS DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL SECTOR

2.1.1 Situación del Entorno Económico:

Buenaventura, es la puerta de entrada y salida de la mayor parte del comercio exterior del país, y fue designada por el gobierno nacional como “la capital de la Alianza del Pacífico” con el fin de convertirla en “un centro de inversión y desarrollo para inversionistas extranjeros” debido a su ubicación geográfica estratégica, muy importante para la economía de Colombia, razón que lo convierte en el puerto más importante de la Costa Pacífica colombiana, cuya finalidad es la conexión con los países de la Alianza del Pacífico “cuyo PIB equivale al 3,5 % del PIB mundial y al 39 % del PIB de América Latina y el Caribe”, de acuerdo con información del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, ²⁰; cumpliéndose esto, al incursionar en el mercado nuevos inversionistas, los habitantes tendrán mayor oportunidad de laborar en empresas y estos a su vez contratarán a otros para realización de las labores de sus hogares, incluyendo el cuidados de niños y de adultos mayores.

La contracción de empleadas de hogar es una estrategia femenina para acceder a un empleo extra-doméstico. Dentro de este sector hay 3 subsectores: trabajadoras internas, trabajadoras externas fijas y trabajadoras por horas, las cuales son contratadas directamente por el jefe del hogar y cuando son por empresas se habla de servicios de ayuda a domicilio que son el resultado de una necesidad de las personas debido a los cambios socioeconómicos originados por la entrada masiva de las mujeres al mercado laboral, la población más envejecida y origen de

²⁰ Buenaventura capital de la alianza pacifico. Cali 2013-06-23.

http://www.mincit.gov.co/publicaciones/7087/buenaventura_capital_de_la_alianza_pacifico

nuevas familias. Según la información arrojada por la encuesta de hogares del DANE, el uso de servicio doméstico en Colombia ha decaído de manera continua en los últimos 20 años, en 1984 reportaba el 8% de los hogares contaban con servicio doméstico y ahora solo el 3,7% de éstos; pero aun así día a día hay más necesidades en los hogares que son un hecho y requieren del apoyo de otros.

2.2. PRODUCTO

El servicio doméstico es una denominación utilizada para las “personas que realizan, las labores de aseo, lavado y planchado de ropa, cuidado de niños y otras tareas del hogar, a una o varias personas naturales de forma directa e indirecta a cambio de una remuneración”.

Este servicio ha sido cubierto por personal cuya formación informal sólo debía garantizar los saberes necesarios para su desempeño, pero en la actualidad, las exigencias del mercado obligan a capacitar al personal que realiza estas tareas, para lograr su profesionalización, siendo más competentes al momento de prestar el servicio.

El servicio de la empresa principalmente, es el aseo de hogares y demás superficies para el cual sea solicitado, desde barrer, trapear, limpiar vidrios, baños, cocinas, fachadas, aseo general a habitaciones, como también cocinar, el arreglo de la ropa (lavada y planchada), el cuidado de niños y adultos mayores si es necesario.

Como conocedores de las labores diarias del hogar, vemos que muchos hogares requieren de nuestros servicios, y esta será una de las pocas que dará apoyo para cubrir muchas de las necesidades, con compromiso y calidad.

Los contratantes del servicio pueden emplear el personal por las horas o días que requieran, planear la ejecución del servicio siempre y cuando ésta satisfaga ambas partes.

El servicio portafolio estará basado en tres clases de servicio a los clientes:

1. Plan Básico: aseo a todo el inmueble (barrer, trapear, y sacudir polvo, tendido de camas, lavado de baños y cocina)
2. Plan Full: aseo a todo el inmueble, lavado y planchado de ropa).
3. Plan Premium: aseo a todo el inmueble plan Full y otros servicios adicionales como cocinar, y/o cuidado de niños ò adultos mayores).

Las jornadas estarán establecidas por la empresa de acuerdo a la necesidad del cliente; el servicio podrá ser contratado para laborar por hora o día.

2.3 CLIENTES

El mercado potencial está conformado por los hogares de los estratos 3 y 4 de la ciudad, cuya población se encuentra vinculada laboralmente a los siguientes sectores:

- Sector bancario.
- Sector portuario
- Sector de servicios públicos.
- Sector hotelero.

- Sector de entidades del estado: Centro Administrativo Municipal, Concejo Municipal, Procuraduría, Contraloría, Fiscalía, Dian, universidades y centros de estudio.

Con el fin de determinar y conocer el comportamiento del mercado objetivo, se realizó una investigación de campo (encuesta) diligenciada por personas que en algún momento de su vida ha contado con el servicio; se tomó como referencia el número de viviendas de algunas comunas de estrato 3 y 4.

En el resultado de la encuesta se identificó lo siguiente:

Los hogares de estratos 3 y 4 del Distrito de Buenaventura requieren de personal profesional dedicado a realizar sus labores domésticas; solo el 25% actualmente tiene contratado el servicio, cuya labor la desempeña una persona con falta de experiencia y poca credibilidad; el 75% actualmente no tiene empleada doméstica, ocasionado generalmente por la desconfianza, otras razones han sido, disminución de ingresos, robos, incremento en los gastos familiares, las actuales leyes en el pago salarial de las empleadas, falta de responsabilidad por parte del personal doméstico, entre las mencionadas.

La contratación generalmente se hace de forma directa y por recomendación de un familiar o amigo.

De los hogares encuestados, el 40% informa que el personal de servicio doméstico dura entre 5 y 6 horas al día para realizar las labores del hogar.

La labor generalmente es desempeñada por una mujer, a quien prefieren que tenga una formación educativa como mínimo primaria completa.

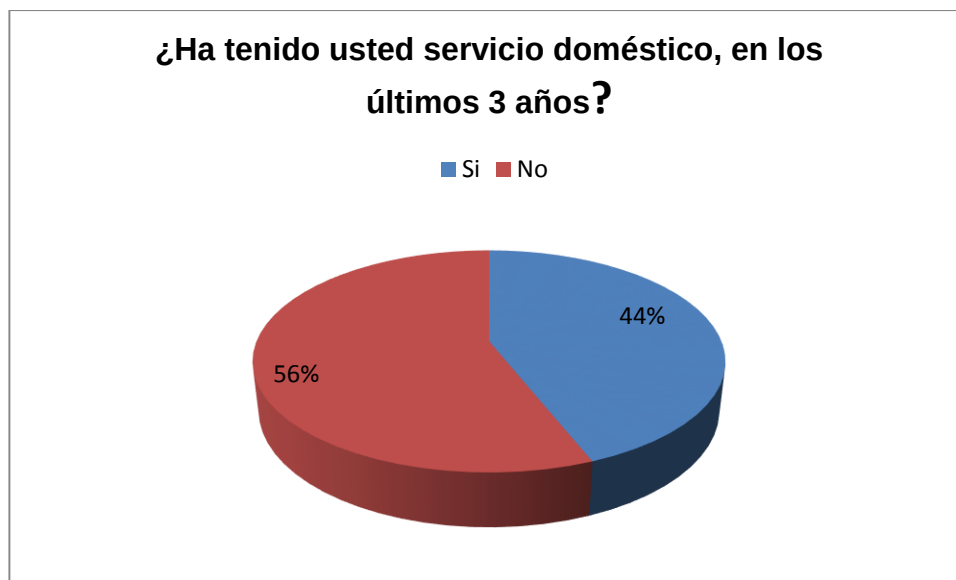
En el estudio de mercado se evidencia que el valor mínimo mensual a pagar de los encuestados por las labores domésticas es de \$400.000.00, un máximo de \$800.000.00, donde la labor por hora o día se adapta a estos presupuestos.

El 69% de los encuestados, se encuentran interesados en contratar el servicio de la empresa porque les genera confianza, existe compromiso y responsabilidad, además se les hace más fácil a la mayoría pagar por hora o día laborado, aunque existirá quien desee contratar por mes.

Parte que les causó interés es que no tendrán que preocuparse por el pago de prestaciones sociales, ni tienen compromiso directo laboral con la empleada, por lo tanto, esta puede ser sustituida en el momento que lo deseen.

A continuación, se detallan los resultados de la encuesta por pregunta

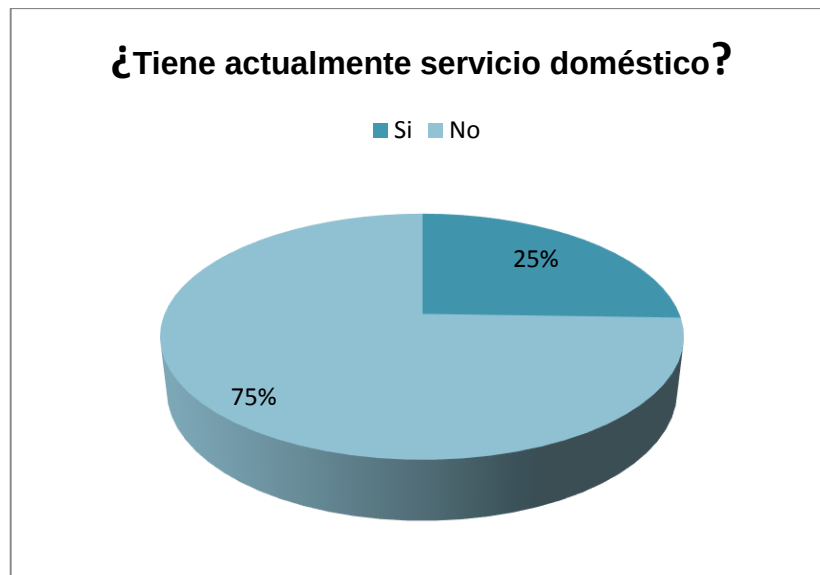
Gráfico 2. Resultados pregunta 1.



Fuente: Autores

Se indagó a las personas del porque no contrataban los servicios domésticos, esto con el fin de conocer las razones, las cuales en su mayoría contestaron que tenían malas experiencias con este servicio: en algunos casos por hurto de sus pertenencias, en otros, por la deficiencia en la prestación del mismo.

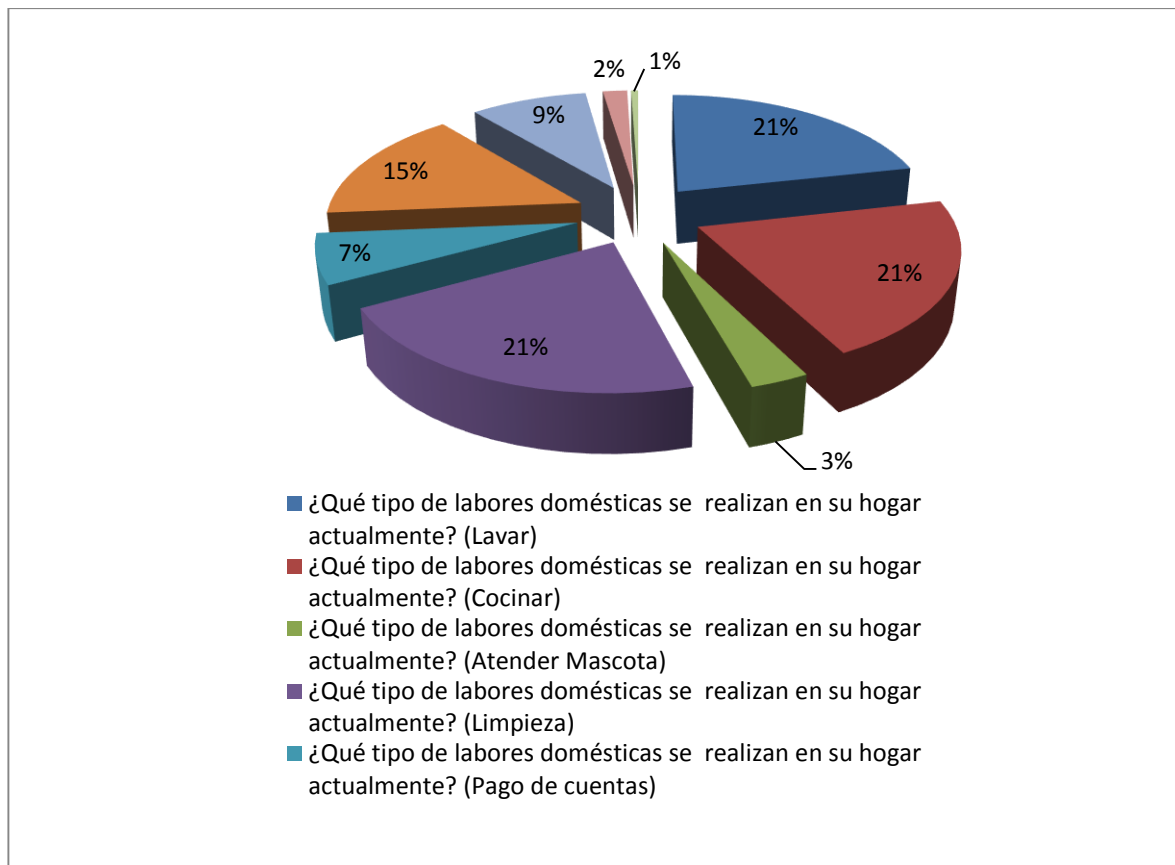
Gráfico 3. Resultados pregunta 2.



Fuente: Autores

La desconfianza ha originado en gran parte, que en los hogares no se contrate este servicio; otro factor fundamental es la disminución de ingresos o pérdida de empleo que no permite contratarlo aun necesitándolo.

Gráfico 4. Resultados pregunta 3.

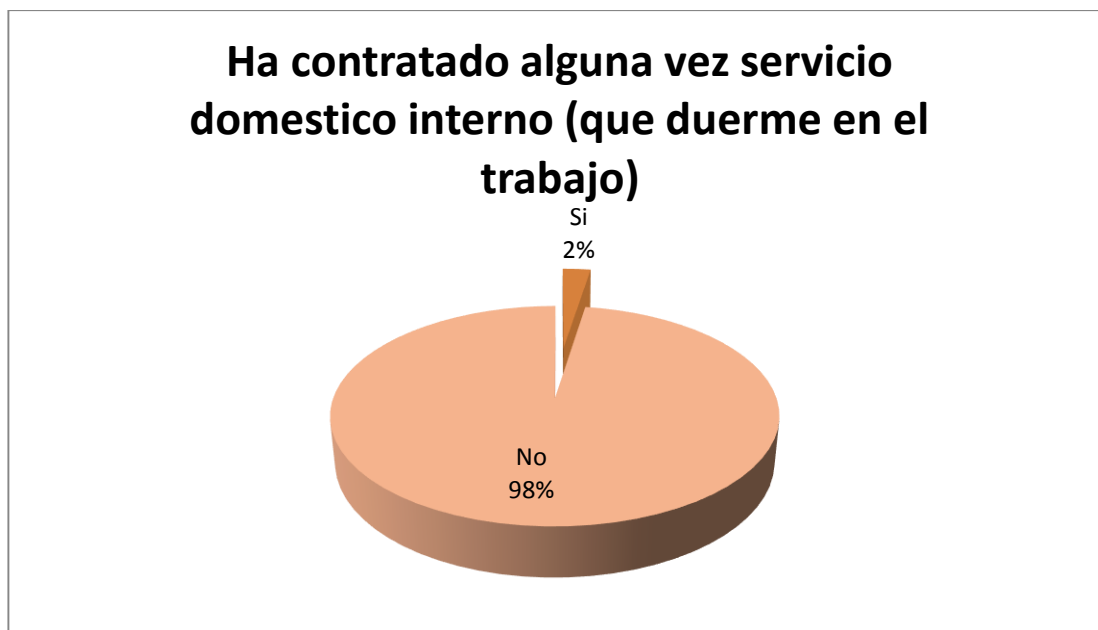


Fuente: Autores

Las labores en los hogares por lo general son las mismas; en algunos se requiere de algún oficio diferente dependiendo la estructura de la familia.

Observamos que las labores en las cuales más requieren apoyo son: limpieza general, lavar, planchar y cocinar, por lo tanto, los planes que se ofrecerán van dirigidos a suplir principalmente estas necesidades.

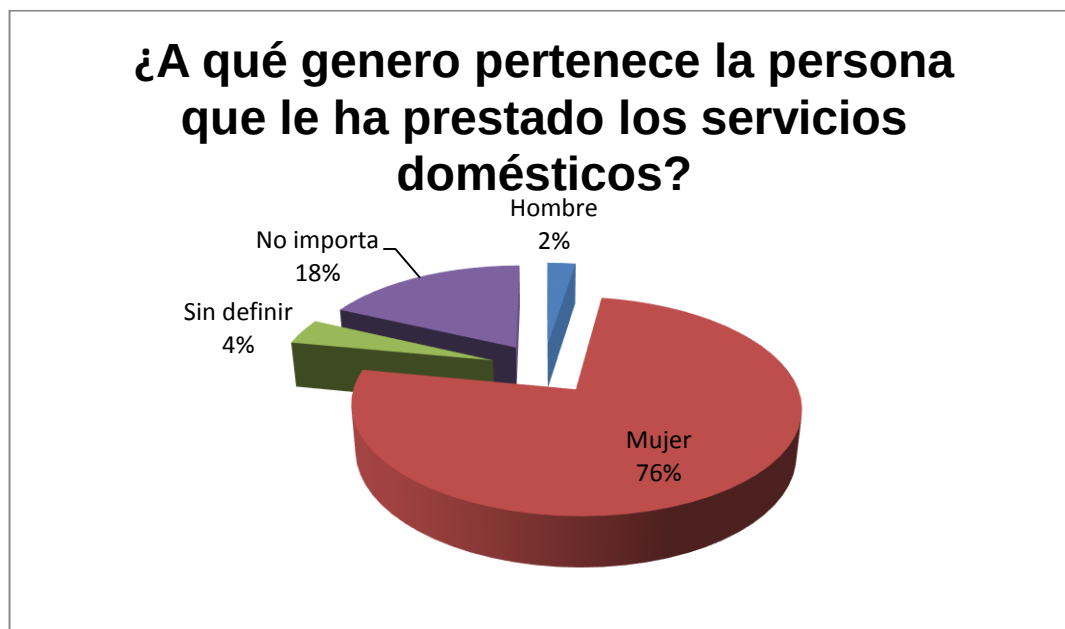
Gráfico 5. Resultados pregunta 4.



Fuente: Autores

De acuerdo al resultado de esta pregunta, este servicio es poco utilizado, no tiene mucha acogida en la ciudad, lo cual es una gran alternativa de ofrecimiento de este servicio por parte de la empresa de forma temporal, es decir, la contratación se haría por el momento que se requiera.

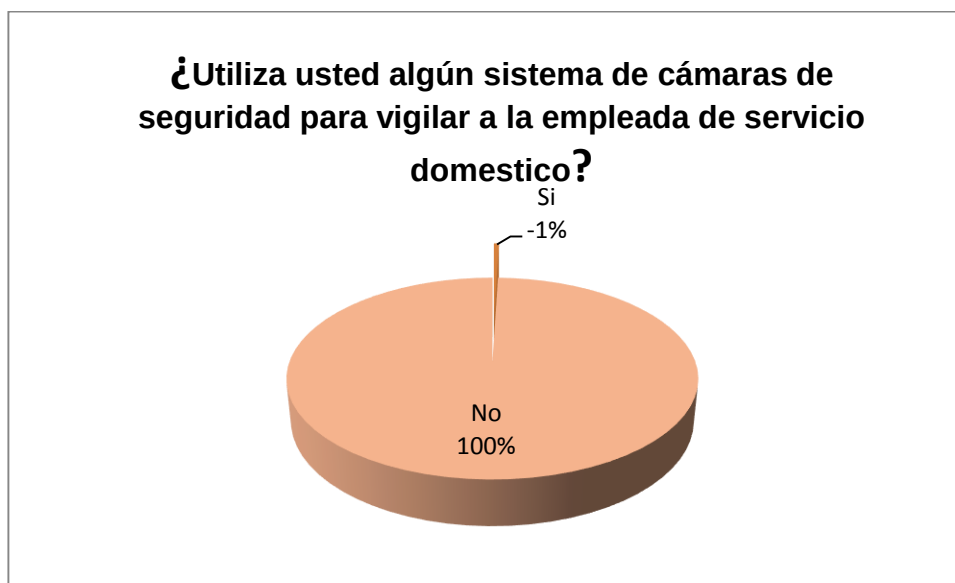
Gráfico 6. Resultados pregunta 5.



Fuente: Autores

Esta pregunta se hace con el fin de identificar el género que más aceptación tiene en la prestación del servicio doméstico; por tradición las mujeres son las que generalmente realizan las labores y así lo prefieren en su mayoría los jefes del hogar en el momento de contratar el servicio.

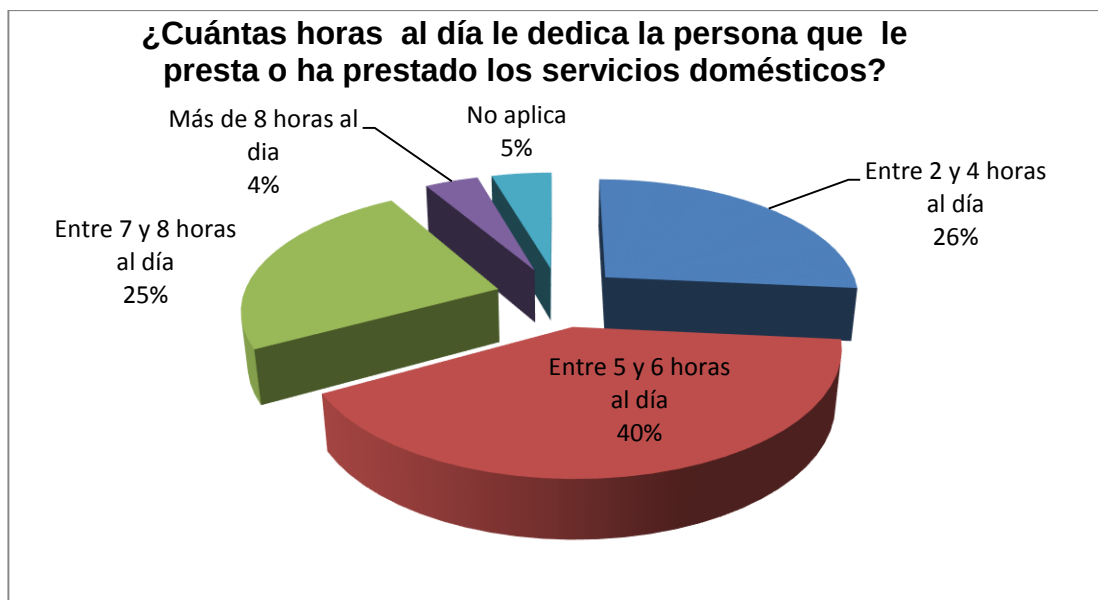
Gráfico 7. Resultados pregunta 6



Fuente: Autores

Con respecto a esta pregunta, se observa que el uso de cámaras en el hogar para vigilar al empleado del servicio doméstico es poco usual. La empresa más adelante puede asesorar y dar apoyo en la adquisición de estos dispositivos a los clientes para implementarlos en sus casas, especialmente cuando hay niños de cuidado o bienes de gran valor. Generalmente esta seguridad no es usada porque se cree que es costoso, pero actualmente son asequible y de fácil manejo.

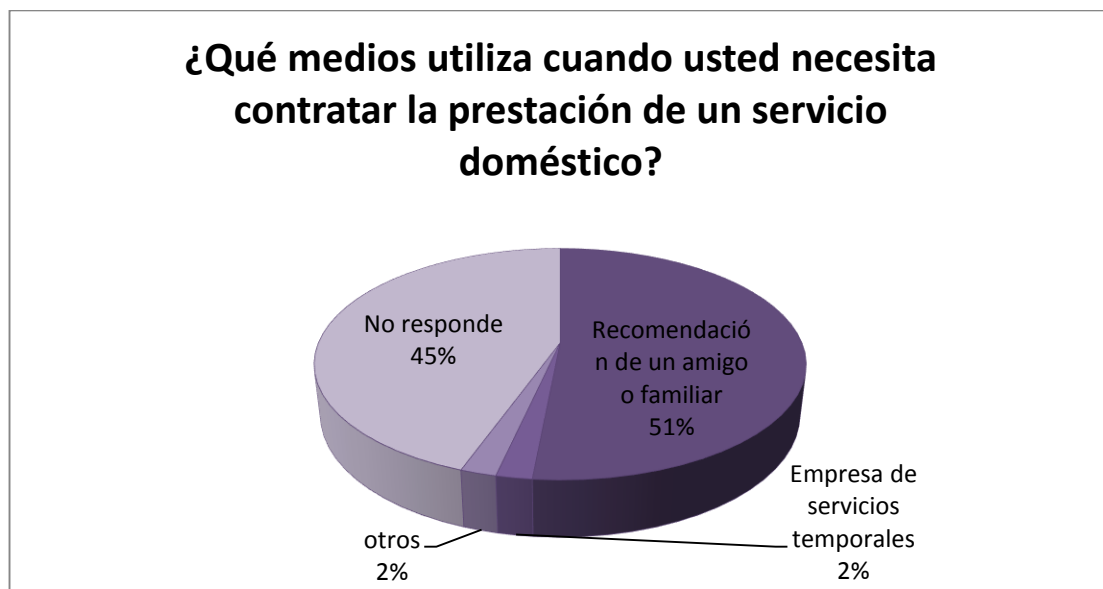
Gráfico 8. Resultados pregunta 7.



Fuente: Autores

Analizando las respuestas se observa que el tiempo que dedican las empleadas del servicio doméstico en los hogares para realizar las labores diarias, oscila de 5 a 6 horas; tiempo que varía si realizara un oficio determinado, el cual duraría 2 a 4 horas. Esto permite que el cliente escoja el plan que satisfaga su necesidad a un buen precio.

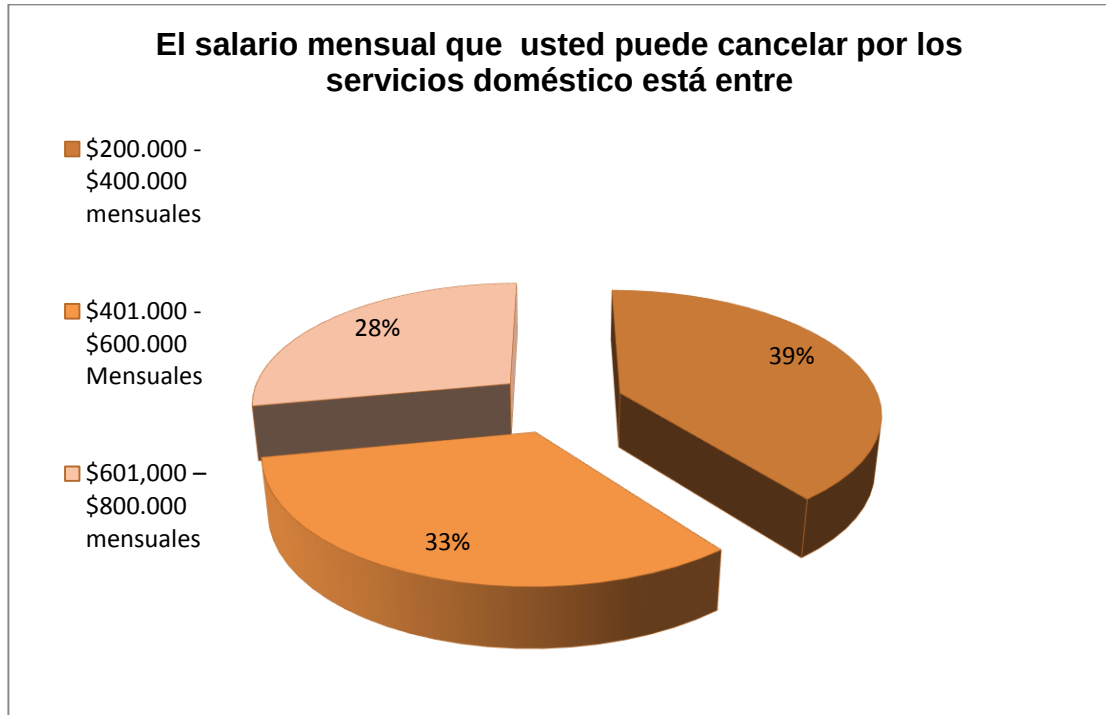
Gráfico 9. Resultados pregunta 8.



Fuente: Autores

De acuerdo a la información obtenida, las personas generalmente realizan la contratación del personal de servicio doméstico a través de recomendación ya sea un familiar o amigos. Es una labor de gran importancia de la empresa demostrar la calidad del servicio, para que este se venda con la voz a voz, siendo este un medio de publicidad ágil y de bajo costo.

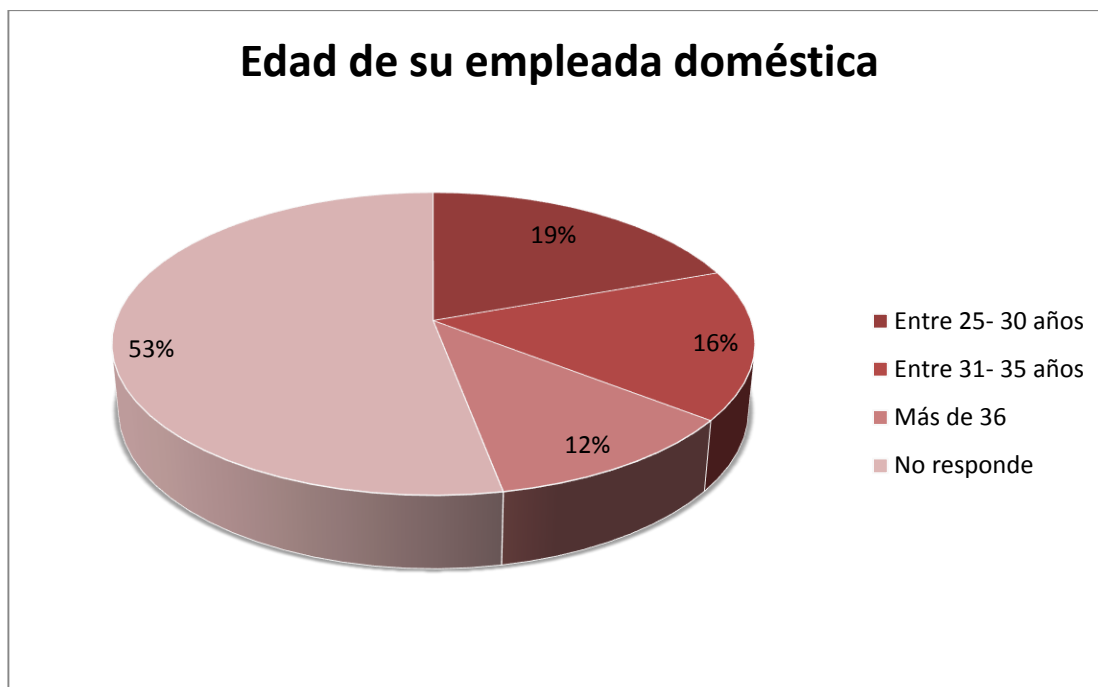
Gráfico 10. Resultados pregunta 9.



Fuente: Autores

De acuerdo a esta información se puede calcular que valor mínimo semanal que pueden pagar es de \$40.000 representado por la mayoría de los encuestados y el máximo es de \$160.000. Estos valores se encuentran contemplados en cada uno de los planes ofrecidos.

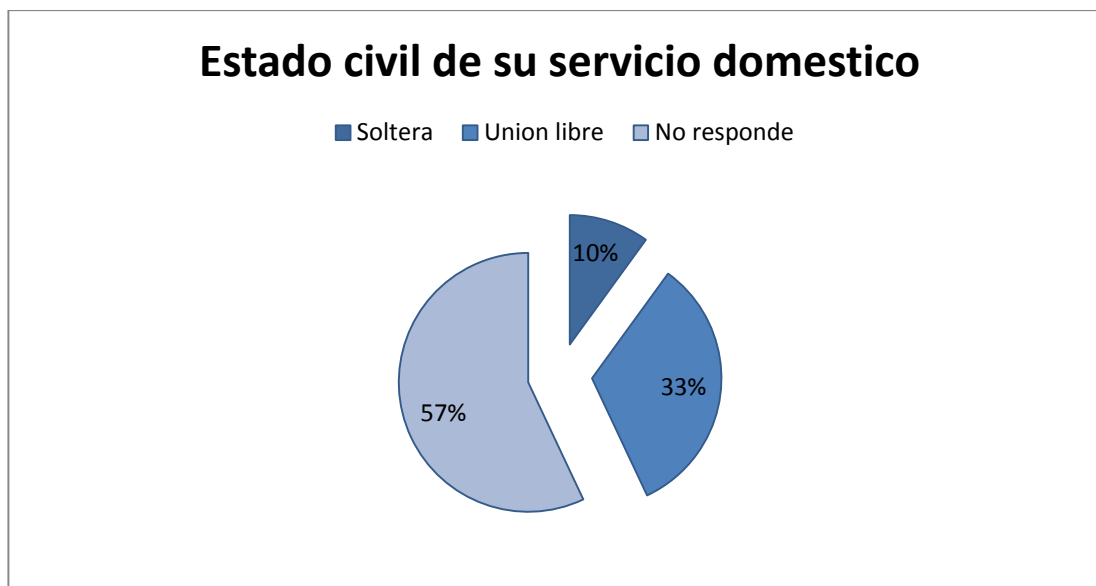
Gráfico 11. Resultados pregunta 10.



Fuente: Autores

De acuerdo a la información recopilada con respecto a esta pregunta, el 53% no responde, el 19% la prefiere de 25 a 30 años, el 16% de 31 a 35 años y el 12% de 36 años en adelante. La mayoría no conoce con certeza la edad de sus empleadas; promedio de aceptación es de 30 años. Este dato nos sirve como referencia para la contratación de las empleadas domésticas.

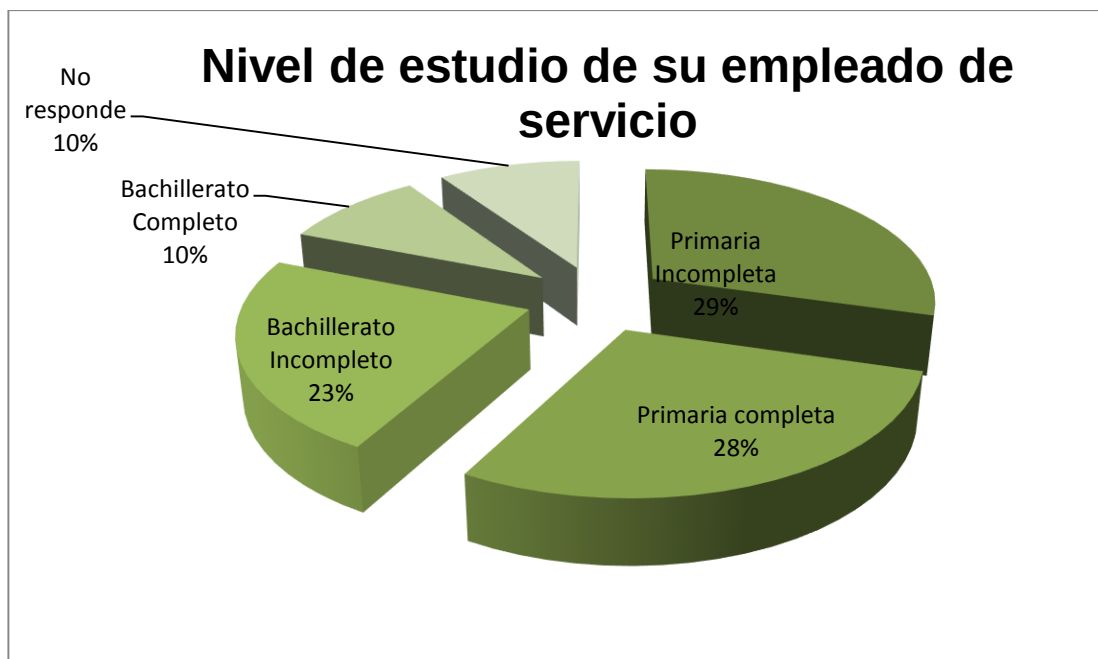
Gráfico 12. Resultados pregunta 11.



Fuente: Autores

De las personas encuestadas que tienen servicio doméstico el 57% no responde, el 33% informa que el estado civil de su empleado es Unión Libre y el 10% responden que son solteros. Con respecto a la información el estado civil no es de mucha importancia, pero de igual forma las prefieren con algún compromiso.

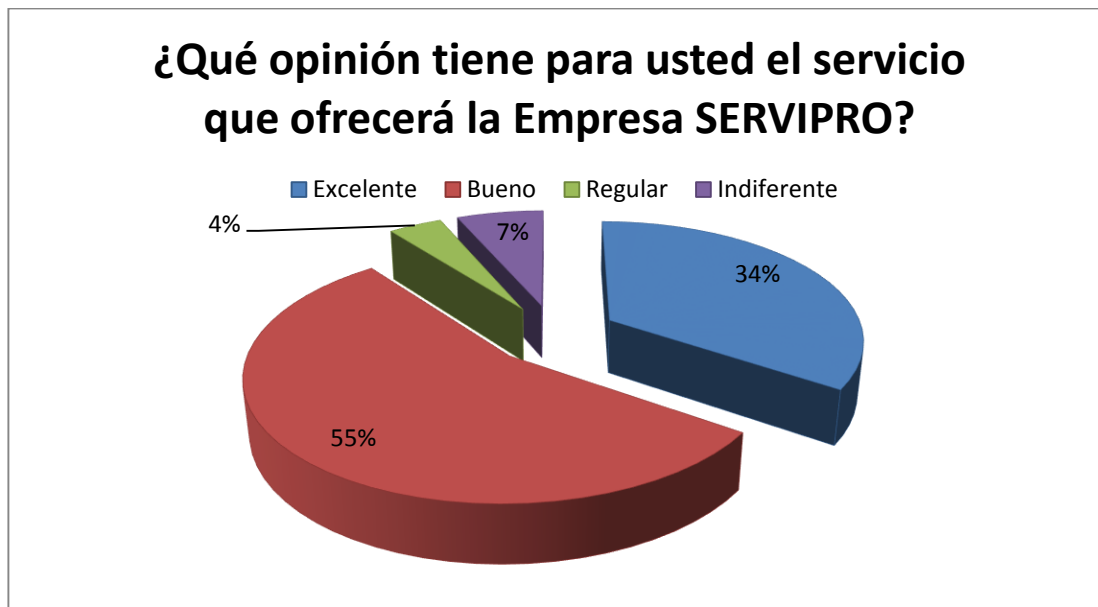
Gráfico 13. Resultados pregunta 12.



Fuente: Autores

En el Gráfico podemos observar que las personas encuestadas informan que el personal doméstico que contratan sólo tienen una formación académica primaria, y en algunos casos han iniciado el bachillerato. Como vemos las personas que realizan esta labor por lo general se encuentran ubicadas en los estratos de bajo recursos, cuya oferta mano de obra es alta.

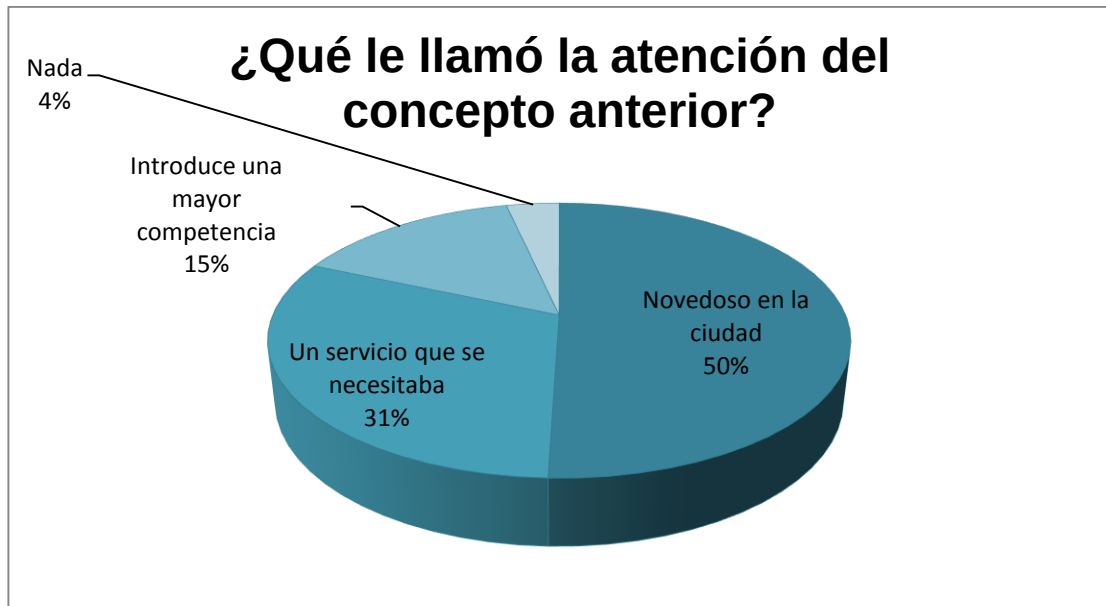
Gráfico 14. Resultados pregunta 13.



Fuente: Autores

La mayoría tiene una buena percepción sobre el servicio a prestar, punto favorable, porque es un mercado potencial para atender. La calidad del servicio debe hablar por sí sola, si se quiere permanecer en el mercado, nada es más molesto, que el ofrecer y no cumplir.

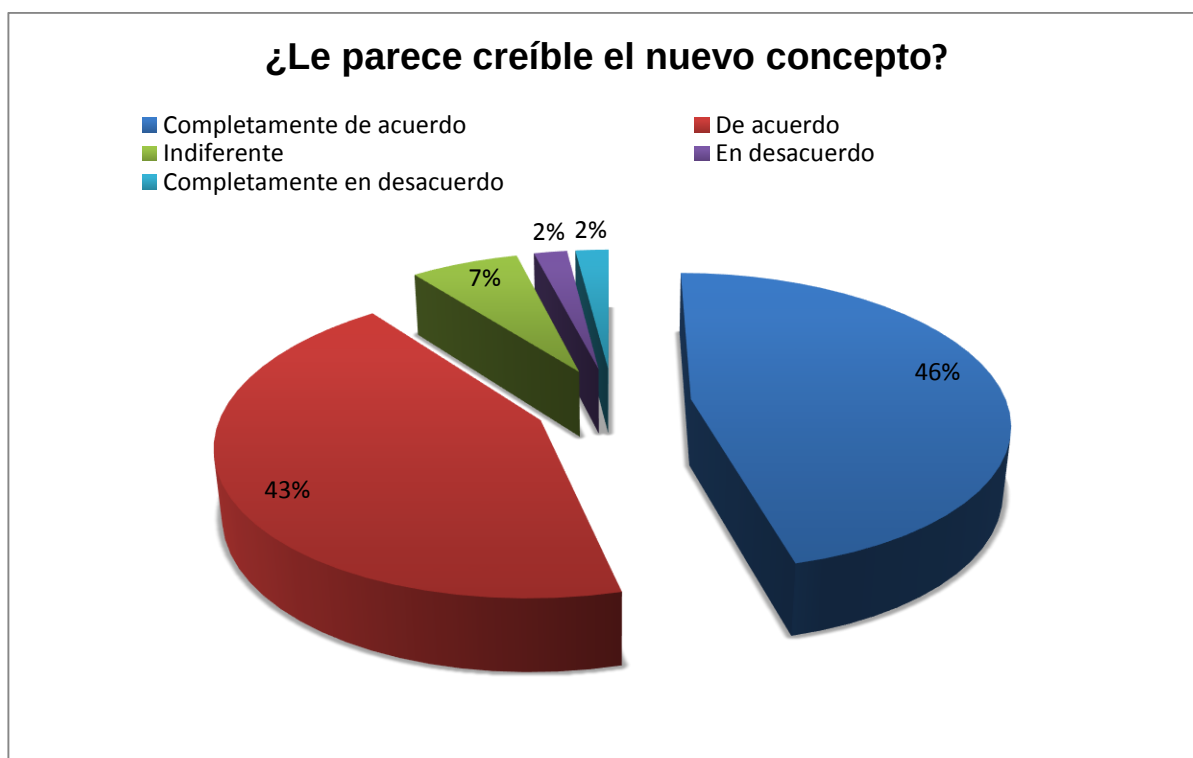
Gráfico 15. Resultados pregunta 14.



Fuente: Autores

Se observa que el 81% mostró algún interés en el servicio, dato positivo que inspira a trabajar por el objetivo del mismo. Es una modalidad de servicio que se usa en forma informal y se requiere crear cultura para que se contrate de forma organizada y formal.

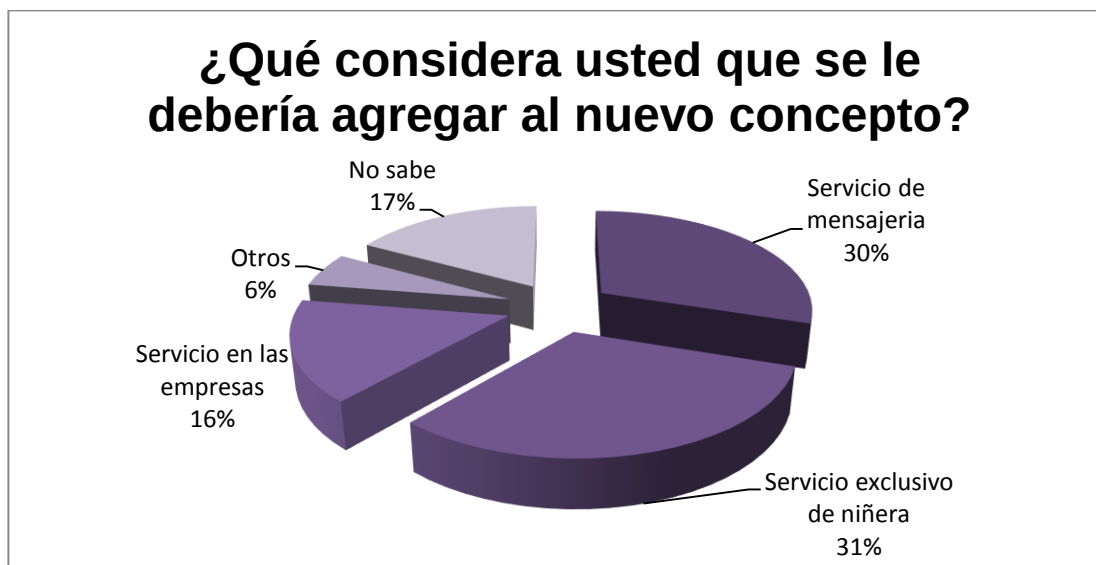
Gráfico 16. Resultados pregunta 15.



Fuente: Autores

En cuanto a la pregunta “Le parece creíble el nuevo concepto”, el 89% se encuentra de acuerdo con la finalidad de la empresa, por lo tanto, se puede tomar como referencia la acogida que puede tener la empresa en el Distrito de Buenaventura.

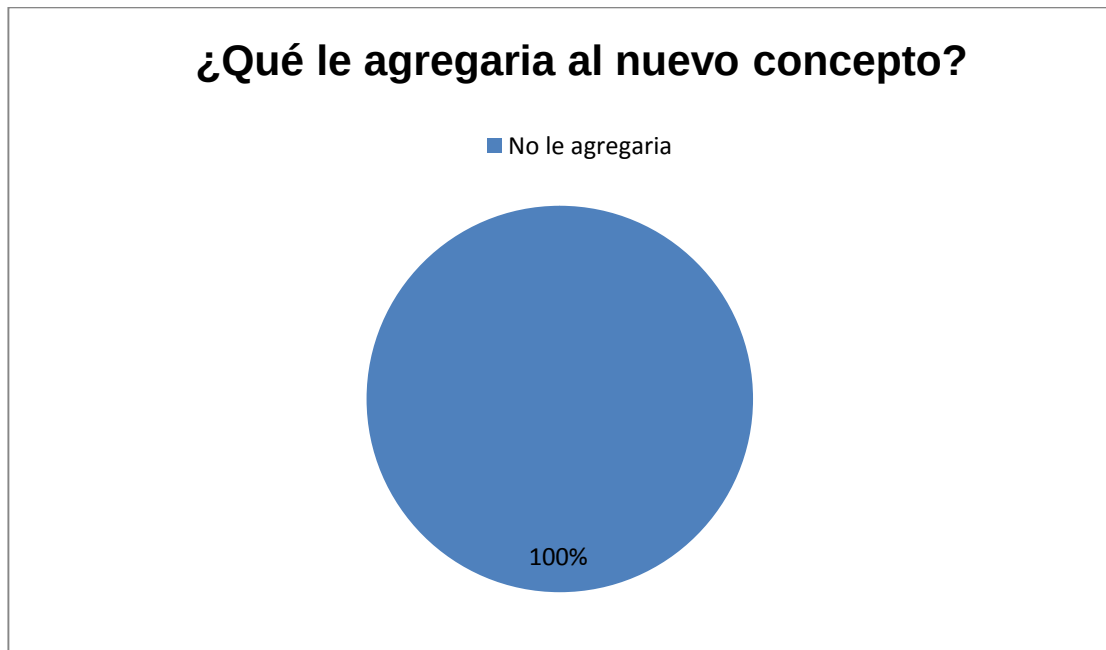
Gráfico 17. Resultados pregunta 16.



Fuente: Autores

Los encuestados consideran que se les debe agregar algo más, como es el servicio de niñera, el de mensajería y que se debe ampliar a las empresas. Inicialmente el servicio está proyectado para dar apoyo a los hogares, los cuales necesitan de alguien que les garantice calidad y seguridad.

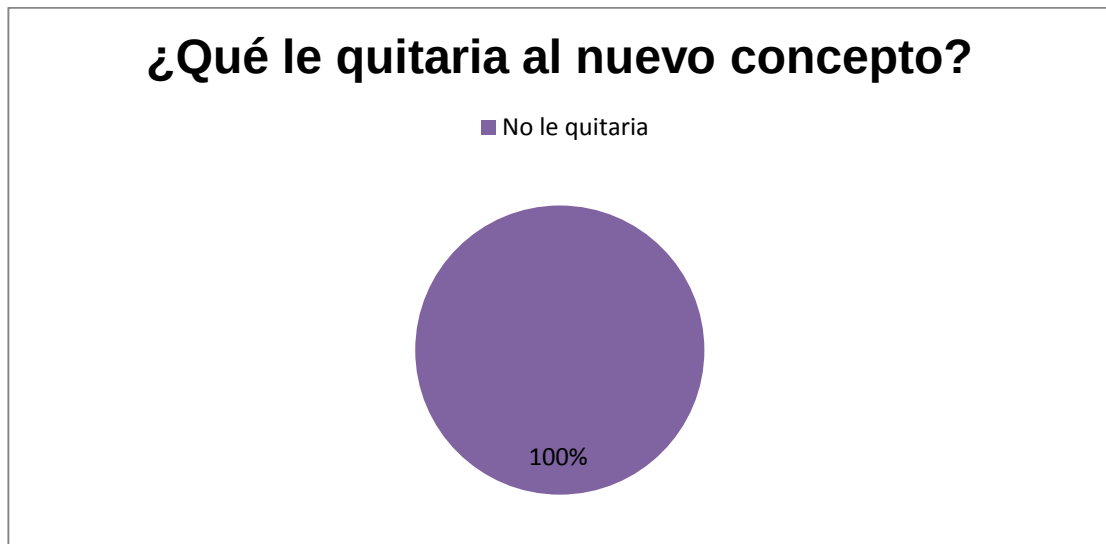
Gráfico 18. Resultados pregunta 17.



Fuente: Autores

De los encuestados el 99% no realizaron ninguna modificación al concepto, eso indica que el servicio que se está ofreciendo genera interés.

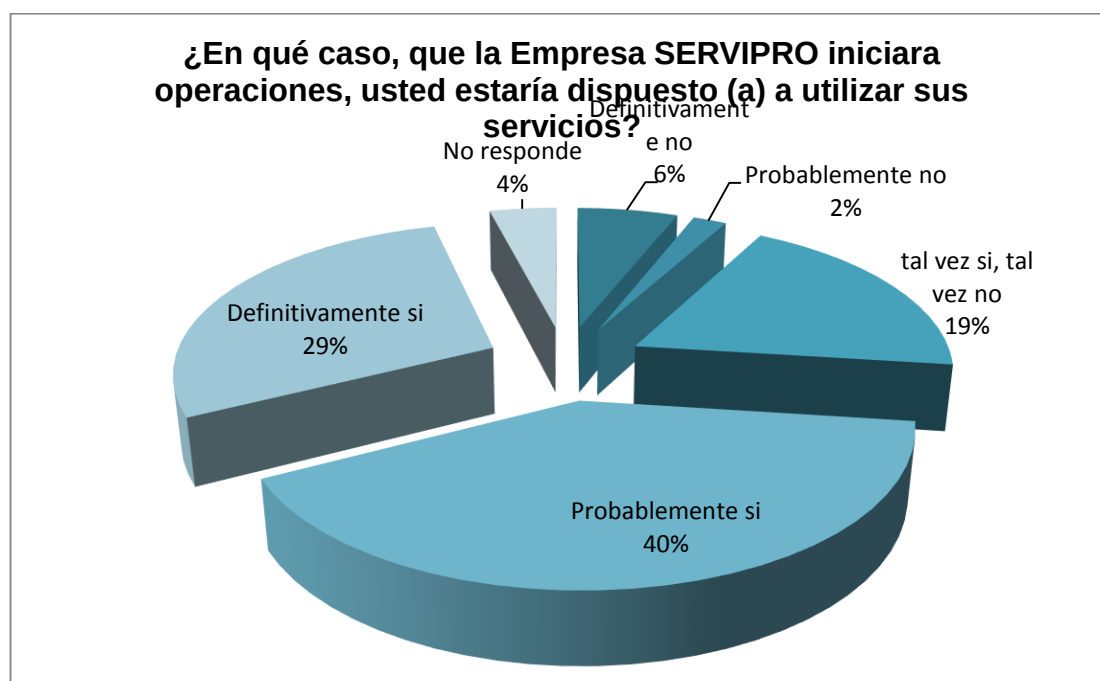
Gráfico 19. Resultados pregunta 18.



Fuente: Autores

Las personas encuestadas no sugirieron ningún cambio, esto indica que el concepto del servicio de la empresa es aceptado.

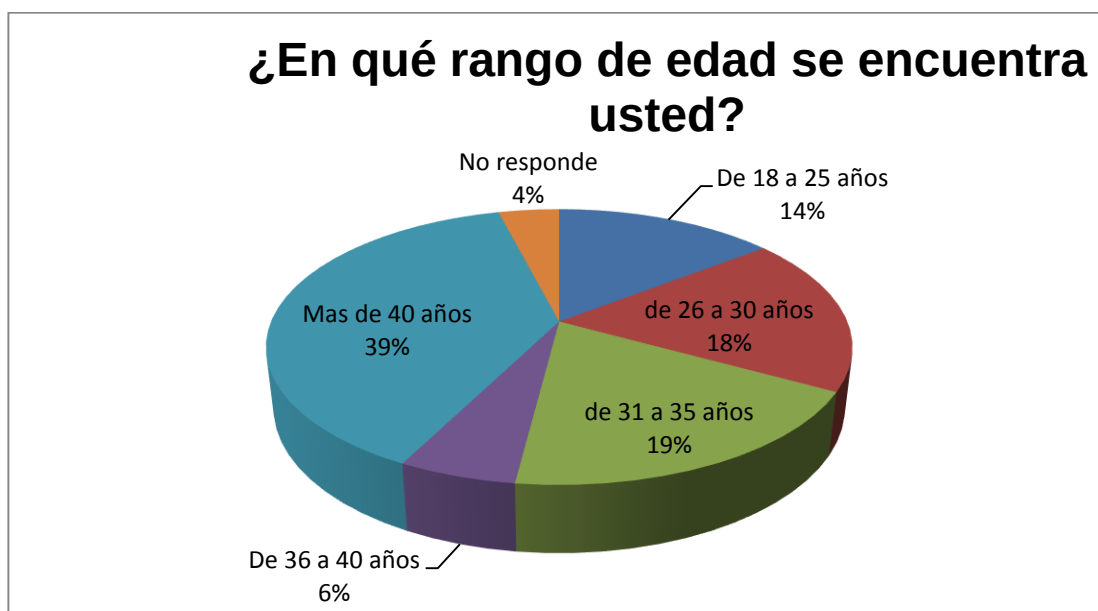
Gráfico 20. Resultados pregunta 19.



Fuente: Autores

En general de acuerdo a esa información hay un 69% que estaría dispuesto a contratar los servicios. Es un número considerable antes del inicio y que se incrementará a medida que se reconozca la labor de la empresa.

Gráfico 21. Resultados pregunta 20.



Fuente: Autores

Las personas que dieron respuestas a la encuesta, la mayoría tienen edades de 31 años en adelante, la gran parte son mayores de 40 años; de esto se concluye que esta es la edad de mayor responsabilidad y compromiso.

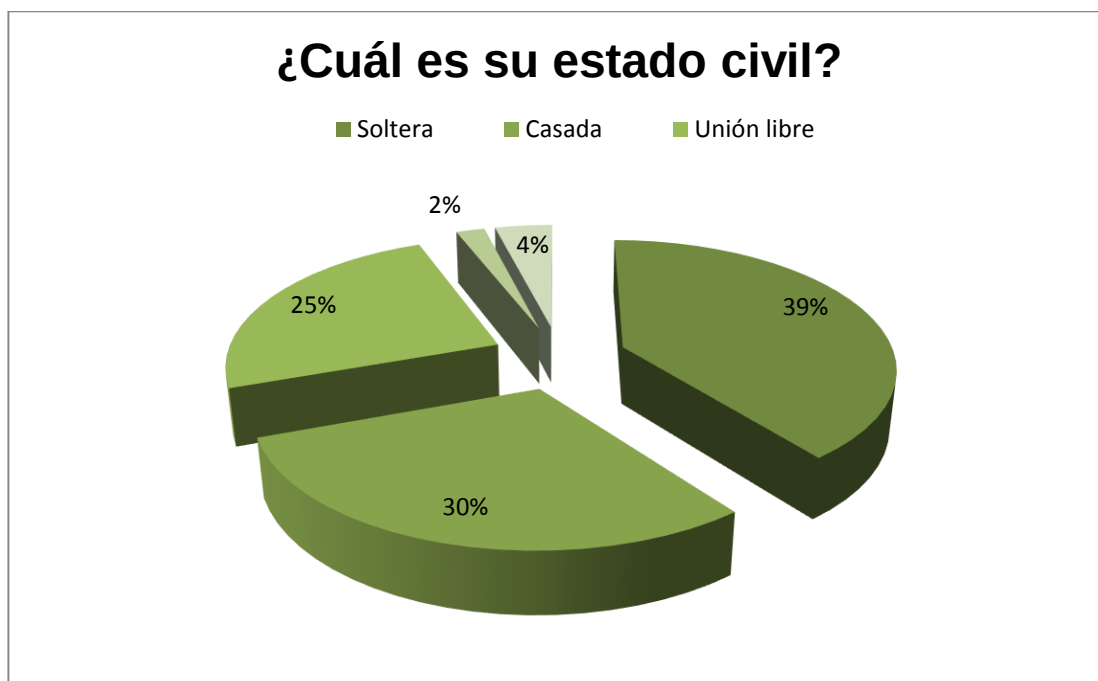
Gráfico 22. Resultados pregunta 21.



Fuente: Autores

La gran parte de la población encuestada, se ha educado formalmente, por lo tanto, existe mayor posibilidad de que requieran los servicios. Son personas potencialmente activas laboralmente y quienes son un mercado objetivo para brindarles el servicio.

Gráfico 23. Resultados pregunta 22.



Fuente: Autores

A la pregunta cuál es su estado civil, el 39% se encuentra con estado soltero, el 30% casados, el 25% vive en unión libre. Se observa que gran parte de las personas encuestadas son solteras y el 55% están comprometidas. Es importante conocer cuál es el estado civil del mercado para así crear estrategias de fidelización hacia nuestra empresa.

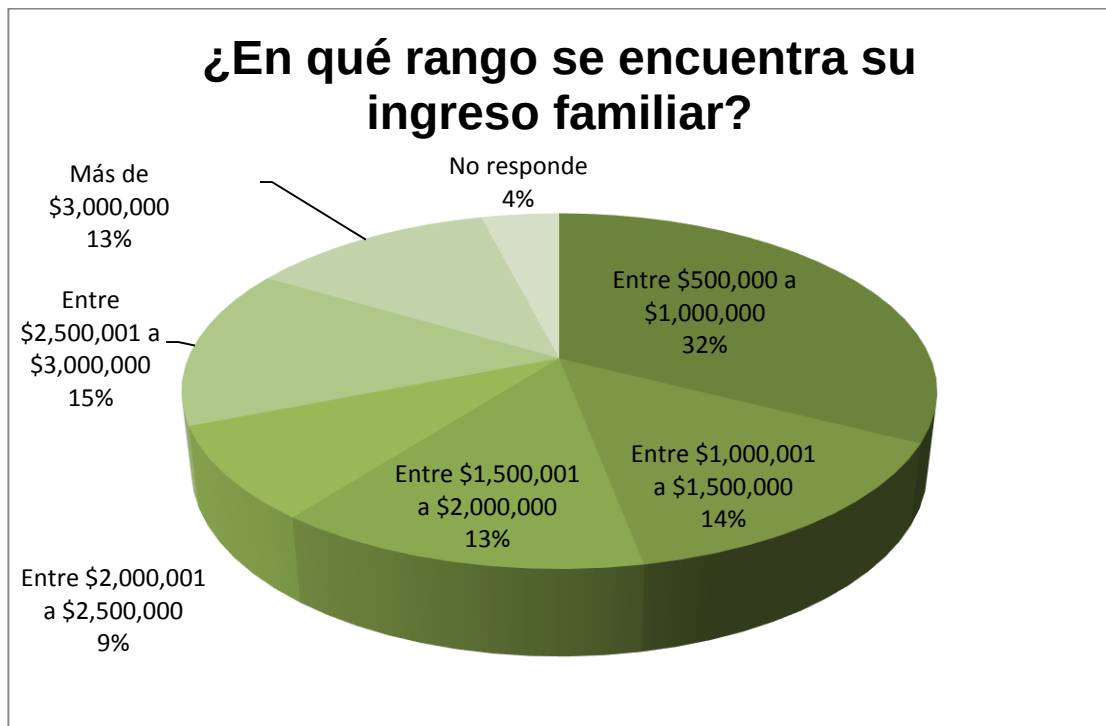
Gráfico 24. Resultados pregunta 23.



Fuente: Autores

Se observa que en la mayoría de los hogares encuestados viven hasta 3 personas, como también hay hogares que cuentan con más de 4 integrantes. Existe mercado potencial que trabajar y atender en el servicio.

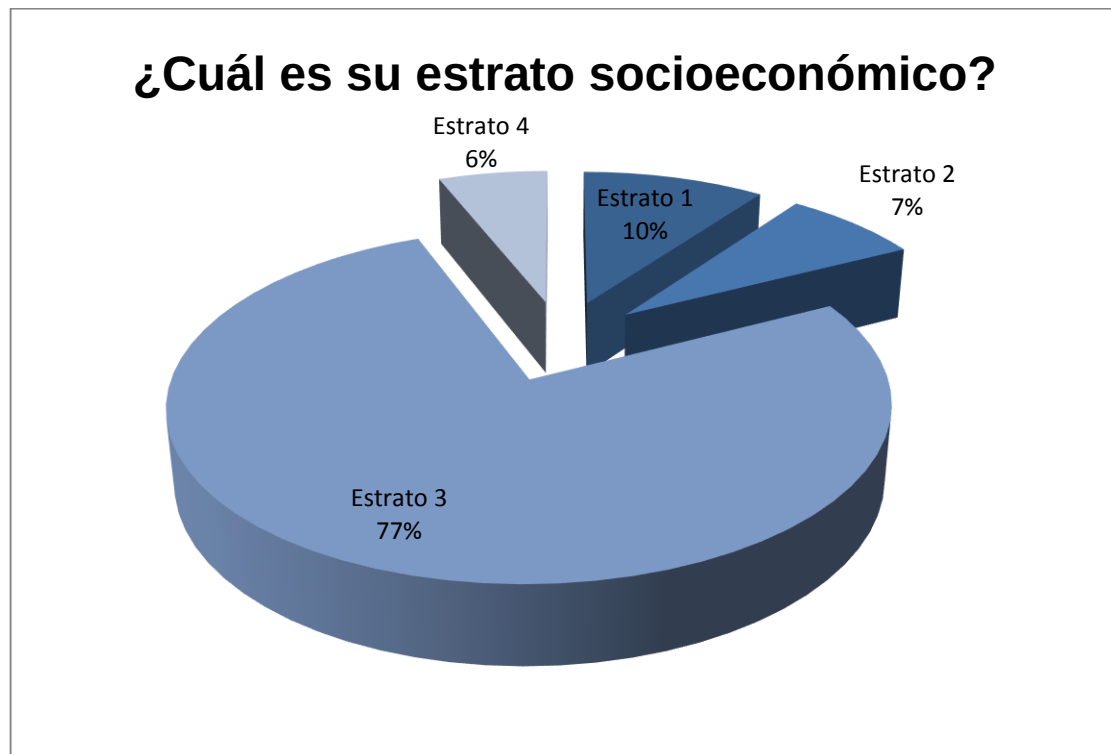
Gráfico 25. Resultados pregunta 24.



Fuente: Autores

El 66% de los encuestados presenta un nivel de ingresos adecuados para la contratación de nuestro servicio, por lo tanto es un buen mercado para crear cultura y fidelización.

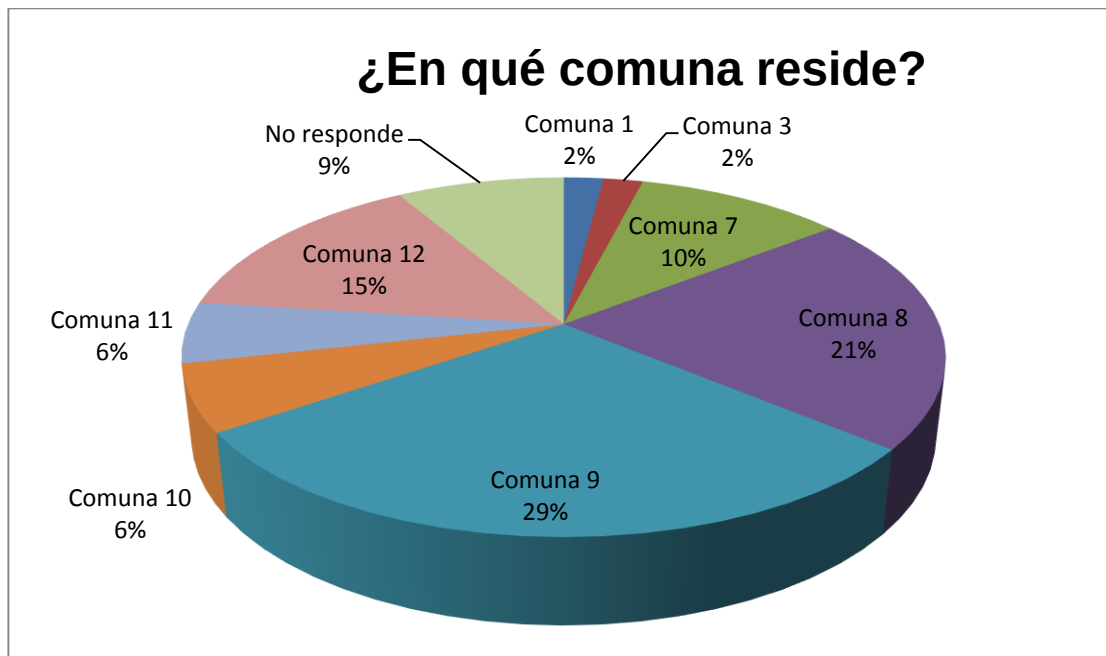
Gráfico 26. Resultados pregunta 25.



Fuente: Autores

El estrato 3 es el que predomina, razón por la cual es un mercado a quienes se les puede atender con el servicio sea por horas o días y quienes tienen la capacidad adquisitiva para contratarlo.

Gráfico 27. Resultados pregunta 26.



Fuente: Autores

Con respecto a la pregunta, “En que comuna reside”, se observa que la mayor parte de las personas encuestadas residen en la comuna 8 y 9. En este sector se encuentran gran cantidad de viviendas de los estratos 3 y 4, que son nuestro mercado objetivo, por lo tanto, hay que colocar mayor esfuerzo para trabajar en estas localidades.

4. COMPETENCIA

Debido a la escasa formalidad del sector de servicios doméstico no se hallan cifras claras y específicas del desarrollo y crecimiento de empresas que presten servicios similares en la ciudad, a nivel nacional se encuentran las siguientes empresas, las cuales constituyen una competencia indirecta:

Punto empleo: Es una empresa dedicada a la selección, contratación y administración de personal orientado a la prestación de servicios domésticos, realizan visita domiciliaria, generan empleos, Administración Outsourcing, Verificación de referencias, aplicación pruebas psicotécnicas, entrevistas. Ubicada en Cl 18 8-34 L-37 P-2 C.C. El Paso Colombia, Pereira.

Grupo STT: Compañía multilatinas con presencia en 14 países especialista en soluciones integrales de recursos humanos: PPO nómina, HRO administración outsourcing, RPO reclutamiento y selección HH, BPO. Ubicación virtual.

Nases: Empresa que ofrece servicios de contratación y selección de personal en varias áreas, incluyendo servicios generales, servicios temporales. Ubicado Cl 17 6-42 Of 403 Colombia, Pereira.

Presedo S.A.S: Empresa que presta servicio de aseo a empresas y hogares, dándole a cada una de las empleadas todas las prestaciones laborales y aportes parafiscales. Las empleadas asisten debidamente capacitadas, uniformadas e identificadas. Esta empresa se ubica en la ciudad de Bogotá.

M y M: Empresa encargada de brindar soluciones en selección de personal, eficiente y profesional especializada en suministrar tranquilidad, y seguridad en su hogar, ubicada en la ciudad de Medellín.

Maridos Ya, express: Ubicada en la ciudad de Medellín es una empresa encargada de limpiar casas, oficinas u negocios, arreglos de duchas, colocación de lámparas, pintado de casas, cuidado de niños o personas de la tercera edad.

Casalimpia S.A: Es una empresa con presencia a nivel nacional, cuenta con 10 puntos ubicados en las principales ciudades, en el último año incursiona en el eje

cafetero, con oficina principal en la ciudad de Pereira. Su portafolio de servicios incluye: Aseo y Cafetería, Mantenimiento Locativo y Servicios Especializados.

Esto representa una gran oportunidad para SERVIPRO, debido a que los competidores son escasos, existe suficiente mano de obra y los clientes potenciales están interesados en un servicio que les genere confianza y seguridad.

2.5 TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL

El Distrito de Buenaventura está conformado por doce comunas conformadas aproximadamente por 50 barrios y más de 50.000 viviendas, dentro de las cuales se encuentra el mercado objetivo que son los estratos 3 y 4.

De acuerdo al último censo de población y vivienda del año 2005 realizado por el DANE, en Buenaventura existen 74.843 viviendas, ^[17] de la cuales el 25% aproximadamente pertenecen a los estratos 3 y 4, lo que representa una cifra de 18,710 viviendas; sin embargo, la oficina de Planeación y Ordenamiento territorial de Buenaventura, compartió la siguiente información que entrega datos estadísticos de viviendas por comuna al año 2013, que de acuerdo a estos datos se observa que existen aproximadamente 90.697 viviendas en el Distrito. Véase en la tabla No.2.

De igual forma no es una información exacta puesto que las invasiones de territorio cada día se acrecientan y no se ha realizado un nuevo censo formal.

[17] DANE. Sept 14 de 2010. https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/76109T7T000.PDF

Tabla No 2 Viviendas Buenaventura a 2013

COMUNA	VIVIENDA			
	2010	2011	2012	2013
Comuna 1	4.381	4.556	4.731	4.916
Comuna 2	3.441	3.587	3.734	3.880
Comuna 3	2.893	3.016	3.138	3.261
Comuna 4	3.921	4.088	4.255	4.422
Comuna 5	5.121	5.340	5.558	5.776
Comuna 6	5.202	5.424	5.645	5.866
Comuna 7	6.792	7.082	7.372	7.661
Comuna 8	9.059	9.446	9.832	10.217
Comuna 9	5.245	5.469	5.692	5.915
Comuna 10	9.183	9.575	9.967	10.357
Comuna 11	8.160	8.508	8.856	9.203
Comuna 12	17.141	17.872	18.603	19.223
TOTAL	80.539	83.983	87.383	90.697

Fuente: Oficina Asesora de Planeación y Ordenamiento territorial

Teniendo en cuenta el número de viviendas al 2013, 90.697, donde el 25% representa a los estratos 3 y 4, podemos suponer un mercado objetivo de 22.674 viviendas, cifra que se puede tomar como crecimiento entre el 2005 al 2013, y que continuarán incrementándose, como consecuencia de la migración de familias de las veredas o pueblos cercanos, otros del interior del país o a raíz de la independización de sus miembros.

2.6 TAMAÑO DE MI MERCADO

Con la información anterior, suponemos que Buenaventura contará con 22.674 vivienda en los estratos 3 y 4 al 2013, pero si aplicamos proyecciones al año 2107 podemos aproximarnos a una cifra más exacta. En la Tabla No. 3, vemos la proyección de las viviendas al año 2017.

Tabla No. 3 Proyección viviendas Buenaventura a 2017

COMUNA	VIVIENDA			
	2014	2015	2016	2017
Comuna 1	5.112	5.316	5.528	5.749
Comuna 2	3.578	3.721	3.869	4.023
Comuna 3	3.008	3.128	3.253	3.383
Comuna 4	4.077	4.240	4.409	4.585
Comuna 5	5.325	5.538	5.759	5.989
Comuna 6	5.410	5.626	5.851	6.085
Comuna 7	7.063	7.345	7.638	7.943
Comuna 8	9.421	9.797	10.188	10.595
Comuna 9	5.454	5.672	5.898	6.133
Comuna 10	9.550	9.932	10.329	10.742
Comuna 11	8.486	8.826	9.179	9.546
Comuna 12	17.827	18.540	19.281	20.053
TOTAL	84.311	87.681	91,182	94.826

Fuente: Autores

De acuerdo a esta información el número de viviendas que representan los estratos 3 y 4 son 23.706 (25%), que al ser comparados con los números de predios que actualmente reporta la administración en los estratos 3 y 4, nos ayudan a ajustarlo un poco más a la realidad: los estratos 3 y 4 están representados en 35.351 predios, pero hay que tener en cuenta los lotes y los que pertenecen al comercio (33%) lo cual representa 23.686 viviendas.

Tabla No. 4 Predios por estrato 2015

No. PREDIOS POR ESTRATO	
ESTRATO	No Predios
1	24.983
2	19.486
3	29.967
4	5.384
TOTAL	79.820

Fuente: Alcaldía Distrital

Conociendo que Buenaventura no cuenta con datos exactos ni actualizados de las viviendas, se establece un mercado objetivo de 23.000 hogares de estratos 3 y 4, del cual inicialmente solo se requiere convencer a un 10% de esta población, si se

tiene en cuenta que el servicio no se proyecta por hogar, sino por cada uno de los planes ofrecidos y que de acuerdo al trabajo de campo existe un 75% de mercado por atender. Inicialmente se realiza la proyección de las ventas de acuerdo a la capacidad de producción o servicio; suponiendo servicio por hogar; en el primer año, se visualiza menor producción porque no se tiene en cuenta los tres meses iniciales:

Tabla No.5 Proyección de Ventas por servicios

Producto o Servicio	Proyección de Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PLAN BASICO	247,5	336	346	358	370
PLAN FULL	1.215	1.680	1.730	1.790	1.849
PLAN PREMIUN	315	432	445	460	475
TOTAL	1.777,5	2.448	2.521	2.608	2.694

Fuente: Fondo emprender

2.7. ESTRATEGIA DE PRECIO

Se tiene en cuenta factores como la competencia y los costos del servicio:

La competencia sirve como una herramienta de medición para saber a qué precio se puede ofrecer el producto o servicio y los costos son de gran importancia, debido a que prácticamente son la referencia para la asignación de los precios; estos incluyen los costos fijos y los variables, como son la nómina, la renta de local o terreno, servicios públicos, maquinaria, etc. Ver Tabla No .5 Costo empleado servicio doméstico:

Tabla. No 6. Valor aproximado costo empleado

Costos	%	Valor
Salario mínimo		\$737.717,00
Auxilio de transporte	11,27%	\$83.140,00
Salud	8,50%	\$62.705,95
Pensión	12,00%	\$88.526,04
ARL (Nivel I)	0,52%	\$3.836,13
Parafiscales	9,00%	\$66.394,53
Prima	8,33%	\$61.451,83
Cesantías	8,33%	\$61.451,83
Intereses de cesantías	12,00%	\$7.374,22
Vacaciones	4,17%	\$30.762,80
Dotación aproximada	5,00%	\$36.885,85
Costo mensual estimado		\$1.240.246,16

Fuente: www.salariominimo2017

Teniendo en cuenta los valores de la anterior tabla, podemos tener una base para la asignación de precios en cuanto a los gastos de nómina de las empleadas de servicio, se refiere.

En cuanto a la competencia las empresas que prestan estos servicios a nivel nacional tienen un promedio de servicio por hora de \$12. 000.00; en el mercado local la competencia está localizada con las personas que prestan este servicio de manera informal, quienes cobran un promedio por hora de \$8.500 aproximadamente.

De acuerdo a esto podemos calcular el precio a establecer para la prestación del servicio, teniendo en cuenta el gasto de mano de obra y el precio promedio del mercado.

Tabla No. 7 Costos unitario gasto de producción

Costo unitario de gastos de fabricación (1)						
Producto	Cantidad	CIF unitario por producto año 1	CIF unitario por producto año 2	CIF unitario por producto año 3	CIF unitario por producto año 4	CIF unitario por producto año 5
CIFPLAN BASICO	1,00	785,91	707,42	711,84	711,88	711,75
CIFPLAN FULL	1,00	785,91	707,42	711,84	711,88	711,75
CIFPLAN PREMIUN	1,00	785,91	707,42	711,84	711,88	711,75
Mano de obra directa						
Cargo				Proyección de precios		
				Valor Unitario Año1	Valor Unitario Año2	Valor Unitario Año3
EMPLEADA DOMESTICA				21897,09	21900,35	22036,99
					22038,42	22034,20

Fuente: Fondo Emprender

Justificación del precio de venta.

El precio de ventas se estipula de la siguiente manera: se tomó el costo empleado que prestará el servicio, como también los gastos fijos (nómina, alquiler, servicios públicos, papelería) y variables, también se tiene en cuenta inicialmente como referencia el valor promedio que se paga en el mercado. Para los precios de los servicios ofrecidos por la empresa, se tuvo en cuenta el tiempo que se demora una persona estándar en realizar cada una de las limpiezas en una casa de

aproximadamente 90m2. Por tal razón se definieron cada uno de los planes y precio de acuerdo al tiempo utilizado para su realización.

El pago de los servicios inicialmente se recibirá mediante efectivo.

Tabla No.8 Costos de Producción

Tabla de costos de producción en pesos(incluido IVA)					
Tipo de Insumo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima e Insumos	0	0	0	0	0
Mano de Obra Directa	40.400.140	55.714.487	57.736.923	59.746.168	61.717.792
Otros	1.450.001	1.799.683	1.865.009	1.929.914	1.993.601
Totales	41.850.141	57.514.170	59.601.932	61.676.082	63.711.393

2.8 ESTRATEGIAS DE VENTAS

Nuestro mercado objetivo está dirigido a los estratos 3 y 4, pero no quiere decir que estemos limitados a solo este segmento.

El precio del servicio es competitivo en el mercado, bajo comparado con el beneficio, esto con el fin de crear cultura en esta modalidad de servicio.

La fuerza de venta inicialmente estará conformada por los socios quienes contactaran a los clientes para conocer sus necesidades, brindarles la asesoría y gestionar la debida atención.

Se realizará gran esfuerzo en la penetración de todos los servicios.

Plan básico: Este servicio de acuerdo a la encuesta de mercadeo el 26% estaría interesado

Plan full: De acuerdo a la encuesta el 40% estaría dispuesto a obtener este servicio.

Plan Premium: El 26% estaría dispuesto a contratarlo.

La estrategia de ventas se direccionó a generar mayor consumo del plan Full el cual cuenta con el precio promedio y el tiempo que requiere permite realizar dos labores diarias, además en el resultado de la encuesta es el servicio que más se adapta a las necesidades. Los planes básicos y Premium se encuentran casi en la misma proporción de servicio.

2.9 ESTRATEGIA PROMOCIONAL

Se pretende llegar a los clientes a través de los diferentes medios: redes sociales, publicidad en oficina, radial y volantes, donde se resalta lo que ofrece la empresa, incluyendo la confiabilidad, calidad, y eficacia, para que esta se vuelva la primera opción a la hora de buscar satisfacer esta necesidad.

Para dar a conocer la empresa a la clientela se tiene en cuenta:

- Un logotipo atractivo y llamativo acompañado de un slogan corto, pero que se quede guardado en la memoria de los receptores.
- El envío de publicidad a los clientes potenciales tanto virtual como de manera tradicional donde se le invite a conocer y utilizar el servicio que ofrece la empresa.
- Prestar un servicio eficaz y eficiente con el fin de fidelizar la clientela y de la misma manera atraer más.
- Crear promociones atractivas que logren captar la atención de clientes potenciales para que escojan a la empresa como su opción principal a la hora de usar este servicio y por último tener un área de atención al cliente.

Ilustración No 1 Logo de Empresa



Fuente Autores

Lema: Limpieza Segura

Cuadro No 2 Orientadores de la comunicación en la promoción.

	Descripción
Público objetivo	La estrategia de comunicación va dirigida a hogares de estrato 3 y 4 principalmente.
	Descripción
Estrategia de las Comunicaciones	No todos los hogares tienen la posibilidad de contratar empleada doméstica, por lo tanto, la comunicación se orientará a cautivar la contratación por horas, cuyo valor es más fácil de pagar. Llegar al 50% de hogares de estos estratos, para dar a conocer el servicio, con el objetivo de obtener la contratación. La estrategia de comunicación se orientará al conocimiento de la empresa, por parte de la ciudadanía para que sea la mejor opción en la prestación de este servicio.

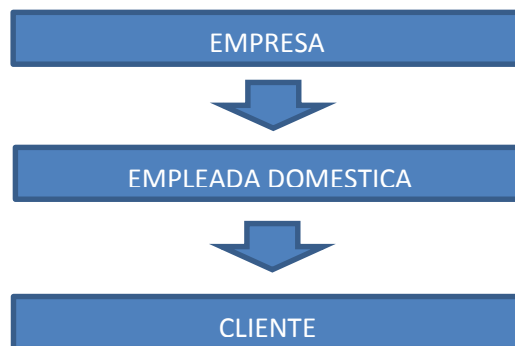
Finalidad de la comunicación	El servicio está orientado a satisfacer las necesidades de los clientes, por lo tanto, se maneja de forma flexible, adaptado a cada cliente y con las siguientes motivaciones: Motivos racionales: El servicio doméstico de la empresa, está basado en la responsabilidad y compromiso de sus prestadoras. Motivos emocionales: Al contratar la empresa, obtendrán tranquilidad y seguridad. Motivos morales: La prestación del servicio se hará de forma segura a beneficio todas las partes.
------------------------------	---

Fuente: Autores

2.10 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL

El personal de servicio doméstico estará distribuido de acuerdo a las solicitudes de los clientes y el cual laborará 8 horas diarias, máximo 10, independientemente del plan que se requiera realizar. La comunicación será de cliente a la empresa y está al personal.

Ilustración No. 2



2.11 POLÍTICAS DE SERVICIO

SERVIPRO en calidad del servicio prestado, ofrece a sus clientes las siguientes ventajas:

Compromiso, seguridad y confianza

Atención oportuna e inmediata

Garantía del trabajo realizado

2.12 PLANES DE CONTINGENCIA

Para la prestación del servicio, adicional a las empleadas domésticas contratadas, se tendrá como contingencia, una base de datos de personal que cumple con los requisitos para ejecutar la labor, el cual no fue vinculado a la empresa por tener el personal necesario, pero que puede hacer turnos temporales en caso de alguna eventualidad del empleado.

2.13 PRESUPUESTO DE VENTAS

Se tiene previsto iniciar el servicio, con proyecciones de ventas muy bajas, esperando sean mayores en la operación real.

Estas se determinaron de acuerdo al número de servicios que pueden realizar las empleadas, teniendo en cuenta las horas que pueden laborar al mes cada una de ellas se estipulo de la siguiente manera:

Se tomó el número de empleados que prestarían el servicio, el cual son cinco inicialmente, luego con base en ello se realizan los siguientes cálculos: Se dice que un empleado trabaja mensualmente 192 a 208 horas normalmente, este número de horas se multiplicaron por el número de empleadas, lo cual nos da 960

a 1.040 horas mensuales, sobre el cual se realizaron las proyecciones. De igual manera a medida que vayan aumentando las solicitudes de los servicios, se contratará personal temporal al cual se le pagará por labor realizada.

La proyección de ventas se hizo con base al número de horas que pueden ejecutar las empleadas.

Tabla No.9 Proyección de Ventas e Ingresos

Producto o Servicio	Proyección de Ventas (Unidades)				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PLAN BASICO	247,5	336	346	358	370
PLAN FULL	1.215	1.680	1.730	1.790	1.849
PLAN PREMIUN	371	528	537	552	567
TOTAL	1.833,5	2.603	2.613	2.700	2.786

Producto o Servicio	Proyección de Ingresos por Ventas				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PLAN BASICO	7.425.000,00	10.425.744,00	11.125.630,00	11.912.092,00	12.717.640,00
PLAN FULL	48.600.000,00	69.504.960,00	74.172.020,00	79.415.140,00	84.739.670,00
PLAN PREMIUN	22.275.000,00	32.766.624,00	34.535.007,00	36.735.048,00	38.978.415,00
Total	78.300.000,00	112.697.328,00	119.832.657,00	128.062.280,00	136.435.725,00
Iva	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total con Iva	78.300.000,00	112.697.328,00	119.832.657,00	128.062.280,00	136.435.725,00

Fuente: Fondo Empringer

2.1. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

En el estudio de mercado se verificó la existencia de una demanda insatisfecha en cuanto a los servicios de las labores del hogar que favorece las expectativas del hogar. De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede argumentar que el proyecto es viable desde el punto de vista de la demanda en razón que la probabilidad de contratar el servicio es de un 69%, según la encuesta realizada. Es un reto de la nueva empresa, fidelizar a los clientes para que contraten los servicios permanentemente y sean los vendedores del mismo.

3.ANÀLISIS TÈCNICO

3.1. ANALISIS DEL SERVICIO

SERVIPRO es una empresa que quiere posicionarse en el mercado, por tanto, debe generar confianza en sus clientes potenciales y brindar espacios para que conozcan más sobre la actividad de la empresa, para poder lograrlo SERVIPRO contará con una oficina ubicada estratégicamente en el distrito de Buenaventura, la cual contará con una sala de espera y oficina para el Asistente administrativo y contador, una oficina para el gerente, donde se harán las reuniones de personal.

3.2 DESARROLLO DEL SERVICIO

Para la contratación del servicio se realizará el diligenciamiento de un formato para tomar los datos del cliente, como nombre, dirección, teléfono y las especificaciones del servicio.

- Se realizará el plan de trabajo semanal, de las empleadas para la ejecución de las actividades.
- El servicio se atenderá y programará de acuerdo a las solicitudes de los clientes. La empleada laborará 8 horas diarias.
- Se hará seguimiento al trabajo de las empleadas mediante una pequeña encuesta aplicada telefónicamente al cliente; esta calificará su eficiencia o mal desempeño.
- Se monitoreará a nivel de proceso y satisfacción del cliente el desempeño obtenido y se mantendrán activos procesos de gestión calidad que garanticen la identificación de oportunidades de mejora y la respectiva gestión que garantice altos niveles de satisfacción en los clientes

3.3 EQUIPOS Y MAQUINARIA

Para el desempeño del servicio, la empresa cuenta con los siguientes muebles y equipos:

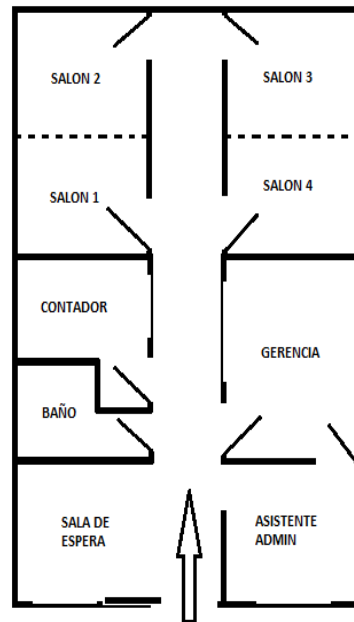
Tabla No.10 Equipo de oficina y Muebles y Enseres

EQUIPOS DE OFICINA	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Computador HP	Unidad	2	\$ 1.250.000,00	\$ 2.500.000
Impresora multifuncional	Unidad	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000
Teléfono	Unidad	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000
TOTAL				\$ 2.780.000
MUEBLES Y ENCERES	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Escritorio de oficina	Unidad	3	\$ 170.000,00	\$ 510.000
Silla Secretarial sin brazos	Unidad	3	\$ 90.000,00	\$ 270.000
Archivador 3 gavetas	Unidad	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000
Botiquín metálico 25x30x10 cm.	Unidad	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000
Sillas de espera	Unidad	4	\$ 15.000,00	\$ 60.000
Canecas para basura	Unidad	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000
Mesa BC-28 + 6 Sillas Isosceles estática tapizada	Unidad	1	\$ 450.000,00	\$ 450.000
TOTAL				\$ 1.490.000

3.4 LOCALIZACIÓN

La empresa estará ubicada en Centro Comercial de Almacenes la 14, piso 2, cuya área es de 36 Mt 2. Este local cuenta con los servicios domiciliarios, como son agua, energía, alcantarillado, internet y línea telefónica. Es un lugar muy visitado debido a que se encuentra en unos de los almacenes de cadena más grandes de la ciudad. También se tiene otra alternativa en el centro de la ciudad, frente al CAD, en la cual se compartiría la oficina con una empresa dedicada a suministrar servicios eléctricos.

Ilustración No. 3 Plano de Oficina



Fuente: Autores

3.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA DE PERSONAL

La empresa estará conformada con personal de planta: Gerente, Asistente Administrativo y un contador quien hará las labores dos días por semana.

3.6 MECANISMO DE CONTROL

Se llevará control de los horarios y servicios que atenderán las empleadas diariamente, a las cuales se les calificará con una encuesta de satisfacción por la labor desempeñada. Las encuestas serán realizadas telefónicamente con los clientes, aunque ellos pueden expresar sus inconformidades inmediatamente después de realizado el servicio.

3.7 CONCLUSIONES Y VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Al identificarse los recursos, físicos, humanos, materiales e insumos requeridos para su inicio, se determina que son de bajos costos y accesibles para la empresa.

La inversión inicial es aportada por los socios por lo tanto no se incurre en pago de financiamiento en el momento de la creación.

La localización de la empresa se proyecta en un punto estratégico de la ciudad.

La proyección de la demanda por atender es de fácil ejecución.

El personal doméstico se reclutará a medida que se requiera para atender la demanda de los servicios.

Se hará adquisición de equipos y muebles en la medida que empresa genere mejores ingresos.

Los resultados del estudio técnico definen que existe viabilidad técnica para la creación de la empresa de servicio doméstico.

2. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

La empresa SERVIPRO se constituirá como S.A.S. La sociedad está compuesta por dos socias Maribel Ramírez y Aura Mosquera; cada una realizará un aporte equivalente al 50% de la inversión inicial y quienes estarán vinculados laboralmente a la empresa (Gerente y Asistente Administrativo). La Junta directiva estará compuesta por las socias, quienes conjuntamente tomarán las decisiones, definirán las metas y estrategias para el crecimiento de la organización. El contador estará vinculado a través de honorarios y asistirá una vez a la semana, cuyas funciones serán manejo contable y financiero, como también las actualizaciones de políticas tributarias y fiscales.

4.1 PERSONAL EJECUTIVO

CARGO: GERENTE

VACANTES: UNA

PERFIL:

Persona con gran capacidad de liderazgo, proactiva, buena presentación, fluidez verbal, excelente atención al cliente, organizada y responsable.

REQUERIMIENTOS:

Profesional en carreras afines al sector financiero, con altos conocimientos en sistemas especialmente en Excel, Word, Power Point, Outlook, Access y demás herramientas informáticas, conocimientos en gestión de talento humano, indicadores de gestión, y normas de calidad. Su contrato será bajo Prestación de Servicios.

CARGO: AUXILIAR SERVICIOS GENERALES

VACANTES: MINIMO 4

PERFIL:

Buena respuesta al trabajo bajo presión y excelente atención al público tanto presencial como telefónicamente, fluidez verbal y conocimiento en higiene personal y corporativa, preferiblemente con experiencia en servicios generales.

REQUERIMIENTOS:

Primaria Completa, con buena actitud para recibir órdenes, disposición, experiencia en actividades domésticas necesarios para el normal funcionamiento de la empresa. Su contratación será a Terminio Fijo.

CARGO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO

VACANTES: UNO.

PERFIL:

Persona organizada, con capacidad de autoaprendizaje, excelente atención al cliente interno y externo, trabajo bajo presión.

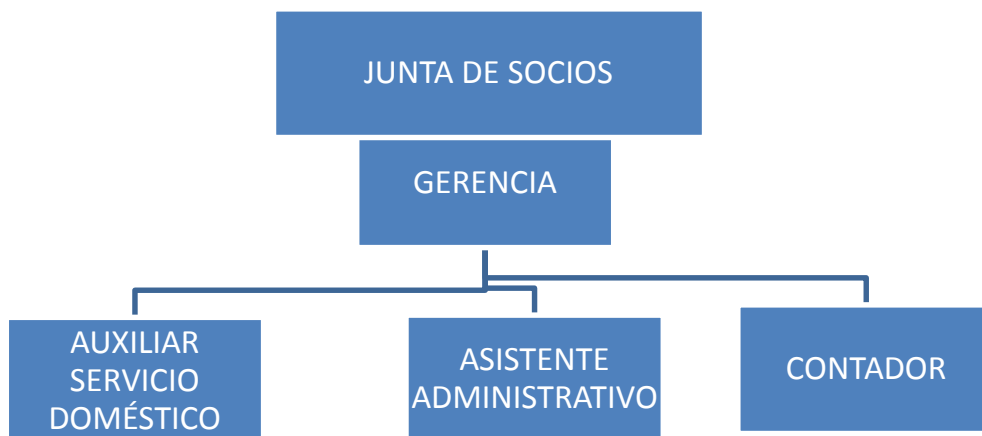
REQUERIMIENTOS:

Técnico o tecnólogo en áreas afines al sector administrativo, altos conocimientos en sistemas, Excel avanzado con manejo de fórmulas y tablas dinámicas, combinación de correspondencia, Access, Correo electrónico, Archivo. Su contratación inicialmente será por Prestación de Servicios.

4.2. ORGANIZACIÓN

El gerente será la mayor autoridad de la empresa, es quien tendrá la facultad de tomar las decisiones importantes de la empresa.

Ilustración No. 4 ORGANIGRAMA



Fuente: Autores

4.3 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL.

4.3.1. Análisis DOFA:

4.3.1.1 Diagnostico situacional:

Análisis externo:

En el medio en que se va a funcionar esta empresa, se pueden detectar las siguientes oportunidades y amenazas:

Oportunidades

- Existen centros de desarrollo tecnológico en donde se puede recibir asesoría y capacitación referente a la empresa.
- Existen centros de desarrollo comunitario que apoyen el desarrollo de la empresa.
- Existe facilidad de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación que faciliten su operación.
- Hay un crecimiento en la demanda local del producto
- Hay información sobre competidores directos o indirectos del producto.
- Se dispone de tecnologías propias.
- Hay disponibilidad de personal calificado para los diversos servicios (No se incurre en gastos adicionales de transporte, hospedaje, alimentación, viáticos, etc.).
- Existe facilidad en los trámites para la obtención de registros licencias de funcionamiento.
- Se conoce las reglamentaciones sobre los permisos que la empresa debe sacar y cumple con los requisitos para este cometido.
- Generar trabajo para los socios y para la gente de la comunidad.

Amenazas

- Altas tasas de interés en financiaciones bancarias para incremento de capital.
- Competencia
- Baja cultura empresarial en la región, que no permite incluir valor agregado a los productos.
- Que el proyecto no sea aprobado por alguna fuente de financiación.

Análisis interno:

A nivel interno se identifican las siguientes Fortalezas y Debilidades:

Fortalezas

- Nuestro servicio lo pueden llegar a necesitar (demandar) muchas personas (clientes).
- Tenemos muchas personas o clientes interesados en adquirir el servicio.
- Poseen la capacidad económica para adquirir el servicio que ofrece la organización.
- Con el servicio que se ofrece, el cliente recibe un servicio adicional que hace le brinda bienestar a los hogares.
- Existen facilidades para dar a conocer el servicio entre los clientes.
- El costo de promoción y publicidad es reducido.
- La publicidad es efectiva (el mensaje llega efectivamente a los clientes)
- Los emprendedores conocen y les gusta la actividad que van a realizar en su empresa.
- Las nuevas tecnologías que requiere la empresa son accesibles.

Debilidades

- Estructura financiera deficiente
- Estructura organizacional en proceso.
- Baja participación en el mercado.
- Falta de recurso financieros.
- Es una empresa que está iniciando.
- Barreras de entrada.

4.3.2. Formulación de estrategias

Estrategias FO:

- Implementar el direccionamiento estratégico.
- Implementar un sistema de gestión de calidad.
- Establecer alianzas estratégicas.
- Formar una empresa mejorando lo existente.
- Promover la adquisición de un servicio de calidad.
- Fomentar una cultura empresarial con el fin de contribuir en el desarrollo socio- económico en la región.

Estrategias FA:

- Aprovechar el capital humano y la experiencia con que cuenta el impulsador de la presente idea de negocio para hacer realidad la iniciativa empresarial gestionando recursos a través de alguno de los medios que el gobierno disponga.
- Promocionar el producto valiéndose de publicidad realizada a través de los medios de comunicación existentes en la ciudad.

Estrategias DO:

- Consolidar los procesos organizacionales.
- Solicitud de créditos de fomento.
- Formalizar indicadores de gestión.
- Consolidar en el municipio, un negocio rentable de perspectiva local y regional.

Estrategias DA:

- Implementar un plan de mercadeo.
- Elaborar manuales de funciones y procedimientos.
- Construir la misión y visión de la empresa.
- Definir los objetivos y estrategias de la empresa.
- Realizar continuamente estudios para el mejoramiento del servicio.
- Crear identidad local y regional.

4.4 VALORES ORGANIZACIONALES

4.4.1 PRINCIPIOS Y VALORES

Ética y Honestidad

Andar con rectitud, honradez, y veracidad en todos los hechos económicos que realicemos.

Respeto y Tolerancia

Reconocer los derechos de los demás, valorando y aceptando las cualidades y actitudes como los comportamientos individuales y sociales de las demás personas.

Compromiso Y Lealtad

Enfrentar de forma responsable y efectiva la misión y visión integrando lo mejor de sí mismo y manteniéndoles fiel a los principios y valores salvaguardando la integridad de las partes

Trabajo en equipo

Trabajar de la mano con el resto del equipo de trabajo incorporando esfuerzos ideales para la prosperidad, y que sirvan de beneficio para la empresa.

Pro actividad Y Competitividad

Trabajar siempre procurando la innovación garantizando la competitividad de nuestra empresa desarrollando acciones de mejoramiento generando valor agregado al servicio producido dando una buena satisfacción de nuestros clientes.

4.5 CONCLUSIÓN ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

Desde el punto de vista administrativo el proyecto es viable respecto al recurso humano tanto para el área administrativa como para el área operativa, además cuenta con una estructura organizacional en cuanto a cargos que inicialmente soportan la labor. La planta de personal es reducida la cual se incrementará en la medida que las estrategias de ventas permitan crear mayor rentabilidad. Existe mucha oferta laboral y la demanda proyectada en el proyecto es favorable para la ejecución y generación de rentabilidad a mediano y largo plazo.

5. ANÁLISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL

La empresa SERVIPRO, se constituirá como una S.A.S. sociedad por acciones Simplificada, conforme a lo expuesto por la ley 1258 del 05 de diciembre de 2008. Se constituirá inicialmente con dos socios y cada uno hará un aporte del 50%.

5.1 REQUISITOS PARA MATRICULA DE UN ESTABLECIMIENTO EN INDUSTRIA

Los aspectos fiscales que la empresa debe tener en cuenta para cumplir con la legislación y debe tramitar en la sociedad de hacienda del municipio son:

- Requisitos para matricula de industria y comercio.
- Certificado de inscripción en la Cámara de Comercio.
- Presentar el NIT de la Sociedad.
- Anexar recibo de servicios públicos.

5.2 TRÁMITES TRIBUTARIOS

Para que la entidad entre en funcionamiento, tendrá que cumplir con los siguientes trámites tributarios:

5.2.1 De Orden Nacional

- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales DIAN, Buenaventura.

- Se sugiere acercarse a la Sección de Orientación al contribuyente de esta oficina para aclarar las dudas.
- Solicitar, diligenciar y presentar el formulario de registro único tributario RUT.
- Inscribir en el RUT al régimen común como responsable del IVA.
- Solicitar el número de identificación tributaria NIT presentando copia de la escritura pública de constitución.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Certificado de existencia y representación legal de la cámara de comercio de Buenaventura.
- Establecer si es o no agente retenedor, presentando certificado de la Cámara de Comercio no mayor a 3 meses de su solicitud.
- Fotocopia de la Cédula del representante legal.

5.2.2 Impuestos de Orden Nacional.

- Impuestos básicos de renta (anual).
- Retención en la fuente (mensual), para contribuyentes que por sus funciones intervengan en actividades a las que la ley ha dispuesto efectuarle dicha retención.
- Impuesto del Valor Agregado IVA (bimestral).

5.2.3 Formalización de Establecimiento de Comercio

- Solicitar el permiso de uso de suelos en cualquiera de las curadurías urbanas de la ciudad.
- Registrar ante la cámara de Comercio de Buenaventura, el establecimiento de comercio verificando que no exista un nombre similar al que se desee inscribir, diligenciando el formulario de establecimiento de comercio y cancelando los derechos respectivos.

- Tramitar el concepto de bomberos de forma anual, en el cuerpo oficial de Buenaventura.

5.3 ANÁLISIS AMBIENTALES

Este proyecto a pesar que la empresa no suministra los distintos insumos o materia prima para su realización, se hace necesario que el empleado conozca el manejo de los diferentes productos químicos que tiene que manipular para la ejecución de la labor, como los detergentes, algunos más fuertes que otros, el manejo de los desechos y todo lo que constituye algún impacto directo e indirecto con el medio ambiente en ninguna de sus expresiones, ya sea aire, fuentes de aguas, fauna y flora.

Así mismo, dentro de las exigencias legales para constituir este tipo de empresas, no se requiere desde el punto de vista ambiental cumplir con requisitos como licencias de impacto ambiental o ecológico.

5.4 ANÁLISIS SOCIAL

Este proyecto contribuye a la generación de empleo para la ciudadanía de menor nivel económico como son los estratos 1 y 2 del distrito de Buenaventura, lo cual constituye en mejorar el bienestar y la calidad humana de éstos hogares y brinda apoyo en las labores domésticas de los hogares de estratos 3 y 4.

5.5 CONCLUSIONES ANALISIS LEGAL, AMBIENTAL Y SOCIAL

El trámite de apertura de la empresa no tiene gran complicación, en la parte ambiental no se afecta directamente el medio ambiente, la empresa contribuye en el bienestar social de la comunidad al brindar un servicio cuya finalidad genera beneficios mutuos.

6. ANÁLISIS FINANCIERO

A continuación, se definirá como debe ser el funcionamiento de los costos de la empresa SERVIPRO, teniendo en cuenta que es una empresa que apenas va a iniciar, por tanto, se debe conocer cuáles serán los costos y gastos de esta, definiendo si son fijos o variables.

6.1 INVERSIÓN DE ACTIVOS

En la tabla No 10 se detallan los activos que se requieren inicialmente para el funcionamiento de la empresa

Tabla No. 11 Equipos de oficina –Muebles y Enseres

EQUIPOS DE OFICINA	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Computador HP	Unidad	2	\$ 1.250.000,00	\$ 2.500.000
Impresora multifuncional	Unidad	1	\$ 250.000,00	\$ 250.000
Telefono	Unidad	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000
TOTAL				\$ 2.780.000

MUEBLES Y ENSERES	Unidad	Cantidad	Precio	Total
Escritorio de oficina	Unidad	3	\$ 170.000,00	\$ 510.000
Silla Scretarial sin brazos	Unidad	3	\$ 90.000,00	\$ 270.000
Archivador 3 gavetas	Unidad	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000
Botiquin metálico 25x30x10 cm.	Unidad	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000
Sillas de espera	Unidad	4	\$ 15.000,00	\$ 60.000
Canecas para basura	Unidad	2	\$ 10.000,00	\$ 20.000
Mesa BC-28 + 6 Sillas				
Isosceles estática tapizada	Unidad	1	\$ 450.000,00	\$ 450.000
TOTAL				\$ 1.490.000

Fuente: Autores

6.2 GASTOS DE ARRANQUE

Tabla No. 12 Gastos de arranque

GASTOS DE ARRANQUE	
Bomberos	70.000
Escrituras y Gastos Notariales	150.000
Permiso planeacion mpal	45.000
Permisos y Licencias	150.000
Registros de libros de contabilidad	200.000
Registro Mercantil	150.000
TOTAL	765.000

Fuente: Autores

Los gastos de arranque que corresponde a la elaboración de la escritura, registro mercantil y demás documentos necesarios para la constitución de la empresa, no son relativamente altos, lo cual constituye puntos a favor para su inicio.

6.3 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Los socios aportarán el valor correspondiente a los gastos y costos por apertura de la empresa, cada uno con el 50% de la inversión.

Inicialmente se invertirá en todos los muebles y enseres, además de los equipos de oficina necesarios para la implementación de la oficina,

Tabla No.13 Inversión Inicial

Plan Operativo	
	TOTAL
Actividad	REQUERIDO
2. ACTIVOS FIJOS total	\$ 4.270.000
3. GASTOS DE PUESTA EN MARCHA total	\$ 765.000
3. CIF	\$ 1.305.000
4. GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 4.365.000
TOTAL	\$ 10.705.000

Fuente: Fondo Emprender

6.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Este se refleja en el cuadro de proyección de ventas, donde se detallan las ventas e ingresos por servicio.

Tabla No. 14 Proyección de Ingresos

Proyección de Ventas (Unidades)					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PLAN BASICO	247,5	336	346	358	370
PLAN FULL	1.215	1.680	1.730	1.790	1.849
PLAN PREMIUN	371	528	537	552	567

Proyección de Ingresos por Ventas					
Producto o Servicio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PLAN BASICO	7.425.000,00	10.425.744,00	11.125.630,00	11.912.092,00	12.717.640,00
PLAN FULL	48.600.000,00	69.504.960,00	74.172.020,00	79.415.140,00	84.739.670,00
PLAN PREMIUN	22.275.000,00	32.766.624,00	34.535.007,00	36.735.048,00	38.978.415,00
Total	78.300.000,00	112.697.328,00	119.832.657,00	128.062.280,00	136.435.725,00
Iva	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total con Iva	78.300.000,00	112.697.328,00	119.832.657,00	128.062.280,00	136.435.725,00

Fuente: Fondo Emprender

6.5 PRESUPUESTOS GASTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

Tabla No. 15 Gastos de Personal

1. Empleados de Administración						
CONTADOR (Prestación servicios)		1	\$ 500.000	\$ -	12	
GERENTE		1	\$ 737.717	\$ 83.014	12	
ASESOR		1	\$ 737.717	\$ 83.014	12	
Salario mas aux tte (De acuerdo al número de meses establecidos)	Prestaciones	Año 1 (De acuerdo al número de meses ejecutado)	Total Año 2 12 meses	Total Año 3 12 meses	Total Año 4 12 meses	Total Año 5 12 meses
\$ 6.000.000	\$ -	\$ 6.000.000	\$ 6.205.800	\$ 6.431.071	\$ 6.654.872	\$ 6.874.483
\$ 9.848.772	\$ 3.617.941	\$ 13.466.713	\$ 13.928.621	\$ 14.434.230	\$ 14.936.541	\$ 15.429.447
\$ 9.848.772	\$ 3.617.941	\$ 13.466.713	\$ 13.928.621	\$ 14.434.230	\$ 14.936.541	\$ 15.429.447

Fuente: Fondo Emprender

6.6 PRESUPUESTOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración se tomaron como referencia para el análisis de las ventas y precios.

Tabla No. 16 Gastos De administración

11. Presupuesto de Gastos de Administracion (1)							
Rubro	Vr. Promedio Mensual	MESES A PAGAR EL 1er año	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
Presupuesto de Gastos de Administracion							
Rubro	Vr. Promedio Mensual	MESES A PAGAR EL 1er año	Total Año1	Total Año2	Total Año3	Total Año4	Total Año5
Sueldos a empleados			\$ 32.933.426	\$ 34.063.042	\$ 35.299.531	\$ 36.527.954	\$ 37.733.377
GASTOS FINANCIEROS %							
Cargos por servicios ba	\$ 30.000	12	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000
centarl de alarmas	\$ -	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Dotacion (administracio	\$ 30.000	9	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000	\$ 270.000
Elemento de aseo	\$ 25.000	9	\$ 225.000	\$ 225.000	\$ 225.000	\$ 225.000	\$ 225.000
Licencia de programas	\$ -	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pagos por arrendamien	\$ -	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reparaciones y manten	\$ -	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sayco acimpro	\$ -	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Seguros (obligatorio)	\$ -	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Servicios Públicos loca	\$ 280.000	9	\$ 2.520.000	\$ 2.520.000	\$ 2.520.000	\$ 2.520.000	\$ 2.520.000
Suministros de oficina	\$ 40.000	9	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000	\$ 360.000
Suscripciones y afiliaci	\$ -	9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Telefono, internet y cor	\$ 80.000	9	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000	\$ 720.000
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ -		\$ 37.388.426	\$ 38.518.042	\$ 39.754.531	\$ 40.982.954	\$ 42.188.377

Fuente: Autores

6.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se logra realizando 1.829 servicios, cuyo precio por hora es de \$10. 000.00, generando unos ingresos de \$78.270.893.

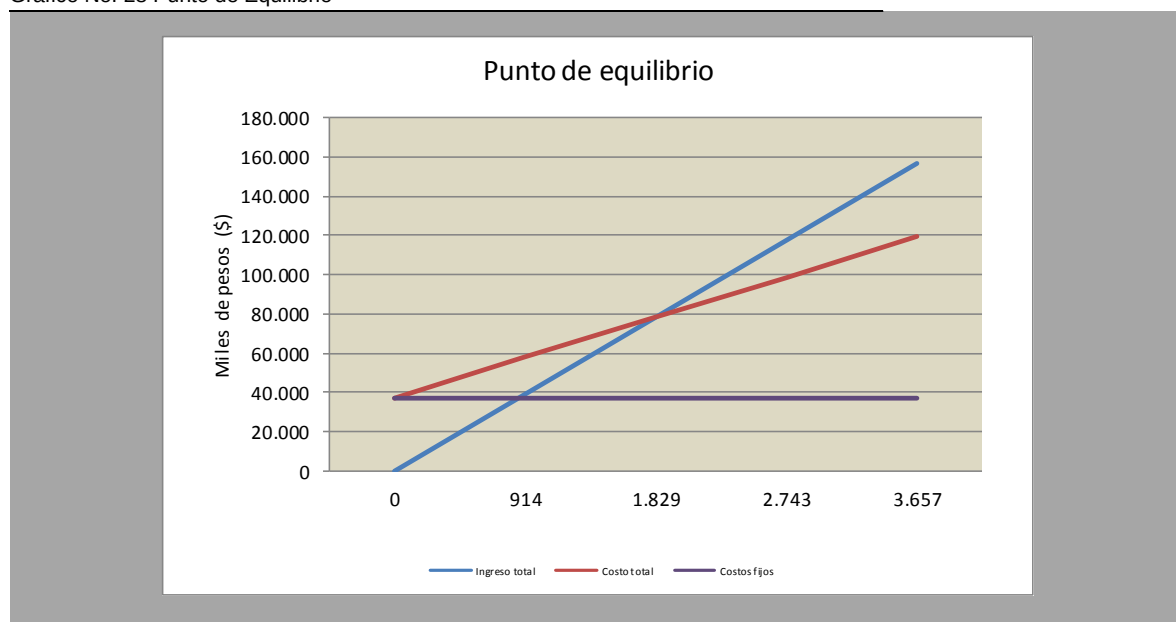
Tabla No.17 Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio en Ingresos			
$\text{Punto de equilibrio (\$)} = \frac{\text{Costos Fijos totales}}{1 - (\text{Costos variables} / \text{Ingresos por ventas})}$			
$\text{Punto de equilibrio (\$)} = \frac{37.388.426}{1 - (41250140 / 78975000)}$			
Punto de equilibrio (\$) = 78.270.693			
Punto de equilibrio en Unidades			
Producto	Cantidad	Precio	Ingresos
PLAN BASICO	245	30.000	7.358.783
PLAN FULL	1.204	40.000	48.166.580
PLAN PREMIUN	379	60.000	22.745.330
0	0	0	0
0	0	0	0
Total	1.829		78.270.693

Cantidades	Ingreso Total	Costo total	Costos Fijos
0	0	37.388	37.388
914	39.135	57.830	37.388
1.829	78.271	78.271	37.388
2.743	117.406	98.712	37.388
3.657	156.541	119.153	37.388

Fuente: Fondo Empringer

Gráfico No. 28 Punto de Equilibrio



Fuente: Fondo Empringer

6.8. FLUJO DE CAJA

La empresa iniciará con recursos propios por lo tanto no incurrirá en el pago de intereses.

Tabla No. 18 Flujo De Caja

FLUJO DE CAJA						
Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		-1.492.233	15.283.644	19.377.633	25.347.043	30.768.829
Depreciaciones		1.075.667	1.075.667	1.075.667	149.000	149.000
Amortización Gastos		153.000	153.000	153.000	153.000	0
Agotamiento		0	0	0	0	0
Provisiones		0	0	0	0	0
Impuestos		0	0	-1.375.528	-2.955.089	-5.449.614
Neto Flujo de Caja Operativo		-263.566	16.512.311	19.230.772	22.693.954	25.468.215
Flujo de Caja Inversión						
Inversión en Terrenos	0	0	0	0	0	0
Inversión en Construcciones	0	0	0	0	0	0
Inversión en Maquinaria y Equipo	0	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-1.490.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-2.780.000	0	0	0	0	0
Inversión en Semovientes	0	0	0	0	0	0
Inversión Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Inversión Otros Activos	0	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-4.270.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-4.270.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Fondo Emprender	10.705.000					
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	0	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		0	0	0	0	0
Intereses Pagados		0	0	0	0	0
Dividendos Pagados		0	447.670	-4.172.435	-4.926.763	-5.969.229
Capital	0	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	10.705.000	0	447.670	-4.172.435	-4.926.763	-5.969.229
Neto Periodo	6.435.000	-263.566	16.959.981	15.058.337	17.767.190	19.498.986
Saldo anterior		5.823.000	5.559.434	22.519.415	37.577.752	55.344.942
Saldo siguiente	6.435.000	5.559.434	22.519.415	37.577.752	55.344.942	74.843.928

Fuente: Fondo Emprender

6.9 ESTADO DE RESULTADOS

En el estado de resultados se visualiza que la empresa no genera rentabilidad en el primer año, debido a la inversión en los gastos necesarios para su operación

Tabla N° 19 Estados de Resultado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ESTADO DE RESULTADOS					
Ventas	78.975.000	112.697.328	120.282.834	128.794.319	137.466.900
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	40.400.140	55.714.487	57.736.923	59.746.168	61.717.792
Depreciación	1.075.667	1.075.667	1.075.667	149.000	149.000
Agotamiento	0	0	0	0	0
Otros Costos	1.450.000	1.799.682	1.865.010	1.929.912	1.993.599
Utilidad Bruta	36.049.193	54.107.493	59.605.234	66.969.239	73.606.509
Gasto de Ventas	0	0	0	0	0
Gastos de Administración	37.388.426	38.670.849	40.074.601	41.469.196	42.837.680
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	153.000	153.000	153.000	153.000	0
Utilidad Operativa	-1.492.233	15.283.644	19.377.633	25.347.043	30.768.829
Otros ingresos					
Intereses	0	0	0	0	0
Otros ingresos y egresos	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuestos	-1.492.233	15.283.644	19.377.633	25.347.043	30.768.829
Impuesto renta +CREE	0	1.375.528	2.955.089	5.449.614	8.538.350
Utilidad Neta Final	-1.492.233	13.908.116	16.422.544	19.897.429	22.230.479

Fuente: Fondo Emprender

6.10 BALANCE GENERAL

Tabla No 20 Balance General

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	5.823.000	5.559.434	22.519.415	37.577.752	55.344.942	74.843.928
Cuentas X Cobrar	0	0	0	0	0	0
Provisión Cuentas por Cobrar		0	0	0	0	0
Inventarios Materias Primas e Insumos	0	0	0	0	0	0
Inventarios de Producto en Proceso	0	0	0	0	0	0
Inventarios Producto Terminado	0	0	0	0	0	0
Anticipos y Otras Cuentas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Gastos Anticipados	612.000	459.000	306.000	153.000	0	0
Total Activo Corriente:	6.435.000	6.018.434	22.825.415	37.730.752	55.344.942	74.843.928
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Construcciones y Edificios	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	0	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	1.490.000	1.341.000	1.192.000	1.043.000	894.000	745.000
Equipo de Transporte	0	0	0	0	0	0
Equipo de Oficina	2.780.000	1.853.333	926.667	0	0	0
Semovientes pie de cría	0	0	0	0	0	0
Cultivos Permanentes	0	0	0	0	0	0
Total Activos Fijos:	4.270.000	3.194.333	2.118.667	1.043.000	894.000	745.000
Total Otros Activos Fijos	0	0	0	0	0	0
ACTIVO	10.705.000	9.212.767	24.944.081	38.773.752	56.238.942	75.588.928
Pasivo						
Cuentas X Pagar Proveedores	0	0	0	0	0	0
Impuestos X Pagar	0	0	1.375.528	2.955.089	5.449.614	8.538.350
Acreedores Varios		0	0	0	0	0
Obligaciones Financieras	0	0	0	0	0	0
Otros pasivos a LP		0	0	0	0	0
Obligacion Fondo Emprender (Contingente)	10.705.000	10.705.000	10.705.000	10.705.000	10.705.000	10.705.000
PASIVO	10.705.000	10.705.000	12.080.528	13.660.089	16.154.614	19.243.350
Patrimonio						
Capital Social	0	0	0	0	0	0
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	0	0	0
Utilidades Retenidas	0	0	-1.044.563	8.691.118	20.186.900	34.115.099
Utilidades del Ejercicio	0	-1.492.233	13.908.116	16.422.544	19.897.429	22.230.479
Revalorizacion patrimonio	0	0	0	0	0	0
PATRIMONIO	0	-1.492.233	12.863.553	25.113.663	40.084.328	56.345.578
PASIVO + PATRIMONIO	10.705.000	9.212.767	24.944.081	38.773.752	56.238.942	75.588.928

Fuente: Fondo Emprender

7. EVALUACION FINANCIERA

En la evaluación financiera del proyecto se tiene en cuenta primero el Valor Presente Neto (VPN) el cual medirá cuánto valor es creado o adicionado por llevar a cabo la inversión, y segundo la Tasa Interna de Retorno (TIR) esta es la tasa real que proporciona el proyecto.

Tabla No. 21 Indicadores Financieros

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Supuestos Macroeconómicos						
Variación Anual IPC		3,00%	3,43%	3,63%	3,48%	3,30%
Devaluación		4,40%	4,58%	4,50%	4,34%	4,47%
Variación PIB		0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DTF ATA		4,13%	4,96%	5,35%	5,11%	4,86%
Supuestos Operativos						
Variación precios		N.A.	3,5%	3,6%	3,5%	3,3%
Variación Cantidades vendidas		N.A.	37,9%	3,0%	3,5%	3,3%
Variación costos de producción		N.A.	36,9%	3,6%	1,8%	3,3%
Variación Gastos Administrativos		N.A.	3,4%	3,6%	3,5%	3,3%
Rotación Cartera (días)		0	0	0	0	0
Rotación Proveedores (días)		0	0	0	0	0
Rotación inventarios (días)		0	0	0	0	0
Indicadores Financieros Proyectados						
Liquidez - Razón Corriente		N.A.	16,59	12,77	10,16	8,77
Prueba Acida		0	17	13	10	9
Rotación cartera (días),		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rotación Inventarios (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Rotación Proveedores (días)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nivel de Endeudamiento Total		116,2%	48,4%	35,2%	28,7%	25,5%
Concentración Corto Plazo		0	0	0	0	0
Ebitda / Gastos Financieros		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Ebitda / Servicio de Deuda		N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
Rentabilidad Operacional		-1,9%	13,6%	16,1%	19,7%	22,4%
Rentabilidad Neta		-1,9%	12,3%	13,7%	15,4%	16,2%
Rentabilidad Patrimonio		100,0%	108,1%	65,4%	49,6%	39,5%
Rentabilidad del Activo		-16,2%	55,8%	42,4%	35,4%	29,4%
Flujo de Caja y Rentabilidad						
Flujo de Operación		-263.566	16.512.311	19.230.772	22.693.954	25.468.215
Flujo de Inversión	-10.705.000	0	0	0	0	0
Flujo de Financiación	10.705.000	0	447.670	-4.172.435	-4.926.763	-5.969.229
Flujo de caja para evaluación	-10.705.000	-263.566	16.512.311	19.230.772	22.693.954	25.468.215
Flujo de caja descontado	-10.705.000	-175.711	7.338.805	5.698.007	4.482.756	3.353.839
Criterios de Decisión						
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor	50%					
TIR (Tasa Interna de Retorno)	85,74%					
VAN (Valor actual neto)	9.992.696					
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	0,64					
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	3 mes					
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos del fondo emprender. (AFE/AT)	100,00%					
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes					
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	0 mes					

Fuente: Fondo Emprender

Las proyecciones financieras efectuadas, teniendo como base los presupuestos de inversiones, ingresos, costos y gastos con base en las metas de producción y ventas esperadas, permiten realizar las siguientes apreciaciones:

- La viabilidad financiera del proyecto está comprometida puesto que al primer año se alcanza una pérdida neta de \$ -1.492.233, pero se debe tener en cuenta que se proyecta los tres primeros meses improductivos.
- Al primer año se obtiene un nivel de efectivo de \$5.559.434, como reflejo del alcance de las metas de ventas propuestas, lo cual permitirá disponer de recursos en caja suficientes para garantizar el movimiento operacional del proyecto bajo condiciones adecuada de liquidez.
- El punto de equilibrio como indicador de los niveles mínimos de operación requeridos para cubrir los costos y gastos operacionales, sin obtener utilidades, permite concluir que al primer año se requiere alcanzar un valor en las ventas de \$ 78.270.693.
- La aplicación de los criterios de evaluación financiera, considerando un horizonte de cinco años, a una tasa mínima aceptable de retorno del 50 % anual, arroja una TIR del 85,74% y un Valor Presente Neto de \$ 9.992.696. Estos resultados permiten conceptuar que La Tasa interna de Retorno expresa un escenario favorable desde el punto de vista financiero para el proyecto.

8. CONCLUSIONES

Las proyecciones financieras efectuadas a través del modelo financiero teniendo como base los presupuestos de inversiones, ingresos, costos y gastos con base en las metas de producción y ventas esperadas. Permiten realizar las siguientes apreciaciones:

- El estudio no reporta rentabilidad en el primer año, pero que al año siguiente ya mejora y se incrementa año tras año, por lo tanto, es viable su funcionamiento.
- Las metas de ventas son retadoras, puesto que las empleadas deben estar realizando algún servicio en todo momento; pero este negocio se presenta como una oportunidad de negocio hacia un mercado desatendido con unas necesidades identificadas. Hay que luchar por cambiar paulatinamente el paradigma de las personas que usan el servicio exaltando los beneficios por sobre los costos.

En el estudio se encontraron varias limitantes, entre ellas podemos mencionar:

- Poca información para referenciar los estudios de mercado, debido a que, en Buenaventura, no hay una empresa dedicada especialmente a esta actividad y a nivel nacional no se encontró estadísticas Per cápita de consumo sobre este servicio, que sirviera de apoyo para establecer la frecuencia de utilización del mismo.
- Los estudios formales (censo) de la información sobre el número de las viviendas son muy antiguos, lo que induce a trabajar con supuestas proyecciones.

9. RECOMENDACIONES

La nueva empresa debe implementar estrategias para crear cultura en este servicio. El éxito depende de la gestión en mercadeo y la calidad del servicio. A medida que se incremente la demanda, se debe buscar otras formas de contratación del personal para disminuir la carga prestacional.

Posicionarse en el mercado para así mismo incrementar las ventas.

Incrementar el precio por hora del servicio y promocionar la venta del plan Premium y el plan full, que son los que generan mayores ingresos.

Capacitar a las empleadas para que la prestación del servicio sea ejecutada en los tiempos asignados en cada plan o en menor, sin que esto afecte lo convenido con el cliente y la calidad.

Se debe lograr la promoción de voz a voz a través de la fidelización de los clientes, lo cual evita incurrir en costo de publicidad.

Para lograr mejor rentabilidad se recomienda incrementar el precio por hora del servicio, promocionar la venta del plan Premium y el plan full, que son los que generan mejores ingresos.

BIBLIOGRAFIA

www.mintrabajo.gov.co/.../247-mintrabajo-y-alcaldia-de-buenaventura-f

VALENZUELA, María Elena -Claudia Mora-OIT “Trabajo Doméstico: un largo camino hacia el trabajo decente”. Editoras-Santiago de Chile 2009

VARELA, Rodrigo, Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial, año 2009.

https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/gatsqa_s.htm.

<http://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombia-hay-750-000-trabajadores-domestico-80708>.

MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL, Decreto 4369 del 4 de diciembre

CHIAVENATO, Idalberto. Administración de recursos humanos. El capital humano de las organizaciones. 8 ed. Bogotá D.C: McGraw-Hill Interamericana S.A., 2007. 500 p.

[www.supersociedades.gov.co/.../121212-cartilla sociedad acciones](http://www.supersociedades.gov.co/.../121212-cartilla-sociedad-acciones).

<http://www.monografias.com/trabajos87/metodo-inductivo/metodo-inductivo>.

www.ecured.cu/Técnicas_de_Recolección_de_Información

Hernández SR. Metodología de la Investigación. Colombia. Edit. Mac. Graw Hill. 1991

GALLARDO, C. Juan. Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Editorial Mc Graw Hill. México, 1999.

ANEXOS

SECCIÓN I: IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADO

NOMBRE DEL ENCUESTADO: _____
MUNICIPIO _____ COMUNA: _____
BARRIO _____ ESTRATO SOCIECONÓMICO ____ 01 ____ 02 ____ 03 ____ 04 ____
DIRECCIÓN _____
TELÉFONO FIJO: _____ CELULAR: _____
NOMBRE ENCUESTADOR: _____

SECCIÓN II: PRESENTACIÓN DE LA ENCUESTA

Buenos días/ tardes o noches, somos Aura Elisa Mosquera y Maribel Hurtado, estudiantes del Programa de Administración de Empresas de la Universidad del Valle, Sede Pacífico, las cuales nos encontramos adelantando el trabajo de Grado denominado "Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa que preste servicios domésticos profesionales en Buenaventura como un Proyecto de Inversión.

Diligenciar este instrumento le tomará sólo de 10 a 15 minutos y todas las respuestas se mantendrán en estricta confidencialidad, serán analizadas de manera agregada, sin especificar el nombre de la empresa encuestada persona encuestada y se utilizará con fines netamente académicos.

SECCIÓN III: IDENTIFICACIÓN DE HÁBITOS DE COMPRA

1. ¿Ha tenido usted servicio doméstico, en los últimos 3 años?

Si _____ No _____
¿Porque? _____

2. ¿Tiene actualmente servicio doméstico?

Si _____ No _____

3. ¿Qué tipo de labores domésticas se realizan en su hogar?

Lavar _____
Cocinar _____
Atender Mascotas _____
Limpieza del Hogar _____
Pago de Cuentas _____
Planchar _____
Atender Niños _____

Atender Ancianos _____
Jardinería _____
Otros _____
¿Cuál? _____

4. ¿Ha contratado alguna vez servicio doméstico interno? (que duerme en el trabajo)

Si _____ No _____

5. ¿A qué género pertenece la persona que le ha prestado los servicios domésticos?

Hombre _____

Mujer _____

Sin definir _____

No importa _____

6. ¿Utiliza usted algún sistema de cámaras de seguridad para vigilar a la empleada de servicio doméstico?

Si _____

No _____

7. ¿Cuántas horas al día le dedica la persona que le presta o ha prestado los servicios domésticos?

Entre 2 y 4 horas al día _____

Entre 5 y 6 horas al día _____

Entre 7 y 8 horas al día _____

Más de 8 horas al día _____

Otros _____

¿Cuál? _____

No aplica _____

8. ¿Qué medios utiliza cuando usted necesita contratar la prestación de un servicio doméstico?

Recomendación de un amigo o familiar _____

Aviso en medio de comunicación _____

Utilización de redes sociales entre los contactos _____

Empresa de servicios temporales _____

Otros _____

¿Cuales? _____

9. El salario mensual que usted puede cancelar por los servicios doméstico está entre

\$200.000 - \$400.000 mensuales _____

\$401.000 - \$600.000 Mensuales _____

\$601,000 - \$800.000 mensuales _____

\$801,000 - \$1,000.000 Mensuales _____

Más de \$1,000.0000 mensual _____

10. ¿De cuánto es la edad que escoge la persona del servicio?

Menor de 18 años _____

Entre 18 - 24 años _____

Entre 25 y 30 años _____
Entre 31 y 35 años _____
Más de 36 años _____

11. Estado civil de su servicio domestico

Soltera _____
Casada _____
Unión Libre _____

12. Nivel de estudio de su empleado de servicio

Primaria Incompleta _____
Primaria completa _____
Bachillerato Incompleto _____
Bachillerato completo _____

Pasando a otro tópico, lea siguiente concepto de una empresa para prestación de servicio doméstico y responda las preguntas.

“La empresa para la prestación de servicio doméstico en el Distrito de Buenaventura “SERVIPRO” llegará al mercado prestando un servicio organizado, profesional e innovador logrando de esta manera crear una empresa en el servicio del hogar que aseguren, confianza, compromiso y calidad de los ciudadanos.

13 ¿Qué opinión tiene para usted el servicio que ofrecerá la Empresa SERVIPRO?

Excelente _____
Bueno _____
Regular _____
Malo _____
Indiferente _____

14 ¿Qué le llamó la atención del concepto anterior?

Novedoso en la ciudad _____
Un servicio que se necesitaba _____
Introduce una mayor competencia _____
Nada _____
Otros _____

¿Cuáles?

_____ -

15 ¿Le parece creíble el nuevo concepto?

Completamente de acuerdo _____
De acuerdo _____
Indiferente _____
En desacuerdo _____
Completamente en desacuerdo _____

16 ¿Qué considera usted que se le debería agregar al nuevo concepto?

Servicio de mensajería _____
Servicio exclusivo de niñera _____
Servicios en las empresas _____
¿Otros? _____
¿Cuales? _____

No sabe/ no responde _____

17 ¿Qué le agregaría al nuevo concepto?

18 ¿Qué le quitaría al nuevo concepto?

19. ¿En caso, que la Empresa SERVIPRO iniciara operaciones, usted estaría dispuesto(a) a utilizar sus servicios?

Definitivamente si	
Probablemente si	
Tal vez si, tal vez no	
Probablemente no	
Definitivamente no	

SECCIÓN V: CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRÁFICA

1. ¿Qué actividad económica desarrolla?

2. ¿Le gustaría que existiera en el mercado una empresa que preste Servicios Domésticos o generales?

a) Si () _____

b) No () por qué _____

3. ¿Estaría dispuesto a contratar la prestación de servicios generales o domésticos a través de esta?

a) Si () _____

b) No () por qué _____

4. ¿Con que frecuencia utiliza los Servicios Generales o Domésticos?

a) Semanal () _____

b) Quincenal () _____

c) Mensual () _____

d) diario () _____

5. ¿En qué clase de inmueble vive?
a) Apartamento () _____
b) Casa () _____
c) Otro, ¿cuál? () _____

6. ¿Cuántos cuartos tiene la vivienda?
a) Entre 1 a 3 () _____
b) Entre 4 a 5 () _____
c) Más () _____

7. ¿Cuántas personas viven en el hogar?
a) Entre 1 a 2 () _____
b) Entre 3 a 5 () _____
c) Más () _____

8. ¿Cuántos menores de edad viven en su hogar?
a) Ninguno () _____
b) Entre 1 y 2 () _____
c) Entre 3 y 4 () _____
d) más de 5 () _____

"AGRADECEMOS LA ATENCIÓN"