

Propuesta Empresarial para Conformar una Empresa Prestadora de Servicios Generales
Domésticos

Carmen Rocío Lagos Mora, Jorge Miguel Ricardo Barbosa y

Yaleci Mora Rincón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Notas de Autor

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Especialización Gerencia Estratégica de Mercadeo

Aguachica

2018

Propuesta Empresarial para Conformar una Empresa Prestadora de Servicios Generales

Domésticos

Carmen Rocío Lagos Mora, Jorge Miguel Ricardo Barbosa y

Yaleci Mora Rincón

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Director:

Hector Herrera

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Especialización Gerencia Estratégica de Mercadeo

Aguachica

2018

Contenido

Propuesta Empresarial para Conformar una Empresa Prestadora de Servicios Generales	
Domésticos	13
Justificación y Antecedentes del Proyecto	14
Misión	15
Visión.....	15
Actividad Económica.....	16
Código CIIU: 7520 Prestación de Servicios a la Comunidad en General.	16
Concepto del Producto o Servicio.	16
Análisis del Sector.	16
Entorno Socio- Cultural.....	21
Entorno Legal	21
Entorno ambiental:.....	22
Portafolio de Servicios del Proyecto.....	23
Nombre de la Empresa: Aseo y Limpieza de Aguachica “ALA”	23
Tipo de empresa:.....	23
Tamaño de la Empresa.....	23
Valores	24

Objetivos Empresariales	25
Objetivos a corto plazo (1 año).....	25
Objetivos a mediano plazo (2 años).....	25
Objetivos a largo plazo (3 años en adelante).....	26
Ventajas Competitivas	27
Perfil de los emprendedores.....	28
Análisis de Mercado	32
Definición Del Segmento:	33
Hogares residenciales	34
Comercio.....	34
Industrial	34
Instituciones prestadoras de servicios de salud	35
Sector Financiero.	35
Características del Segmento	36
Segmentación Geográfica.....	36
Segmentación Demográfica.....	37
Segmentación Sociológica:.....	39
Análisis de la competencia.	39
Estrategias de Distribución	40
Estrategias de Precio.....	41

Tabla comparativa prestación de servicios de aseo y limpieza	41
Estrategias de Promoción.	42
Estrategias de Comunicación.....	42
Estrategias de Servicios	43
Proyección de Ventas y Política de Cartera.....	43
Personal Técnico.....	44
Concepto del servicio y proceso productivo.....	44
Necesidades y requerimientos	45
Localización.....	46
Costos	46
Organización Análisis Dofa.....	48
Organismos de Apoyo.	49
Estructura Organizacional	50
Funciones y cargos:	50
Administrador:.....	50
Coordinador de servicio:.....	51
Asesor Comercial:	51
Operarias de hogar:.....	52
Puntualidad en el servicio.....	52
Servicios varios:.....	52

Finanzas	53
Ingresos	53
Fuentes de Financiación	53
Formatos Financieros.....	56
Principales términos utilizados:	56
Servicios: Productos heterogéneos generados cada vez que son solicitados, sobre los cuales no recaen derechos de propiedad por parte del usuario y no pueden ser negociados por separado de su producción, transportados o almacenados.....	56
Ingresos: Valor monetario recibido por la empresa a cambio de la prestación de servicios a otras empresas y a los hogares.	56
Personal ocupado: Corresponde al personal que labora en la empresa o establecimiento, contratado de forma directa por ésta o a través de empresas especializadas, y a los propietarios, socios y familiares sin remuneración fija.....	56
Conclusiones y Recomendaciones.....	57
Bibliografía	59

Listado de Gráficas

Gráfica No. 1- Encuesta Anual de Servicios	18
Gráfica No. 2 – Informalidad por Ciudades	19
Gráfica No. 3- Boletín trimestral de DANE agosto 2018	21
Gráfica No. 4 -Boletín técnico Muestra Trimestral de Servicios – MTS (IV trimestre de 2017).	33
Gráfica No. 5- Análisis del sector	34
Gráfica No. 6- Establecimiento Según Actividad	35
Gráfica No. 7- Establecimientos Según Escala de Personal por Actividad Económica	36
Gráfica No. 8 - Segmentación Demográfica	37
Gráfica No. 9 – Pertenencia Étnica	38
Gráfica No. 10 – Nivel Educativo	39

Listado de Imágenes

Imagen No. 1- Imagen Corporativa	23
Imagen No. 2- Valores Corporativos	24
Imagen No. 3- Pacto por el Empleo	31
Imagen No. 4 – Estructura Organizacional ALA	50

Listado de Tablas

Tabla No. 1 Informe de la Competencia Eje de Acción	40
Tabla No. 2 - Tabla comparativa prestación de servicios de aseo y limpieza	41
Tabla No. 3: Proyección Presupuesto Primer Período	44
Tabla No. 4 - Costo Personal Operativo	46
Tabla No. 5- Costo Personal Administrativo	47

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Dedicación

A Dios por la vida y la oportunidad de formarme como profesional, para contribuir al desarrollo de mi País, a mis padres Jairo y Carmenza por ser los gestores de mi ser en esta vida, a mi esposo y mis hijos: Santiago, Juan Camilo, Andres Felipe.

Carmen Rocío Lagos Mora

Gracias a Dios por concederme el privilegio de formarme profesionalmente, esto me ha permitido ser una mejor persona ante la sociedad, además poder brindarle una mejor calidad de vida a mi querida esposa Ibeth, y mis princesas Isabella y Laura Sofia.

Jorge Miguel Ricardo Barbosa

A Dios por la vida y a mis hijos, Juan Sebastián Quiñones Mora y María Paula Quiñones Mora, por ser pacientes y enseñarme el verdadero significado del AMOR.

A mis padres, Eloina Rincón Clavijo y Luis Manuel Mora Boneth, por haberme dado la vida y demostrarme que las cosas buenas toman su tiempo.

Yaleici Mora Rincón

Agradecimientos

Dedicamos esta propuesta de especialización, en primer lugar a Dios por permanecer a nuestro lado en todo momento y brindarnos las fuerzas necesarias para continuar luchando día a día por nuestros sueños.

A los hijos, por tanto amor recibido, por brindarnos la sonrisa y la esperanza de seguir hacia adelante.

A nuestros padres que nos enseñaron que lograr una meta cuesta, sacrificio y trabajo, además que lo más importante es el servicio a los demás, esto significaría para nosotros alcanzar a plenitud una meta.

Por último al director del proyecto de la UNAD, que durante el proceso nos exigió, y acompañó entregándonos su saber, dedicación y esfuerzo y por lo cual hemos enriquecido en conocimientos, formando profesionales al servicio de la sociedad.

**Propuesta Empresarial para Conformar una Empresa Prestadora de Servicios
Generales Domésticos**

Definición de Objetivos

Objetivo General.

Desarrollar un proyecto empresarial para la conformación de una Empresa de servicios Generales en el municipio de Aguachica, Cesar, que permita proveer soluciones especializadas en limpieza doméstica.

Objetivos Específicos.

Diseñar un plan estratégico de mercado, que permita identificar las necesidades de los clientes, los recursos y acciones que una organización requiere para el alcance de sus metas.

Formular estrategias de marketing que le permita a la empresa aprovechar las oportunidades del entorno.

Determinar la viabilidad financiera y los recursos necesarios para llevar a cabo el modelo de negocio.

Justificación y Antecedentes del Proyecto

En el sur del departamento del Cesar, en el municipio de Aguachica, existen empresas que demandan personal calificado para sus procesos productivos, por tal motivo contratan mano de obra proveniente de otras regiones lo que hace que no se valore el potencial local, provocando altas tasas de desempleo que desencadenan en problemáticas sociales (delincuencia, pobreza, descremación, etc.), que no son constructivos para la sociedad y desmejora la oportunidad de generar ingresos en la población con capacidad laboral.

La estrategia es dar a conocer la idea de negocio a través de gremios, asociaciones, cooperativas, hospitales, clínicas y demás entidades, para que de ésta manera se consolide un portafolio con perfiles laborales y actividades económicas dispuestos a desarrollarse técnica y profesionalmente.

Este proyecto es innovador para la región donde se desea realizar la idea de negocio, ya que existe poca cultura de sentido de pertenencia tanto de la mano de obra como el cuidado de un activo fijo; es por esto que se desea ofertar una empresa idónea en la prestación de servicios de aseo, responsable y con un personal capacitado en la realizar de las actividades que satisfaga las necesidades de los clientes. En municipio existen empresas que demandan solo un servicio específico de acuerdo a su necesidad y de esta manera podemos ofertar las diferentes actividades mediante una relación laboral de modalidad término fijo o por prestación de servicios.

El principal objetivo de la propuesta de negocio es mejorar la calidad de vida y socioeconómica de las personas que hagan parte de nuestra propuesta empresarial. Mediante nuestra propuesta empresarial toda la sociedad será beneficiada debido al empleo y soluciones inmediatas a sus necesidades de acuerdo a la demanda de necesidades en los diferentes oficios y profesiones.

Misión

Ser la empresa líder en la prestación de servicios de limpieza en el municipio de Aguachica, a través de herramientas y mano de obra calificada, que satisfagan las necesidades de nuestros clientes y colaboradores.

Visión

Convertirnos en una empresa social estratégica de nuestros clientes brindando soluciones con calidad que permitan establecer relaciones duraderas, basadas en la oportunidad del servicio, calidad, confianza, respeto y honestidad.

Actividad Económica

Código CIIU: 7520 Prestación de Servicios a la Comunidad en General.

Concepto del Producto o Servicio.

Las empresas de servicios son aquellas actividades para la prestación y venta de un servicio; de acuerdo a la clasificación de las actividades económicas establecida por la economía clásica, las empresas de servicios conforman el sector terciario de la economía. Se denominan de servicios porque tienen por principal función el ofrecimiento de una actividad en pro de la satisfacción de las necesidades de un público a cambio de una contraprestación; las empresas de servicios ofrecen un servicio intangible y pueden ser públicas o privadas.

Análisis del Sector.

En el departamento del Cesar, el municipio de Aguachica, se caracteriza por la afluencia de turistas quienes consideran esta zona atractiva para vacacionar y disfrutar de los diferentes sitios, atractivos turísticos y culturales

Por su ubicación geográfica el municipio de Aguachica es un atractivo turístico para realizar diferentes actividades acuáticas y ecoturismo. También se encuentra ubicado el bosque del Agüil, que es una zona verde de gran biodiversidad, que se encuentra en la parte norte de la periferia de la zona urbana, que posee más de 70 especies de árboles nativos.

En este Departamento también existe otros atractivos como la plaza ‘Alfonso López’, el parque Los Algarrobillos y el parque de El Helado, los museos de Valledupar (el del acordeón y el de Sayco), así como la Biblioteca Departamental y la Biblioteca del Banco de la República, al igual también proporciona todo tipo de turismo como el religioso las iglesias La Concepción y la

Inmaculada Concepción, que son las más representativas así como el corregimiento de Valencia de Jesús, reconocida por su histórica iglesia colonial española, la cual es Monumento Nacional de Colombia.

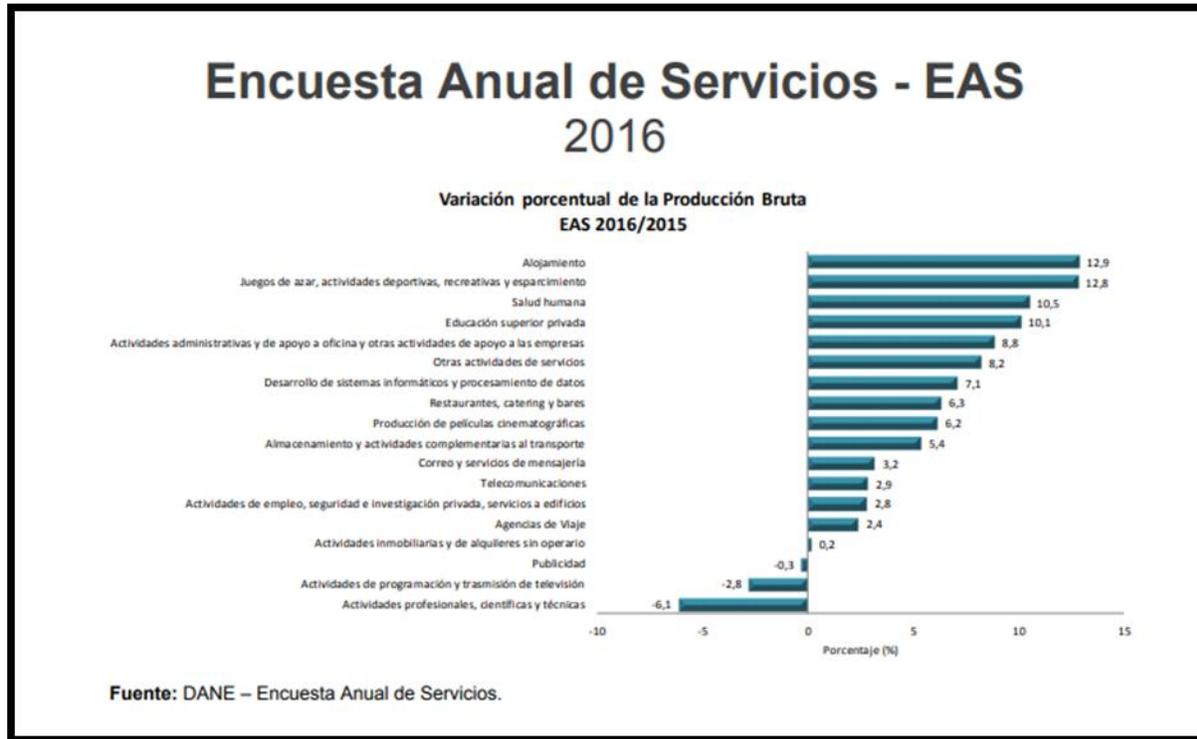
Entre los sitios más recomendados del sur del Departamento del Cesar se encuentran:

Chimichagua: es un lugar ideal para hacer turismo ecológico. Los mayores atractivos se encuentran en las riberas de la Ciénaga de Zapatosa, el espejo de agua más grande del país, y las numerosas islas que tiene.

Río de Oro: aquí se encuentran los cerros de la Cruz y de La Virgen, que se convierten en referentes culturales y religiosos para el departamento. Posee amplios miradores turísticos que dan una óptica sobre toda la ciudad.

Con esta síntesis del sector encontramos que existe una posibilidad de aportar servicios como los oficios varios y domésticos (oficios varios en hoteles, restaurantes) que permitan desarrollar una economía con oportunidad y calidad que beneficie también la ocupación de la población con formación empírica que habita el sur del Departamento del Cesar para este caso el municipio de Aguachica.

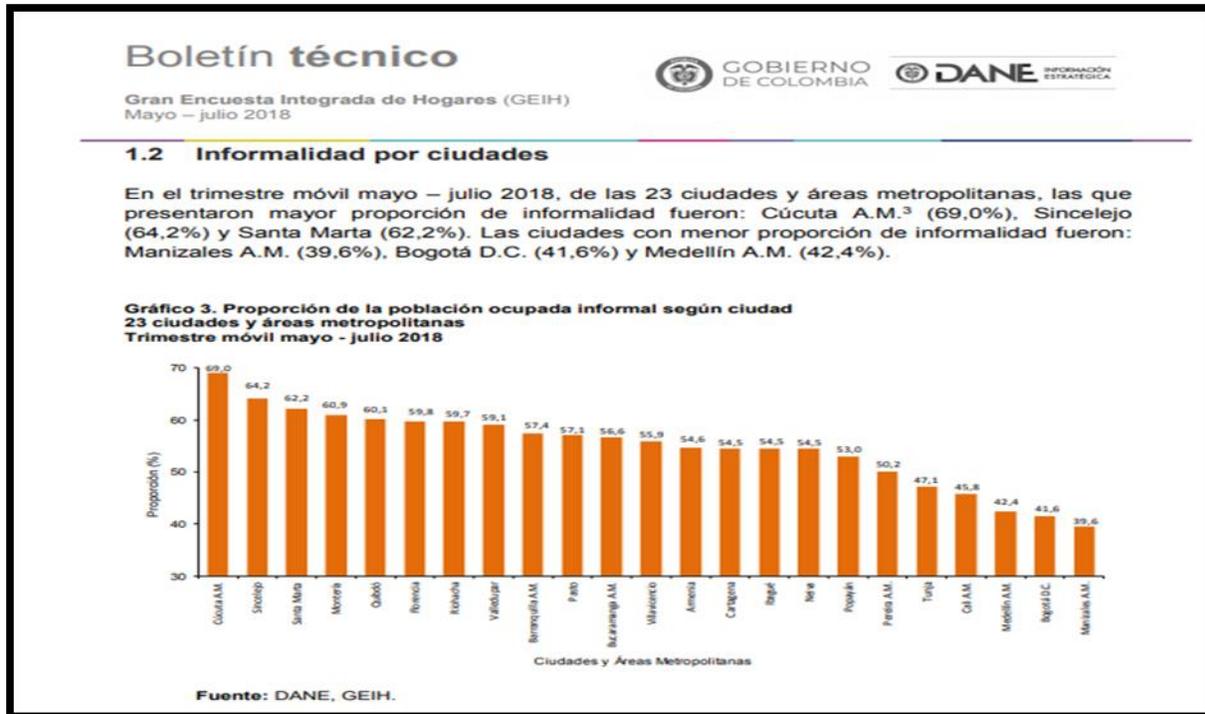
Con base al análisis del sector y según la Encuesta Anual de Servicios EAS, emitida por el DANE, muestra una variación porcentual 2015 -2016 en otras actividades de servicios del 8.2%, Restaurante, catering y bares del 6.3% y otras actividades de empleo del 2.8%,



Gráfica No. 1- Encuesta Anual de Servicios

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

La encuesta de informalidad según el boletín técnico del DANE, por ciudades muestra que la informalidad en la capital del Departamento del Cesar es del 59.1 % según comparativo anexo.



Gráfica No. 2 – Informalidad por Ciudades

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

En el departamento del Cesar, el municipio de Aguachica, se caracteriza por la afluencia de turistas quienes consideran esta zona atractiva para vacacionar y disfrutar de los diferentes sitios, atractivos turísticos y culturales

Por su ubicación geográfica el municipio de Aguachica es un atractivo turístico para realizar diferentes actividades acuáticas y ecoturismo. También se encuentra ubicado el bosque del Agüil, que es una zona verde de gran biodiversidad, que se encuentra en la parte norte de la periferia de la zona urbana, que posee más de 70 especies de árboles nativos.

Con esta síntesis del sector encontramos que existe una posibilidad de aportar servicios como los oficios varios y domésticos (oficios varios en hoteles, restaurantes, discotecas, entidades bancarias y hospitalarias) que permitan desarrollar una economía con oportunidad y

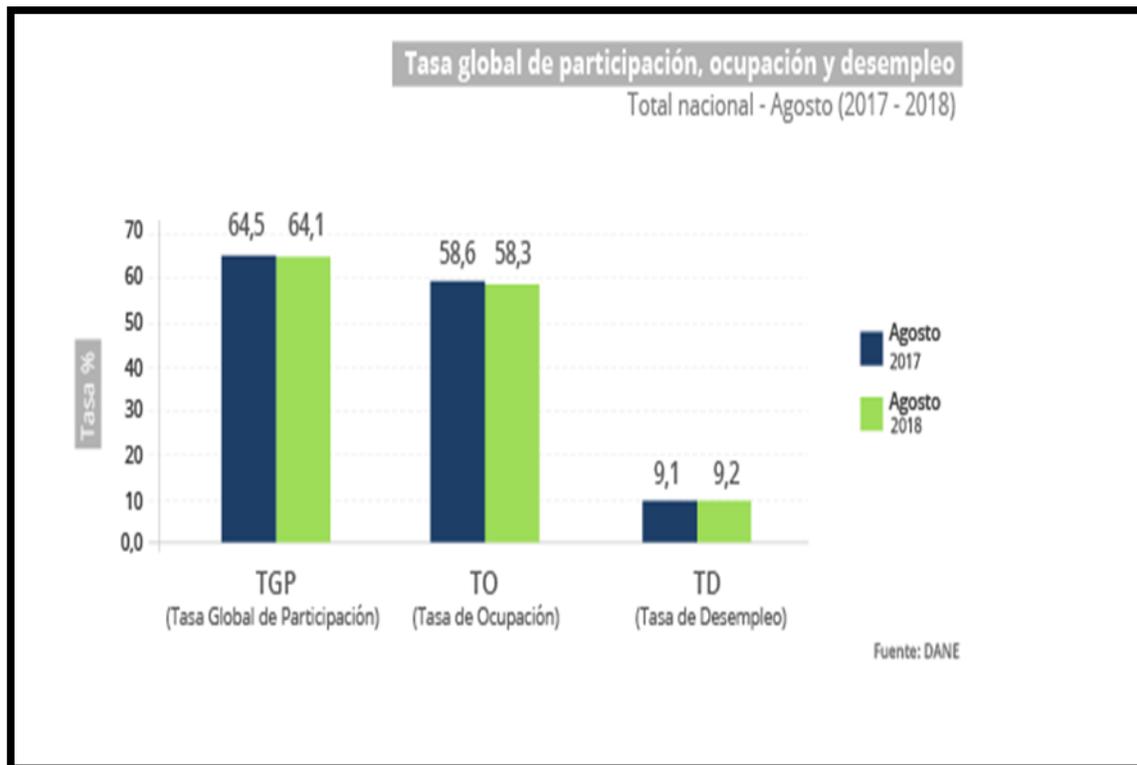
calidad que beneficie también la ocupación de la población con formación empírica que habita el sur del Departamento del Cesar para este caso el municipio de Aguachica.

La prestación de servicios en el entorno (doméstico o comercial), es una tendencia para que las empresas dedicadas al turismo y comercio, contraten este tipo de servicios principalmente para limpieza y servicios generales, lo cual proporciona una excelente calidad, disminución de costos y permiten que la empresa contratante se concentre en el “Core” del negocio. Lo mismo sucede con las entidades hospitalarias y clínicas, siendo éste sector, uno de los más ventajosos para poder ofrecer los servicios de ALA.

Sin embargo, no todas las empresas prestadoras de servicios, facilitan completamente el desarrollo de un negocio, las pequeñas y medianas empresas requieren un portafolio de servicios diferente que responda a sus necesidades similares a los servicios diarios prestados en los hogares. Por otro lado, la industria no es la única demandante que existe para este tipo de servicio, los servicios de limpieza doméstica y comercial presentan alta demanda, ya que, en mayor parte, los hogares colombianos cuentan con la mayoría de sus miembros vinculados al mundo laboral, y no poseen tiempo para realizar las labores de limpieza de su casa. Este servicio se presta generalmente de manera informal en Colombia, y se encuentra desatendido por las empresas prestadoras de servicios que contratan con grandes industrias, para los cuales esta población laboral no resulta atractiva, ya que las condiciones de vinculación son diferentes. Es por este motivo que se realiza un plan de negocios para la creación de esta empresa que tiene como finalidad dedicarse a suplir las necesidades de servicios de los hogares y empresas comerciales y del sector salud que contraten y utilizan estos servicios.

Entorno Socio- Cultural

La falta de oportunidades laborales y el bajo desarrollo profesional, han demostrado que Las tareas de servicio doméstico es una de las ocupaciones con más altos índice de crecimiento, por otra parte un 70 % de las mujeres encargadas de las actividades del hogar emplean su en jornada laboral diferente al hogar, razón por la cual se demanda el uso de un servicio doméstico que les ahorre tiempo y organice su estilo de vida.



Gráfica No. 3- Boletín trimestral de DANE agosto 2018

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

Entorno Legal

Las funciones domésticas son cobijadas bajo e código sustantivo de trabajo, teniendo en cuenta la legislación vigente. Para analizar el sistema de contratación el Ministerio de Protección Social lanzó la “Cartilla del servicio doméstico” 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. Sin embargo, ALA, al contratar empleadas mediante una empresa, No estarán amparadas como trabajadores domésticos, así estas se desempeñen en labores domésticas, estarán empleadas por prestación de servicios de aseo, entrando en vigencia el código sustantivo de trabajo.

Entorno ambiental:

ALA, es una empresa legal mente constituida y responsable con el medio ambiente, el cual capacitara al personal del uso adecuado del suelo, clasificación de sus residuos y auto cuidado personal, cumpliendo las normas de higiene y seguridad industrial vigentes en Colombia

Portafolio de Servicios del Proyecto

Nombre de la Empresa: Aseo y Limpieza de Aguachica “ALA”



Imagen No. 1- Imagen Corporativa

Fuente: Diseño Grupal

Tipo de empresa:

ALA es una empresa de servicios, que pertenece al sector de aseo y limpieza, que busca brindar servicios personalizados e integrales al hogar, comercio, sector industrial, y hospitalario

Tamaño de la Empresa

ALA es una empresa que se conformará como una empresa clasificada como pequeña empresa con un número de 10 empleados y un cálculo de ventas aproximado de \$220.000.000 millones de pesos al año.

Valores



Imagen No. 2- Valores Corporativos

Fuente: Diseño Grupal

Objetivos Empresariales

Objetivos a corto plazo (1 año)

Tener una participación en el mercado doméstico del 1 % en el municipio de Aguachica, siendo reconocidos por calidad de servicio y oportuna respuesta a las necesidades del cliente.

Lograr la participación del 2 % en el mercado empresarial en Aguachica caracterizándonos por promover el crecimiento de nuestro cliente mediante la oportunidad en la prestación de nuestros servicios.

Estar presente con los servicios de ALA en el Hospital de tercer Nivel de Aguachica.

Posicionar la imagen de **ALA** dentro de los principios de oportunidad, calidad, confianza, seguridad y puntualidad

Desarrollar estrategias de mejora continua que permitan posicionamiento en el mercado.

Objetivos a mediano plazo (2 años)

Expandir nuestros servicios a municipios cercanos a Aguachica como los municipios de Gamarra, San Alberto, Rio de Oro y San Martín.

Conservar la participación en el mercado, a través de la fidelización de nuestros clientes mediante estrategias de promoción innovadoras.

Consolidar la imagen de ALA como la empresa que brinda servicios de limpieza y aseo integrales y oportunos al hogar, industria, comercio y sector Salud

Aumentar nuestra participación en el mercado doméstico en un 2 %

Aumentar nuestra participación en el mercado empresarial en un 4 %

Lograr alianzas estratégicas con una compañía productora de productos e insumos de limpieza que complemente los servicios de limpieza en los segmentos del mercado (hogar, industria, comercio, salud).

Objetivos a largo plazo (3 años en adelante)

Ser reconocidos en la mente de nuestros clientes reales y potenciales como la mejor empresa regional, en la prestación de servicios como aseo y limpieza.

Ser la compañía líder de servicios integrales en el sector doméstico, industrial, comercial, salud en Aguachica y los municipios aledaños.

Expandir el margen de rentabilidad de la compañía al introducir productos de limpieza ecológicos amigables con el medio ambiente que complementen los servicios suministrados.

Poder ofrecer los servicios de recolección y disposición final de desechos industriales y hospitalarios en toda la región, contribuyendo de ésta forma a la no contaminación por medio de la construcción de hornos incineradores especializados.

Contar con un equipo multinivel especializado en la potabilización de aguas, servicio que se contratará con las empresas prestadoras de servicios públicos

Ser reconocidos como la empresa de mayor crecimiento en el sector de aseo y limpieza de Aguachica.

Aumentar nuestra participación en el mercado doméstico en un 4%

Aumentar nuestra participación en el mercado empresarial en Aguachica en un 6%.

En el hospitalario debemos estar al 80% de cobertura con nuestro portafolio de servicios.

Aperturar los servicios de personal en municipios Gamarra, San Alberto, Rio de Oro y San Martín.

Ventajas Competitivas

ALA es una empresa que brindará servicios integrales a los segmentos específicos: domésticos, industriales, hospitalarios y comerciales.

En el sector doméstico romperemos el paradigma respecto a la contratación informal de empleadas independientes y brindaremos paquetes que se acomoden a las necesidades de los usuarios.

Nuestro servicio doméstico será diseñado para que la limpieza pueda ser realizada de acuerdo al tipo y tamaño del hogar, de manera eficiente, contaremos con manuales donde estandarizaremos ciertos oficios en el hogar de modo que siempre busquemos optimizar el servicio, además la limpieza y organización será basada como los principios de la empresa.

Adicionalmente, ofreceremos servicios complementarios como gastronomía típica, atención de pequeños eventos organizados en casa, con el servicio “Chef a domicilio”. En donde una persona con conocimientos de comida Típica, llegará a su casa preparará una comida especial o un BBQ y atenderá a sus invitados.

Para los segmentos a atender, contaremos con personal de apoyo temporal, para atender los casos de calamidad, enfermedad o fortuitos en el caso que los colaboradores no puedan cumplir con algún compromiso de los clientes.

Promoveremos el ahorro de los recursos naturales, utilización de productos que coadyuven al cuidado del medio ambiente en pro de mejorar la economía, cuidados del planeta y mejorar la calidad de vida de los clientes.

Perfil de los emprendedores

Teniendo en cuenta que algunos conceptos frente a los servicios domésticos que son realmente desatendidos, pero con un buen potencial de utilización es necesario generar iniciativas empresariales que presten servicios de limpieza de calidad además de mejorar las condiciones laborales de las mujeres y hombres que encuentran en este sector una oportunidad laboral. Empoderando una sociedad en general y mejorando las condiciones y calidad de vida frente a la generación de ingresos con trabajo decente y digno

El Ministerio de Protección Social señala que “Por definición un trabajador del servicio doméstico es aquella persona natural que, a cambio de una remuneración presta su servicio personal en forma directa, a una o varias personas naturales, para ejecutar tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños y demás labores propias enfocadas al rol domestico que demanda un hogar.

Es una tarea que cumple de manera habitual, bajo subordinación o dependencia, residiendo o no en el lugar de trabajo”. Esta persona que ofrece el servicio doméstico debe recibir un salario que no puede ser inferior al salario mínimo legal vigente, bien sea en dinero o parte en especie, y prestaciones sociales. Pero generalmente éste trabajo se desarrolla de manera informal y bajo condiciones pactadas verbalmente (Castro, 2007).

Por otro lado, los servicios de outsourcing en la industria y comercio representan ahorro de costos y evita problemas de alta rotación de personal. La empresa se evita los trámites de contratación, cargas impositivas y gastos administrativos; mientras que recibe un servicio de calidad, especializado, con optimización de los resultados y estandarización de procesos. Las empresas de outsourcing son aliados estratégicos ya que brindan la mejor solución para cada industria, por ser conocedores del tema, tienen personal especializado que optimizan los recursos humanos y de limpieza

El Trabajo decente surge en el marco de la 87ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo realizada en Ginebra (1999) liderada por la Organización Internacional del Trabajo (OIT), como respuesta a la necesidad de reformular objetivos en torno al trabajo dadas las transformaciones económicas y sociales generadas por la nueva economía mundial. Este concepto resume las aspiraciones laborales de las personas y es un punto de convergencia de cuatro objetivos estratégicos (crear empleo e ingresos, garantizar los derechos de los trabajadores, extender la protección social y promover el dialogo social) se ha convertido en un referente a alcanzar por diferentes gobiernos a nivel mundial (Ghai, 2003).

El Ministerio del Trabajo como ente rector del sector trabajo a nivel nacional orienta la política pública en materia laboral que contribuya a mejorar la calidad de vida de los colombianos garantizando el derecho al trabajo decente a través de estrategias para la generación de empleo y la promoción de la protección social, el respeto a los derechos fundamentales del trabajo y el dialogo social.

El artículo 74 Política nacional de Trabajo Decente del Plan Nacional de Desarrollo 2014 – 2018 todos por un nuevo país define la construcción e implementación de una política nacional de trabajo decente, pero, además, que los entes territoriales formularan políticas de trabajo

decente en sus planes de desarrollo (2016 -2019). En este sentido y para brindar acompañamiento, el Ministerio del Trabajo implementó la estrategia “Recomendaciones para la promoción del empleo en el marco del trabajo decente para entes territoriales 2016 - 2019”. Esta estrategia se desarrolló a través de un proceso de construcción colectiva con actores clave del territorio en el marco de espacios de discusión como la Subcomisión Departamental de Concertación de Política Salarial y Laboral (SDCPSL) y permitió la formulación de recomendaciones para la generación de empleo en el marco del trabajo decente según características y necesidades de cada uno de los departamentos del país, que serán referente para los gobiernos territoriales del periodo 2016 – 2019. Dado lo anterior, de acuerdo a las recomendaciones para la promoción del empleo en el marco del trabajo decente para el departamento de Cesar.

Realizó una descripción del concepto de trabajo decente, su relación con los objetivos de desarrollo sostenible, crear empleo e ingresos, ya que sin un empleo productivo resulta vano pretender alcanzar un nivel independiente, es fundamental para incrementar productividad, evitar conflictos en el trabajo y crear una sociedad cohesionada. (Anexo ficha pacto por el empleo como un servicio público)

CAPITULO 4	
PACTO POR EL EMPLEO COMO UN SERVICIO PÚBLICO	
<u>POLÍTICA LABORAL EN ESTRATEGIAS DE DESARROLLO SECTORIAL</u>	
Incluir elementos de política laboral en las estrategias de desarrollo de sectores productivos que permita el fortalecimiento de los mercados laborales, la generación de puestos de trabajo y de empleos con las características del trabajo decente.	
Objetivo nacional Promover la disminución sostenida del desempleo a nivel nacional.	Metas Nacionales (PND) 8,0% en Tasa de desempleo a 2018.
PROBLEMÁTICA CENTRAL: Pocos encadenamientos productivos locales en sectores agropecuario (Alta y media Guajira), acuicultura (principales áreas de pastos y/o zonas marinos Riohacha, Cabo de la Vela y Bahías de Portete y Tucacas), turismo, comercio, servicios y minería	
CAUSAS	
<ul style="list-style-type: none"> * Economía departamental basada en explotación recursos naturales (Carbón, hidrocarburos), desaprovechando otros sectores con potencial como ecoturismo, agroturismo y artesanías. * Limitadas políticas de fomento productivo y empresariales orientadas a potenciar capacidades endógenas del departamento. * Baja asociatividad de pequeños productores que faciliten su integración con la base empresarial del departamento. 	<ul style="list-style-type: none"> * Marcada historia de cultura de informalidad e ilegalidad como una ruta exitosa de conseguir de forma fácil buenos y altos ingresos. * Poca diversificación productiva en la Departamento de La Guajira que promueva la generación de empleo local. * Bajo impacto de proyectos de desarrollo que contribuyen en mayor proporción a crecimiento Producto Interno Bruto (Minería-Hidrocarburos) que en generación de empleo * Debilidad de agrupamientos gremiales.
EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> * Territorio con débil estructura económica y altamente dependiente a economías extractivas (minería-hidrocarburos) generando crecimiento de PIB pero bajo efecto en generación y especialización del empleo. * Altos niveles de informalidad empresarial y laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> * Débil conformación de cadenas productivas vocacionales de la región. * Baja condiciones de vida de la población en el Departamento. * Desaprovechamiento de ventajas comparativas del departamento (reserva natural, paisajes, biodiversidad, ubicación, cultura)
PROBLEMÁTICA CENTRAL: Bajo desarrollo del clúster de turismo, ecoturismo, etnoturismo que articule y dinamice el comercio, industria y servicios entorno a esta oferta	
CAUSAS	
<ul style="list-style-type: none"> * Debilidad en política públicas del sector turismo que genere incentivos para inversión y modelo de desarrollo turístico. * Poca asociación de actores involucrados en sector turismo. * Deficiente sistema de información turística y hotelera en el sector público y privado 	<ul style="list-style-type: none"> * Poca explotación de ecoturismos, agroturismo y las artesanías propias de los pueblos étnicos asentados en la Región. * Informalidad en las actividades hoteleras, elaboración y venta de alimentos (restaurantes) y comercio en el departamento. * Cultura de desconfianza en procesos asociativos y desarrollo local.
EFFECTOS	
<ul style="list-style-type: none"> * Restringido acceso de oportunidades de empleabilidad y trabajo decente. * Limitado aprovechamiento de forma innovadoras de hacer turismo en la Región. * Débil capacidad de respuesta a la demanda de estos sectores. 	<ul style="list-style-type: none"> * Desaprovechamiento de talento humano capacitado y formado para el trabajo. * Informalidad Empresarial y laboral. * Bajos e inestables ingresos en los hogares.

Imagen No. 3- Pacto por el Empleo

Fuente <http://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/33111935/La+Guajira.pdf/c6c9701a-fbbc-bf3b-9282-9fc718ab1768?download=true>

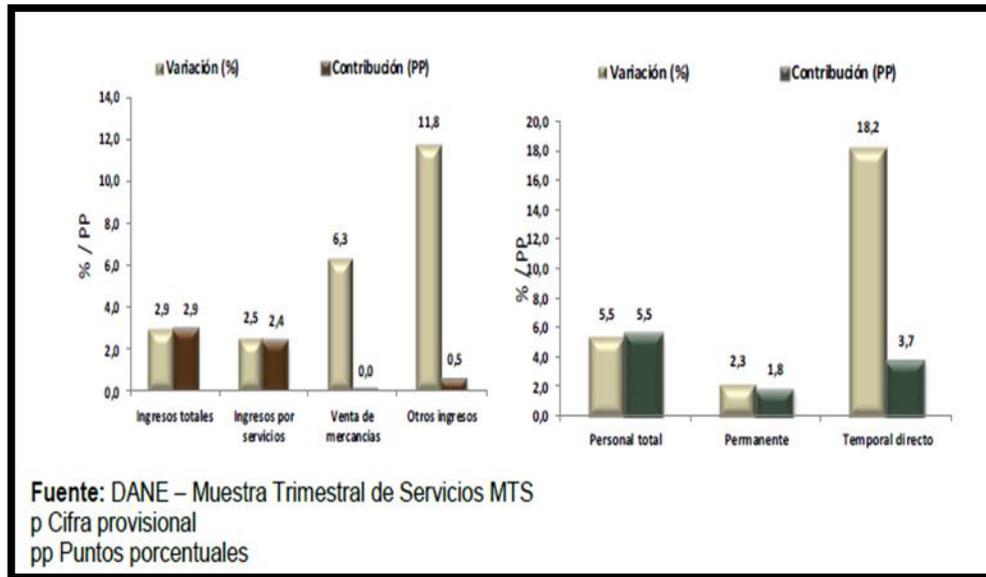
Análisis de Mercado

En los últimos 10 años en Colombia se ha desarrollado de manera vertiginosa la comercialización de los productos intangibles, tal es el caso de empresas prestadoras de servicios en todos los ámbitos. Esto ha permitido a muchos empresarios visionar este sector como una oportunidad de negocio y también contribuir a la sociedad, generando puestos de trabajos que garanticen una mejor calidad de vida para las familias.

El medio ambiente es un tema de primer orden a nivel mundial, la prestación de servicios de aseo es un sector de la industria que puede afectar directamente el medio ambiente y la salud pública. En los últimos 50 años este sector ha evolucionado en el mundo en términos de cómo se presta el servicio y ésta evolución siempre ha estado alineada con la conservación del medio ambiente

Por tal motivo un modelo de negocio en el mercado que ha demostrado ser muy competitivo, es la prestación de servicios generales de limpieza y aseo a nivel de hogares, comercial, industrial y hospitalario.

Gráfica: Variación anual de los ingresos nominales por tipo y del personal ocupado por categoría ocupacional.



Gráfica No. 4 -Boletín técnico Muestra Trimestral de Servicios – MTS (IV trimestre de 2017).

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

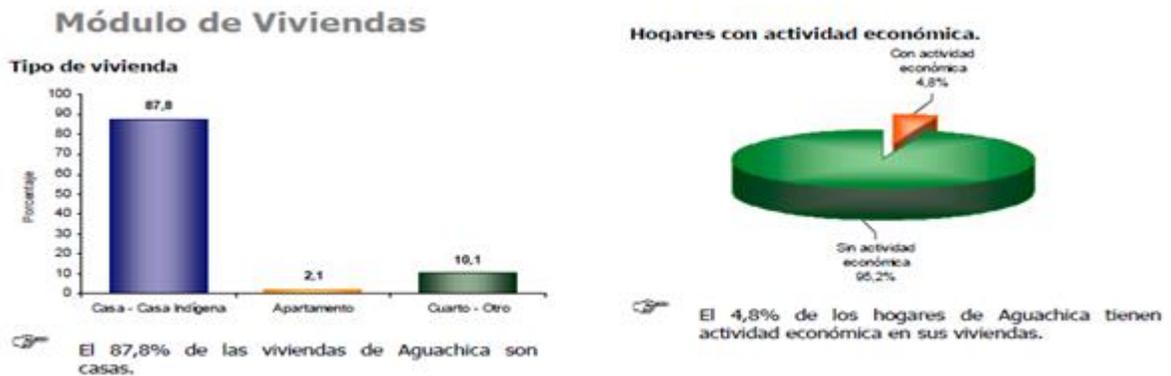
En Aguachica vemos una gran oportunidad poner en marcha éste modelo de negocio. El desarrollo económico que se ha venido generando gracias al intercambio comercial que hay en ésta zona del país, ha logrado que el sector hotelero, comercial, bancario, industrial, hospitalario, etc., sean nuestros clientes potenciales para poner en marcha nuestra propuesta empresarial y poder dar a conocer nuestro portafolio de servicios, y además ser la única empresa netamente de la región y que entrará a competir con los escasos servicios que prestan algunas empresas que tienen como sede principal en ciudades como Bogotá y Bucaramanga.

Definición Del Segmento:

En nuestra propuesta empresarial vamos a focalizar como objetivos 4 segmentos de mercado.

Hogares residenciales

Todos aquellos hogares que demanden nuestros servicios donde debido a sus ocupaciones no le es posible contratar una persona permanente, pero si necesitan una empresa seria y responsable en la cual puedan confiar y ésta les garantice un buen servicio.



Gráfica No. 5- Análisis del sector.

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

Comercio

Todos aquellos clientes como establecimientos comerciales ubicados en el territorio de Aguachica y que por su modelo de negocio o su “Core” le es primordial concentrarse en sus objetivos organizacionales.

Industrial

En esta zona se encuentran empresas como Alquilería, Frigorífico Nutresa, Empresas de servicios públicos energéticos, de gases, etc. que requieren de nuestros servicios y que actualmente lo suplen con personal directo

Instituciones prestadoras de servicios de salud

Por encontrarse geográficamente en un eje de gran afluencia, esta población cuenta con clínicas, hospitales, laboratorios médicos, odontológicos, Ips, lo cual hace que nuestra propuesta empresarial tenga campo de acción.

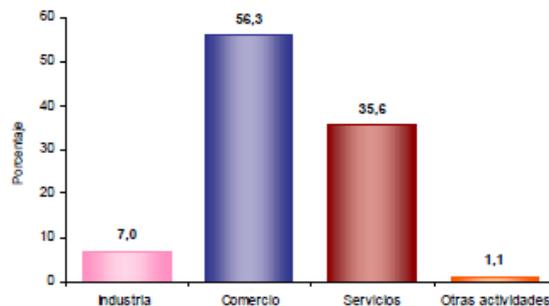
Sector Financiero.

En la actualidad el sector financiero viene trabajando la contratación de empleados de servicios a través de cooperativas que presten sus servicios por determinadas horas y dichas cooperativas no son pertenecientes de la región.

Las empresas en la población de Aguachica se han visto obligadas como ya se ha mencionado a contratar mano de obra de otras regiones o personal directo para sus oficinas generales, debido a que no hay personal calificado ni empresas prestadoras de los servicios que **ATA** si contará, y es por ello que nuestra propuesta empresarial tendrá viabilidad por la calidad del servicio a prestar.

Módulo de Económicas

Establecimientos según actividad

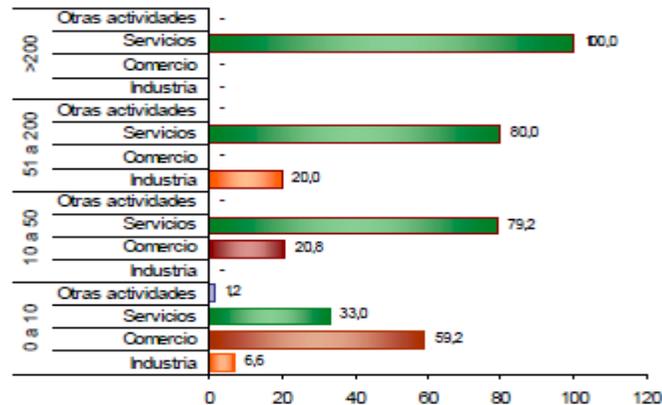


El 7,0% de los establecimientos se dedican a la industria; el 56,3% a comercio; el 35,6% a servicios y el 1,1% a otra actividad.

Gráfica No. 6- Establecimiento Según Actividad

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

Establecimientos según escala de personal por actividad económica



En los establecimientos con mayor número (0 a 10 empleos) el Comercio (59,2%) es la actividad más frecuente y en el grupo de 10 a 50 personas la actividad principal es Servicios (79,2 %).

Gráfica No. 7- Establecimientos Según Escala de Personal por Actividad Económica

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

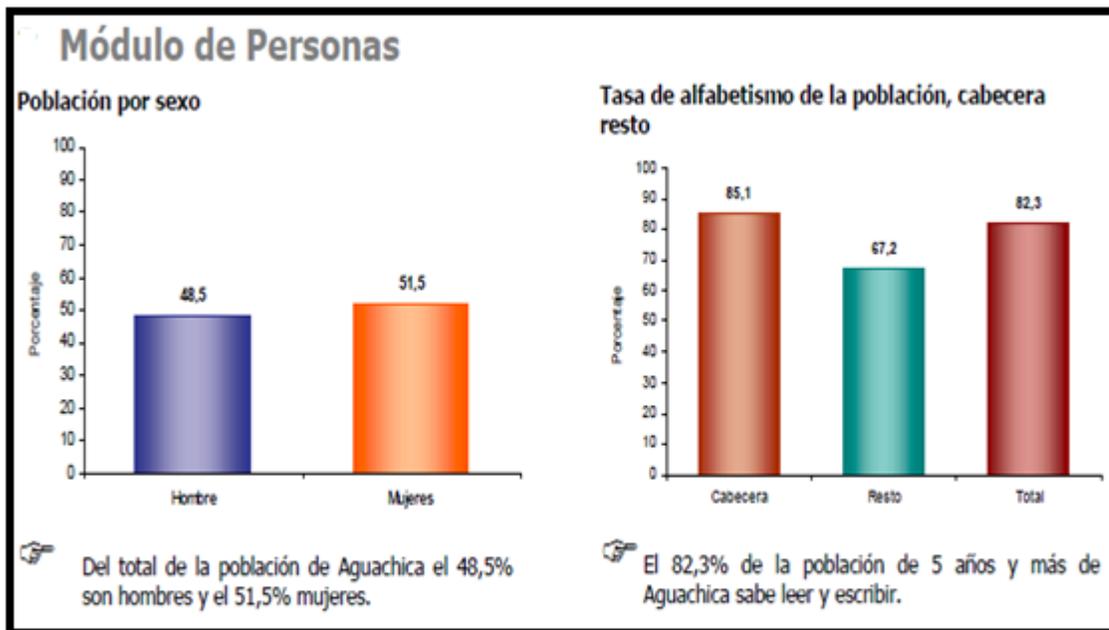
Características del Segmento

La segmentación de mercado es un proceso que “consiste en dividir el mercado en grupos individuales con necesidades, características y comportamientos comunes que podrían requerir productos o combinaciones de marketing específicos

Segmentación Geográfica

Aguachica es la segunda población más poblada del departamento de Cesar. Según estadísticas del DANE (censo de 2005) la población conciliada de Aguachica asciende a 74.405 habitantes, representando el 12,32% del total de Cesar y el 0,19% del total de la población colombiana de los cuales 51,25% son mujeres, el 48,75% hombres, el 86,42% habita en zona urbana, el 13,58 en zona rural con una densidad de 98 habitantes por kilómetro cuadrado.

No obstante, se estima que las cifras han aumentado notablemente en los últimos años debido a una marcada tendencia de crecimiento poblacional en el municipio superior al promedio nacional. Se estima que la ciudad sobrepasa hoy, los 100.000 habitantes incluyendo la población flotante.



Gráfica No. 8 - Segmentación Demográfica

Fuente: *Fuente: <http://www.dane.gov.co>*

Segmentación Demográfica

Teniendo en cuenta que el mercado se agrupó a las empresas teniendo en cuenta su actividad principal. Dichos grupos son:

a) Empresas: - Comercios - Restaurantes - Gimnasios - Oficinas y despachos - Establecimientos agroindustriales - Bancos – Discotecas.

b) Instituciones públicas y privadas - Hospital - y centros de salud - Establecimientos educativos - Obras Sociales

Edad: Entre 25 a 50 años

Estrato: 2,3 y 4

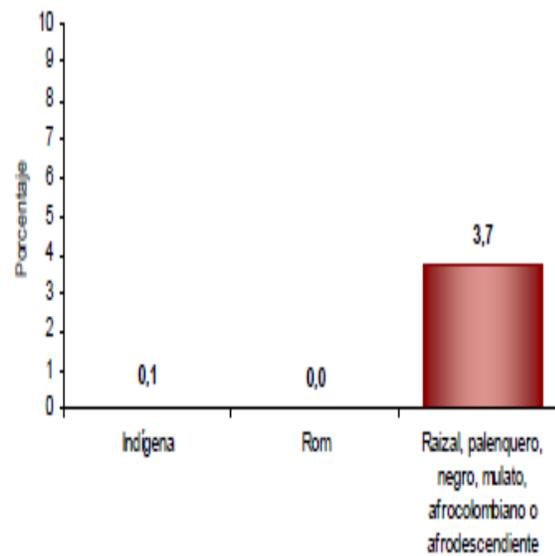
Sexo: masculino y femenino

Tipo de Actividad: independientes

Nacionalidad: colombiano

Ingresos: a partir de 2 smmlv

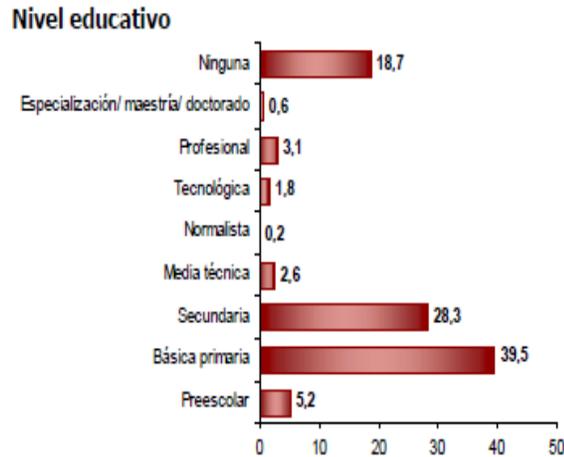
Pertenencia étnica



El 3,7% de la población residente en Aguachica se autorreconoce como Raizal, palenquero, negro, mulato, afrocolombiano o afrodescendiente.

Gráfica No. 9 – Pertenencia Étnica

Fuente: <http://www.dane.gov.co>



El 39,5% de la población residente en Aguachica, ha alcanzado el nivel básica primaria y el 28,3% secundaria; el 3,1% ha alcanzado el nivel profesional y el 0,6% ha realizado estudios de especialización, maestría o doctorado. La población residente sin ningún nivel educativo es el 18,7%.

Gráfica No. 10 – Nivel Educativo

Fuente: <http://www.dane.gov.co>

Segmentación Sociológica:

La propuesta en marcha estará direccionada a los sectores 2, 3 y 4, presentes en la región del Cesar, dicha población goza de buenos empleos o actividades que les permite disfrutar de un estilo de vida acorde a sus ingresos, es por ello que se ofertaran los servicios a personas mayores de 25 años que tengas ingresos a partir de 2 smmlv.

Análisis de la competencia.

En el municipio de Aguachica y sus alrededores, no existe una empresa privada que se dedique al uso exclusivo en la prestación de servicios de aseo y limpieza, existiendo empresa que complementan algunas actividades del

	Nombre Empresa	Nombre Producto	Ubicación	Precio	Principal Ventaja
Competidor 1: empleadas domesticas	N/A	Servicio domestico	Aguachica	\$400.000	Facilidad de adquirir un empleo, evasión de valoración de medico laboral, salario y seguridad
Competidor 2:	Aseo urbano	Barrido y recolección	Aguachica	\$ 781.242	Servicio amarrado al recibo de fluido eléctrico obligatorio
Competidor 3:	Multiempleo	Oficios varios	Bucaramanga	\$ 781.242	Empresa reglamentaria con múltiples servicios

Tabla No. 1 Informe de la Competencia Eje de Acción

Fuente: Información por Usuarios del Servicio

Estrategias de Distribución

La distribución física de la empresa se fundamenta en la estrategia de distribución selectiva desde el momento que el cliente requiera el servicio hasta la distribución del personal acorde para dicha actividad, organizando las tareas por medio de prioridades, estrato social y localización, facilitando el ahorro del tiempo y satisfacción oportuna.

Monitoreo de las solicitudes efectivas de los clientes, mediante la facilidad y oportunidad a las necesidades requeridas según nuestro portafolio de servicios.

Garantizar que en el momento de la contratación con la empresa el cliente/usuario obtenga la atención adecuada por personal idóneo aprovechando los medios tecnológicos actuales.

Especifique alternativas de penetración, alternativas de comercialización, distribución física nacional o internacional, estrategias de ventas, presupuesto de distribución, tácticas relacionadas con distribución, canal de distribución a utilizar. Estrategias de comercialización.

Estrategias de Precio

Para la empresa ALA, los precios serán enfocados bajo la estrategia de precios para cartera de producto, que consiste en fijar el precio de un producto dependiendo la actividad a realizar, materia prima a utilizar, o al sector al cual pertenece, ya sea temporal o fijo.

Tabla comparativa prestación de servicios de aseo y limpieza

En esta tabla se deja incluido la seguridad social, prestaciones e impuestos, el precio de la hora varía de acuerdo a la rotación de la utilización del servicio, se fomenta garantizar un salario digno al colaborador dado que la actividad que realiza se enfoca a un riesgo ocupacional en lesiones ergonómicas, psicosociales.

El costo también incluye capacitación y bono de motivación laboral para el equipo de trabajo que permita que el servicio ofrecido se realice con disposición y calidad humana.

Unidad de Medida	Precio hora	Precio día	Precio mensual
Tiempo completo 8 horas	\$ 6.500	\$ 52.000	\$208.000
Mediodía 4 horas	\$ 6.800	\$ 27.200	\$108.800
Paquete mensual 1 vez por semana todo el día	\$ 6500	\$52.000	\$208.000
Pago mensual 2 veces semana todo el día	\$ 6300	\$50.400	\$403.200
Pago mensual 6 días a la semana todo el día	\$ 6.100	\$ 48.800	\$1.171.200

Tabla No. 2 - Tabla comparativa prestación de servicios de aseo y limpieza

Fuente: Diseño Grupal

Estrategias de Promoción.

Se diseñará y ejecutará un plan de promociones mediante volantes, cuñas radiales y visitas empresariales que al contactar a la empresa ALA, se le proporcione al futuro cliente un trato especial al inicio del servicio

Descuentos especiales en tarifas por introducción en el mercado

Descuento por recomendación: Cuando un hogar o una empresa recomiendan el servicio a otra persona o empresa, recibirán un descuento especial en la tarifa por un periodo de tiempo definido.

Para el sector empresarial descuentos en la medida que contrate con nuestra empresa un número mayor de sucursales o un número mayor de servicios.

Estrategias de Comunicación

Diseñar y ejecutar un plan de medios diferenciado por segmentos con el fin de lograr el mejor impacto en las diferentes audiencias de **ALA**.

Utilizar los medios de comunicación Página Web, prensa, mailing, y actividades focalizadas.

Toda comunicación con los clientes y las piezas que aparezcan en los medios referentes a nuestra empresa, deberán ejecutarse acorde con políticas y un manual de comunicaciones que garantice el adecuado manejo de la imagen institucional interna y externa, así como la uniformidad, y claridad para el cliente.

Monitorear efectivamente a través de indicadores de proceso y de satisfacción del cliente que los usuarios estén accediendo al servicio de una manera adecuada en las diferentes etapas del proceso de venta y postventa.

Estrategias de Servicios

El servicio será un pilar de nuestra empresa, garantizará al cliente la accesibilidad y oportunidad a nuestros servicios en las diferentes etapas de la relación comercial (preventa, venta y postventa).

Se brindará acompañamiento constante por parte del área comercial de ALA, con un enfoque de asesoría, servicio y calidad.

Se monitoreará a nivel de proceso y satisfacción del cliente/usuario 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 la satisfacción de los clientes.

Proyección de Ventas y Política de Cartera

El plan de ventas se basa en las estrategias de servicios y comunicación, por consiguiente, el área comercial debe estar capacitado no solo para la generación de demanda sino también para captar las necesidades y motivaciones de los usuarios de forma sistemática y analizar esta información para realimentar la empresa. Por el momento la empresa no manejará políticas de crédito a sus clientes pero si se contempla se implementaría en un mediano plazo como estrategia comercial.

		AGUACHICA	
		VENTA PROYECTADA REGION AGUACHICA 2019	
	FECHA	LTS AV	TOTAL
1er Trimestre	31/01/2019	18.333.333	55.000.000
	28/02/2019	18.333.333	
	31/03/2019	18.333.333	
2do Trimestre	30/04/2019	18.333.333	55.000.000
	31/05/2018	18.333.333	
	30/06/2019	18.333.333	
3er Trimestre	31/07/2019	18.333.333	55.000.000
	31/08/2019	18.333.333	
	30/09/2019	18.333.333	
4to Trimestre	31/10/2019	18.333.333	55.000.000
	30/11/2019	18.333.333	
	31/12/2019	18.333.333	
TOTAL		219.999.996	220.000.000
		PPTO	220.000.000
		CUMPL %	100

Tabla No. 3: Proyección Presupuesto Primer Período

Fuente: Diseño Grupal

Personal Técnico

Concepto del servicio y proceso productivo

El proceso de selección de Personal operario de la Empresa ALA, se enfocará en personal con experiencia y sin experiencia en el sector, preferiblemente que sean mujeres y hombres cabezas de familia en condiciones de vulnerabilidad.

Teniendo en cuenta el nicho de la población objetivo para la vinculación laboral, se realizará pruebas rutinarias de ingreso (psicológicas y entrevistadas), visita domiciliaria a sus residencias.

Si la selección de personal cumple con los requerimientos pactados por las empresas, se realizará un contrato por duración de la obra que incluya las prestaciones de ley correspondientes y un bono de motivación laboral.

Posteriormente se llevará a cabo un proceso de inducción que tendrá como duración máxima de 4 días. En esta inducción se tratarán los siguientes temas:

- Misión y Visión de la Empresa
- Valores de la empresa
- Procesos de limpieza
- Procesos ecológicos ahorradores y amigables con el medio ambiente
- Seguridad en el trabajo
- Servicio al cliente
- Motivación y crecimiento personal

Estas capacitaciones serán actualizadas periódicamente (no mayor a un año) y el personal será capacitado nuevamente de esta forma se podrá garantizar la mejora continua en la empresa.

El proceso general de la empresa puede iniciar de dos maneras: el área comercial busca oportunidades de ventas o el cliente nos contacta directamente

Necesidades y requerimientos

La selección de personal es esencial por consiguiente se contratará a un psicólogo por prestación de servicios, el cual se encargará de buscar el perfil de empleados que más se ajusten a nuestras necesidades y pertenezcan a la población objetivo en condición de vulnerabilidad.

Las máquinas y equipos se adquirirán de acuerdo a las necesidades identificadas durante la prestación del servicio

Localización

ALA, se localizará inicialmente en el municipio de Aguachica en un lugar céntrico y con fluidez de público, en esta zona se coordinará todos los servicios prestados.

Costos

El personal como operarios de aseo, supervisoras, toderos, será contratado por duración de la obra, asegurando que no se tenga personal improductivo en ningún momento.

Se tendrán contratados como personal fijo al Gerente, coordinador de servicios y a un asesor comercial, a estos últimos se les aplicara un programa de incentivos por cada contrato adquirido y referido.

Detalle	Cargo	Costo
Personal Operativo 1	Operativo sector Domestico	\$850.000
Personal Operativo 1	Industrial	\$ 950.000
Personal Operativo 1	Comercial	\$ 850.000
Personal Operativo 1	Salud	\$ 950.000
Total Costos Operativos		\$ 3.600.000

Tabla No. 4 - Costo Personal Operativo

Fuente: Diseño Grupal

	Cargo	Costo
Personal Administrativo 1	Gerente	\$ 2.000.000
Personal Administrativo 2	Coordinador	\$ 1.600.000
Personal Administrativo 3	Asesor Comercial	\$ 1.300.000
Total Costos Administrativos		\$ 4.900.000

Tabla No. 5- Costo Personal Administrativo
Fuente: Diseño Grupal

Organización Análisis Dofa

El análisis permitirá a las empresas formular estrategias para beneficiar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas.

Para en analisis dofa de la empresa ALA, se utilizaran variables acorde de una Matriz Foda, según Fred (2003).

OPORTUNIDADES		AMENAZAS	FORTALEZAS
1. Expansión del mercado	6. Incremento del sector de construcción.	1. La agresividad de la competencia en la asignación de precios y tiempos de pago.	1. Servicio innovador, con estándares de calidad
2. Programas de desarrollo y capacitación.	7. Inconformidad de los usuarios por el servicio brindado por empleadas domesticas.	2. Crisis economía del país.	2. Recurso humano comprometido, bajo la técnica trabajo en equipo y experiencia en los cargos.
3. Convenios entre sectores o empresas (Ruedas de negocios).	8. Promociones y descuentos para Fidelización.	3. Ausentismo laboral.	3. Cumplimiento en los Requisitos legales y negociaciones con los clientes.
4. Crecimiento de la población.	9. Realizar un buen estudio de mercados.		4. Variedad de servicios (jardineros, aseadores, recolectore, restaurantes, discotecas)
5. Ubicación geografica.			4. Variedad de servicios (jardineros, aseadores, recolectore, restaurantes, discotecas)

Tabla No. 6 – Análisis DOFA

Fuente: Diseño Grupal

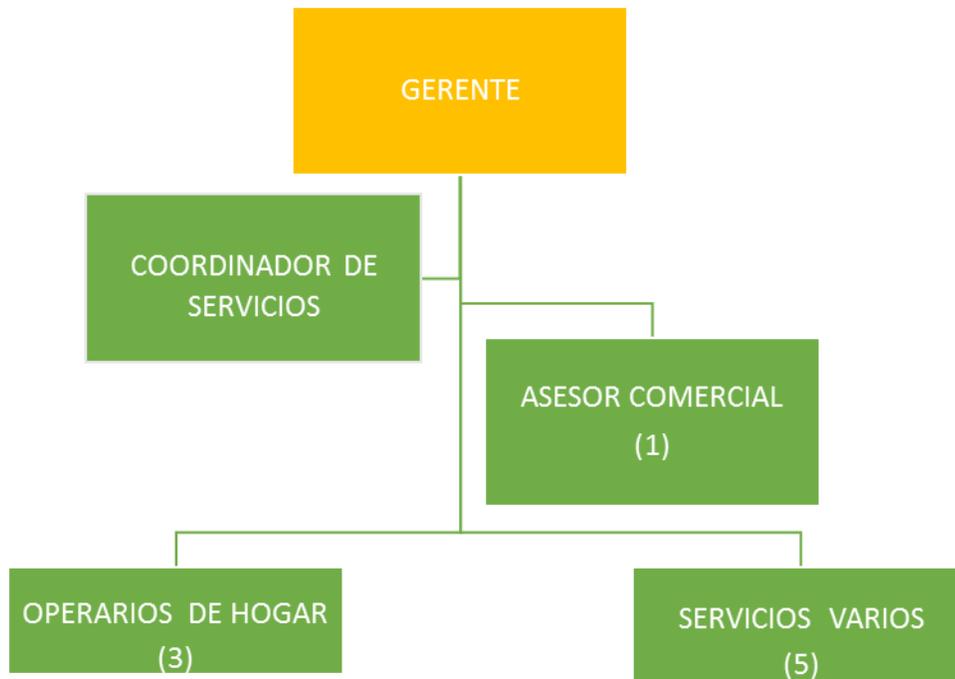
ESTRATEGIAS DEL FO	ESTRATEGIAS DEL FA	DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DEL DO	ESTRATEGIAS DEL DA
Implementar un departamento de mercadeo y ventas, que desarrolle estrategias con relación al comportamiento del Mercado (o1,o4,o5,o8,o9,f1,f4)	Implementar un sistema integral de gestion y control que abarque todos los niveles de la organización. (f1,f2,f3,a4,a3,)	1. Baja inversion	Realizar cronograma de capacitación a todos los integrantes de la empresa en los diferentes programas que ofrecen las instituciones como el Sena ,Cajas de compensacion,Camara de comercio y Ministerio de trabajo (d1,d2,d5,d6,o2,o7)	Implementar planeación estratégica a la empresa, para evitar errores en los procedimientos dentro del entorno en que se mueve la empresa. (d1,d2,d3,a1, a2,a3)
Implementar capacitaciones adecuadas y reglamentadas, que permitan al personal utilizar al máximo las herramientas, promoviendo el impulso de productos y fidelización de clientes. (o2,o7,f2,f1,f3).	Diseñar estrategias de Marketing para el posicionamiento de la marca. (f1,f2,f4,f5,a1,)	2. Poca experiencia del sector.	Realizar estructuración bajo manual de procedimientos.(d3,d4,o7)	Comprometer a todos los trabajadores que hacen parte de la organización para poder obtener mejores resultados. (d3, d4, a1, a2)
Buscar convenios comerciales mediante las estrategias de marketing (o3,o4,o6,f4,)	Desarrollar un programa de marketing social que oriente al cliente sobre las necesidades principales (,a1,a2).	3. Desacuerdo entre los socios.	Realizar estrategias de marketin para el impulso de la empresa y el crecimiento de lo servicios, (f1, f3, f4, f5, f6, f8, f9	Reducción de los costos de la empresa, aplicando la estrategia de encogimiento para invertir en planes de mercadeo.(d4,d5,a1,a2a3)
		4. Horarios de trabajo del personal.		
		5. Carencia de sede propia.		

Tabla No. 7 – Análisis FODA

Fuente: Diseño Grupal

Organismos de Apoyo.

Esta idea de negocio cuenta con las asesorías y ejecución de proyecto de la UNIVERSIDAD ABIERTA Y ADISTANCIA UNAD, se pretende involucrar entidades públicas asignadas por el gobierno, en la orientación y Creación de negocios a través del fondo emprender del SENA, y de las asesorías en la conformación de empresas por medio de la cámara de comercio de Aguachica

Estructura Organizacional**Imagen No. 4 – Estructura Organizacional ALA**

Fuente: Diseño Grupal

Funciones y cargos:**Gerente:**

Administrar y velar por el cumplimiento de todos los procesos de ALA y desarrollar actividades enmarcadas dentro de sus principales responsabilidades

Administrar adecuadamente los recursos humanos, financieros, físicos y académicos de ALA.

Brindar un buen servicio al cliente y capacitar a colaboradores, y/o demás recurso humano.

Delegar y controlar las actividades del personal a cargo.

Desarrollar estrategia de servicio y conservación de clientes.

Asegurar rentabilidad y crecimiento de la empresa.

Coordinador de servicio:

Determinar e identificar necesidades adicionales o diferentes al cronograma establecido

Resolver requerimientos del cliente

Verificar el consumo de insumos de aseo frente a lo planeado de inicio

Elaborar turnos de trabajo y su respectiva verificación de las labores

Planear la distribución de insumos y equipos de aseo por turnos

Asesor Comercial:

Visitar clientes

Establecer planes de venta

Cumplimiento de resultados

Desarrollo del "Plan de Servicio"

Recorrer instalaciones identificando sitios relevantes

Preparar el cronograma de actividades

Prepara y distribuye los insumos de aseo

Recolecta información de satisfacción del cliente

Operarias de hogar:

Realizar limpieza y desinfección acorde al cronograma de la empresa y requerimientos del cliente.

Puntualidad en el servicio.

Limpieza y organización del lugar de trabajo y herramientas

Confidencialidad y honradez

Servicios varios:

Realizar actividades acordes al cronograma y el manual de procedimientos

Limpieza y organización del lugar de trabajo y herramientas

Excelente presentación personal y con buen servicio

Mantenimiento general de obras civiles y domésticas

Finanzas

Ingresos

Fuentes de Financiación

INVERSIÓN INICIAL La inversión inicial constará en mobiliario para las oficinas y en maquinaria para la empresa, descritos de la siguiente manera:

Unidades y costo de muebles y enseres Empresa ALA				
Imagen	Descripción	Cantidad	precio	Total
	Escritorio de Trabajo CI Rta Design SA Madrid MLN 1230-Negro Proveedor Home Center	5	270000	1350000
	All in One HP 20-c217ls Intel Celeron J3060 Windows 10 RAM 4GB DD 500 GB 19,5"	4	800000	3200000
	Silla malla base cromada, proveedor Home center	5	170000	850000
	Silla Salsa Reciclada Rimax - Blanco proveedor Home Center	20	20000	400000
	Tablero Acrílico Borrable Aluminio 120 X 80cm Grande proveedor Home Center	2	80000	160000
	Otros utensilios (Útiles de oficina - Papelería)			500000
	Decoración oficina			500000
	Total (\$)			6360000

Tabla No. 8 Unidades y costo de muebles y enseres Empresa ALA

Fuente: Diseño Grupal

Unidades y costos de maquinaria				
Imagen	Descripción	Cantidad	Precio de compra con IVA	Total
	Barredora Spin Escoba Aspiradora Sweep Drag All-in-one manual industrial	4	45000	180000
	Docena de escoba plástica de 24 uñas	2	36000	192000
	Aspiradora Industrial Stanley Wet/dry 4 Gl 4.0hp	3	350000	1050000
	Carro Balde Con Exprimidor Y Escurridor 35 Litros	4	210000	840000
	Trapero Microfibra Antibacterial Semi Industrial Aseo H.c	12	48000	576000
	Aragan 150cm x 80cm Soldado Metálico	5	50000	250000
	Escalera 3 Pasos Hogar Metal	3	90000	270000
	Escalera 3,62 m Multipropósito 12 Pasos x150kg	3	180000	540000
	Manguera expandible de 30 metros + pistola roscadora rca016	3	80000	240000
Total (3)				4138000

Tabla No. 9 Unidades y costos de Maquinaria Empresa ALA
Fuente: Diseño Grupal

Resumiendo, la inversión inicial de la empresa ALA se relaciona en la siguiente tabla:

Inversión Inicial	Costos
Maquinas	4138000
Muebles	6960000
pagina web	1000000
Constitución y legalización	1500000
Costos de inventario 4 primeros meses	1500000
Sueldo empleados operarios 4 primeros meses	14400000
Sueldo empleados administrativos 4 primeros meses	19600000
Arriendo 4 primeros meses oficina	2800000
Servicios 4 primeros meses	800000
otros consumos publicidad-comunicaciones 4 primeros meses	2400000
insumos de aseo 4 primeros meses	3600000
Caja menor 4 primeros meses	600000
Total (\$)	59298000

Tabla No. 10 Inversión inicial de la empresa ALA

Fuente: Diseño Grupal

Para la realización de la Empresa ALA, se iniciará con aportes de los socios los cuales serían 4 integrantes en total con un aporte individual de \$15.000.000 (Quince millones de pesos cada uno), recursos utilizados para la implementación y puesta en marcha de la empresa.

Considerando la incorporación de recursos a futuro para apoyo y expansión de la empresa ALA del Fondo Emprender, Banco Interamericano de Desarrollo BID o cualquier entidad de fomento y apoyo a la generación de Empresas.

Formatos Financieros

FLUJO DE CAJA EMPRESA ASEO Y LIMPIEZA DE AGUACHICA "ALA"						
FLUJO DE CAJA						
Conceptos	Periodo 0	Periodo 1	Periodo 2	Periodo 3	Periodo 4	Periodo 5
Ingresos		220.000.000	240.000.000	280.000.000	330.000.000	380.000.000
Costos		13.598.000	14.277.900	14.991.799	15.741.389	16.528.458
Gastos		182.800.000	191.940.000	201.537.000	211.613.850	211.613.850
UAI (Ingresos - Costos - Gastos)		23.602.000	33.782.100	63.471.201	102.644.761	151.857.692
Intereses						
UAI (UAI - Intereses)		23.602.000	33.782.100	63.471.201	102.644.761	151.857.692
Impuestos		1.254	1.212	12.121	85.458	12.121
Utilidad neta		23.600.746	33.780.888	63.459.080	102.559.303	151.845.571
Depreciación						
Recuperación						
Flujo de Operación		23.600.746	33.780.888	63.459.080	102.559.303	151.845.571
Flujo de Inversión	60.000.000,00					
Flujo de Financiación						
Flujo de caja para evaluación	- 60.000.000,00	23.600.746	33.780.888	63.459.080	102.559.303	151.845.571
TIO	21,55%	Efectiva anual				
VAN	\$ 121.832.931,98					
TIR	71,42%					

Tabla No. 11 Flujo de Caja de la empresa ALA

Fuente: Diseño Grupal

Principales términos utilizados:

Servicios: Productos heterogéneos generados cada vez que son solicitados, sobre los cuales no recaen derechos de propiedad por parte del usuario y no pueden ser negociados por separado de su producción, transportados o almacenados.

Ingresos: Valor monetario recibido por la empresa a cambio de la prestación de servicios a otras empresas y a los hogares.

Personal ocupado: Corresponde al personal que labora en la empresa o establecimiento, contratado de forma directa por ésta o a través de empresas especializadas, y a los propietarios, socios y familiares sin remuneración fija.

Limpieza doméstica, Aseo, Servicios integrales.

Conclusiones y Recomendaciones

Es necesario que la empresa ALA, utilice la planeación estratégica como una política administrativa, la cual, permitiera dirigir organizadamente los procesos y recursos de acuerdo a las necesidades que requiera la empresa para alcanzar sus objetivos.

Implementar el plan estratégico de mercadeo, permitiera a la empresa ALA plantear objetivos y acciones acordes a las metas trasadas, logrando una gestión eficiente con resultados conforme a los requerimientos del mercado y de la organización.

Promover una cultura constante en actualización del comportamiento del mercado, en relación al sector económico al cual pertenece la empresa ALA, ésta le permitirá ser competente y responder a los cambios y tendencias, para ofertar servicios enfocados a la satisfacción de sus clientes.

La empresa ALA, tiene un objetivo claro, coordinar y establecer condiciones de trabajo de calidad para empleados 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 retos al igual que la inversión, pero este negocio se presenta como una oportunidad de negocio hacia un mercado desatendido con unas necesidades identificadas. Que lucha por cambiar el paradigma de las personas que usan el servicio exaltando los beneficios por sobre los costos. 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. Así apoyamos el crecimiento de los nuevos empresarios y promovemos el crecimiento de ALA.

Adicionalmente, se expande el portafolio de servicios de la empresa generando una ventaja competitiva frente a la competencia, incluyendo varios servicios, además de ser una empresa generadora de empleo. El modelo de negocios de ALA, demuestra una empresa socialmente y ambientalmente responsable y con valores, que se une a la creciente tendencia mundial de nuevos empresarios promotores y gestores del cambio que trabajan para cumplir con metas milenarias entre ellas los objetivos de Desarrollo Sostenible 2015-2030.

Bibliografía

Castro N. (2007). *Colombia: Oferta de servicios de cuidado y responsabilidades de cuidado en el hogar. Comercio, Género y Equidad en América Latina: Generando conocimientos para la acción política*. Revisado desde:

[http://www.fuac.edu.co/recursos_web/observatorio/publicaciones/ CPP Artículo IV Foro bienal Quilmes 2017.pdf](http://www.fuac.edu.co/recursos_web/observatorio/publicaciones/_CPP_Articulo_IV_Foro_bienal_Quilmes_2017.pdf)

DANE (2018). *Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)*. Revisado desde: www.dane.gov.co

DNP (s.f) *Departamento Nacional de Planeación*. Revisado desde: <https://terradata.dnp.gov.co/#/>

Ghai, D. (2003). *Revista Internacional del Trabajo, vol. 122 (2003), núm. 2*. Revisado desde: <http://ilo.org/public/spanish/revue/download/pdf/ghai.pdf>

Informe Estudios económicos (2017). Revisado desde: <http://www.camaraaguachica.org.co/wp-content/uploads/2018/03/INFORME-DE-ESTUDIOS-ECONOMICOS-2017.pdf>

MINTRABAJO (2016). Ministerio del Trabajo. Revisado desde: <http://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/33111935/La+Guajira.pdf/c6c9701a-fbbc-bf3b-9282-9fc718ab1768?download=true>