

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ADMINISTRADORA DE SERVICIOS DOMÉSTICOS EN LA CIUDAD DE
PEREIRA**

**CARLOS BRITTO CAÑAS
ANGIE CATHERIN GARCIA HERNANDEZ**

**DIRECTOR
CESAR AUGUSTO ZAPATA URQUIJO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PEREIRA**

2016

**ESTUDIO DE LA FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
ADMINISTRADORA DE SERVICIOS DOMÉSTICOS EN LA CIUDAD DE
PEREIRA**

**CARLOS BRITTO CAÑAS
ANGIE CATHERIN GARCIA HERNANDEZ**

Tesis de grado para optar al título de ingenieros industriales

**DIRECTOR
CESAR AUGUSTO ZAPATA URQUIJO**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PEREIRA**

2016

NOTA DE ACEPTACIÓN

ING. CESAR AUGUSTO ZAPATA URQUIJO

FIRMA JURADO

Pereira, Enero de 2016

AGRADECIMIENTOS

CARLOS BRITTO CAÑAS

Al finalizar este trabajo en el que se puso tanto empeño, tiempo y sacrificio, solo se viene en mente las personas que colaboraron para el desarrollo de este, principalmente a mi compañera Angie Catherin García Hernández, con quien tuve el privilegio de hacer aportes a este trabajo, sin ella esto no hubiera sido posible.

También quiero agradecer a mi profesor y director de proyecto Cesar Augusto Zapata Urquijo, quien acepto dirigirnos y ayudarnos, creyendo en este trabajo y por la paciencia y comprensión que tuvo con nosotros.

Finalmente a mi familia que me han apoyado desde el principio de la carrera y han sido un soporte fundamental para llegar a esta etapa en la que finalmente estamos presentando el trabajo de grado.

ANGIE CATHERIN GARCIA HERNANDEZ

En primer lugar agradezco a Dios por todas las bendiciones que me ha dado, por guiar mis pasos y permitirme culminar esta etapa.

Gracias a mis padres Ricardo García Montoya y Claryvel Hernández Guevara, a ellos dedico este proyecto, porque me han brindado su apoyo incondicional y me han sabido formar con buenos valores.

Gracias a mi compañero de proyecto Carlos Britto Cañas por su compañía, dedicación y esfuerzo en la realización de este proyecto.

Un sincero agradecimiento al Ingeniero Cesar Augusto Zapata Urquijo por aceptar

el compromiso de dirigir de este proyecto de grado, por brindarnos sus conocimientos y experiencia.

A cada uno de los docentes y compañeros de clase les agradezco porque de una u otra manera contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional.

Finalmente agradezco a la Universidad Tecnológica de Pereira por abrirme sus puertas y formarme integralmente como Ingeniera Industrial.

Contenido

RESUMEN EJECUTIVO.....	12
ABSTRACT.....	13
1. CAPITULO I: MARCO GENERAL	14
1.1. INTRODUCCION	14
1.2. OBJETIVOS	16
1.2.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	16
1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACION	17
1.3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.3.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	18
1.3.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.....	18
1.4. JUSTIFICACION	19
1.5. MARCO TEORICO.....	20
1.5.1. MARCO CONCEPTUAL	23
1.5.2. MARCO LEGAL.....	24
1.6. DISEÑO METODOLOGICO	31
1.6.1. POBLACION OBJETIVO	32
1.6.2. MUESTRA	32
1.6.3. TAMAÑO DE MUESTRA	32
1.6.4. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE LA INFORMACION.....	36
1.6.5. FUENTES DE INFORMACION.....	36
2. CAPITULO II: MODULO DE MERCADOS.....	38
2.1. DESCRIPCION DEL SERVICIO	38
2.2. MARKETING MIX.....	39
2.2.1. Servicio	39
2.2.2. Plaza.....	40
2.2.3. Promoción.....	40
2.2.4. Precio.....	41

2.3. ANALISIS DE LA DEMANDA	41
2.3.1. Análisis del sector	41
2.3.2. Análisis de la población objetivo	45
2.3.3. Análisis del cliente	45
2.3.4. Proyección de la demanda	45
2.3.5. Análisis de las encuestas.....	47
2.3.6. Análisis de precios	63
2.4. ANALISIS DE LA OFERTA	66
2.4.1. Fortalezas y debilidades de la competencia	66
2.5. ANALISIS DEL ENTORNO	68
2.5.1. Ámbito cultural	68
2.5.2. Ámbito político	69
2.5.3. Ámbito económico	69
3. CAPITULO III: MODULO TECNICO	71
3.1. ANALISIS DE LA INVERSION	71
3.2. DISEÑO INTERNO DE LA EMPRESA.....	72
3.3. MACROLOCALIZACION.....	73
3.4. MICROLOCALIZACION	74
3.5. ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS.....	76
4. CAPITULO IV: MODULO ADMINISTRATIVO	79
4.1. FLUJOGRAMA DE PROCESOS.....	79
4.2. ORGANIGRAMA	81
4.3. DESCRIPCION DE PERFILES Y CARGOS	82
4.3.1. Perfil del gerente.....	82
4.3.2. Perfil del director de logística.....	84
4.3.3. Perfil del contador	87
4.3.4. Perfil de la secretaria	89
4.3.5. Perfil del profesional de servicios domésticos	91
5. CAPITULO V: MODULO FINANCIERO.....	94
5.1. PUNTO DE EQUILIBRIO	94

5.2. PROYECCION DE VENTAS	97
5.3. PROYECCION DE GASTOS	100
5.4. PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS	102
5.5. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.....	104
5.5.1. Evaluación del proyecto mediante el valor presente neto (VPN)	108
5.5.2. Evaluación del proyecto mediante la tasa interna de retorno (TIR)	110
6. ESTRATEGIA DE MERCADEO	112
7. CONCLUSIONES	114
8. RECOMENDACIONES.....	116
9. BIBLIOGRAFIA	117

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Logo de la empresa	41
Ilustración 2. Logo Serviactiva	41
Ilustración 3. Logo Punto Empleo	42
Ilustración 4. Logo Grupo STT	42
Ilustración 5. Logo Nases.	42
Ilustración 6. Logo Presedo S.A.S	43
Ilustración 7. Logo M y M Servicios	43
Ilustración 8. Logo Maridos & Esposas Ya	44
Ilustración 9. Logo Casalimpia S.A.	44
Ilustración 10: Diseño interno de la empresa CLEANERS.....	72
Ilustración 11. Flujo grama de Procesos de la empresa CLEANERS.....	79
Ilustración 12. Organigrama empresa CLEANERS	81

Lista de Tablas

Tabla 1. Cantidad de Predios por Estrato	34
Tabla 2. Tamaño de Muestra por Estrato	34
Tabla 3. Fuentes de Información.	36
Tabla 4. Número de Habitantes por años 2005-2016 en la ciudad de Pereira	45
Tabla 5. Número de personas promedio por hogar	46
Tabla 6. Cantidad de predios en la ciudad de Pereira para el año 2016	47

Tabla 7. Cantidad de predios por estrato en la ciudad de Pereira para el año 2016	47
Tabla 8. Tiempo empleado en cada tipo de limpieza.....	65
Tabla 9. Costo por metro cuadrado de cada tipo de limpieza ofrecido	66
Tabla 10. Fortalezas y debilidades de la competencia frente a CLEANERS	66
Tabla 11. Activos de la empresa CLEANERS	71
Tabla 12. Variables que definen la Micro localización de la empresa.....	75
Tabla 13. Gastos ligados a la empresa.....	76
Tabla 14. Liquidación de nómina CLEANERS	77
Tabla 15. Apropiaciones de nómina CLEANERS	77
Tabla 16. Gastos Fijos CLEANERS.....	78
Tabla 17. Participación en el mercado de los productos ofrecidos por CLEANERS	94
Tabla 18. Cálculos para hallar el punto de equilibrio	95
Tabla 19. Precio de los productos ofrecidos por CLEANERS para un espacio de aproximadamente 90m2	95
Tabla 20. Punto de equilibrio.	96
Tabla 21. Tendencia de incremento del salario mínimo en Colombia 2013-2020	97
Tabla 22. Incremento aproximado de precios para los próximos 5 años de los productos ofrecidos por la empresa CLEANERS.....	97
Tabla 23. Numero de servicios que espera prestar la empresa CLEANERS por mes.....	98
Tabla 24. Proyección de ventas de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años	98
Tabla 25. Proyección de ventas (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	99
Tabla 26. Proyección de ventas (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	99
Tabla 27. Proyección del IPC en Colombia para los próximos 5 años.....	100
Tabla 28. Proyección de gastos fijos anuales de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	100
Tabla 29. Proyección de costos anuales de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	101
Tabla 30. Proyección de costos anuales (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	101
Tabla 31. Proyección de costos anuales (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	101
Tabla 32. Proyección de estado de resultados de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	102

Tabla 33. Proyección de estado de resultados (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	103
Tabla 34. Proyección de estado de resultados (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	104
Tabla 35. Proyección flujo de caja libre de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	105
Tabla 36. Depreciación de los activos de la empresa CLEANERS.....	106
Tabla 37. Proyección flujo de caja libre (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	107
Tabla 38. Proyección flujo de caja libre (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años.....	108
Tabla 39. Calculo valor presente neto y tasa de oportunidad la empresa CLEANERS.....	109
Tabla 40. Calculo valor presente neto y tasa de oportunidad (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS.....	109
Tabla 41. Calculo tasa interna de retorno de la empresa CLEANERS	110
Tabla 42. Calculo tasa interna de retorno (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS.....	111
Tabla 43. Resumen indicadores financieros.	111

Lista de Gráficos

Grafico 1. Rango de edad del encuestado	48
Grafico 2. Resultado pregunta 1.	48
Grafico 3. Resultados pregunta 2.....	49
Grafico 4. Resultados pregunta 3.....	50
Grafico 5. Resultados pregunta 4.....	51
Grafico 6. Resultados pregunta 5.....	52
Grafico 7. Resultados pregunta 6.....	52
Grafico 8. Resultados pregunta 7.....	53
Grafico 9. Rango de Edad del Encuestado	54
Grafico 10. Resultados pregunta 1.....	55
Grafico 11. Resultados pregunta 2.....	55
Grafico 12. Resultados pregunta 3.....	56
Grafico 13. Resultados pregunta 4.....	57

Grafico 14. Resultados pregunta 5.....	58
Grafico 15. Resultados pregunta 6.....	59
Grafico 16. Resultados pregunta 7.....	60
Grafico 17. Resultados pregunta 8.....	61
Grafico 18. Resultados pregunta 9.....	62
Grafico 19. Resultados pregunta 10.....	63

Lista de Anexos

Anexo 1. Encuesta dirigida a personas pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Pereira	119
Anexo 2. Encuesta dirigida a trabajadoras domésticas de la ciudad de Pereira	121

RESUMEN EJECUTIVO

En este documento se presentara un estudio de factibilidad, que permitirá evaluar la viabilidad de la creación de la empresa CLEANERS, enfocada a la prestación de servicios domésticos.

La idea de creación de la empresa CLEANERS nace con la necesidad de dar solución a un problema social y económico detectado en la ciudad de Pereira, ya que por diversas experiencias se ha evidenciado que existen situaciones difíciles a la hora de contratar personal de confianza para labores domésticas, porque se presentan casos de desigualdad desfavorables tanto para el empleador como para el empleado, este tipo de situaciones se ven evidenciadas en: abusos de poder por parte de los patronos, hurtos, mala prestación del servicio, malos tratos, contrataciones ilegales, inconformidad con la prestación del servicio, entre otros.

Se efectuaran estudios que tenga en cuenta opiniones de los clientes potenciales y de las personas que prestaran el servicio, mediante diversas herramientas que permitan obtener resultados concretos, además se desarrollaran investigaciones que permiten evaluar factores determinantes para la creación de la empresa CLEANERS, estos factores son: técnicos, legales, financieros, administrativos y de mercadeo.

CLEANERS no solo se pretende solucionar un problema social y económico, sino también generar una oportunidad de negocio rentable, con proyecciones favorables para su sostenimiento en el futuro y que además sea la base para establecer un modelo de negocio en el cual las condiciones son favorables y equitativas para cada una de las partes.

ABSTRACT

This document presents a feasibility study that will evaluate the viability of CLEANERS company, it is focused on proving domestic services.

The creation idea of CLEANERS company, begins from the order to solve a socioeconomic problem in the city of Pereira, since for diverse experiences, have shown that, there are difficult situations when we hire, confidence staff to house work, because it's presents unfavorable inequality cases for both, employer and employee, we see evidence of these situations: abuse of authority by employers, stealing, bad service, illegal recruitment, dissatisfaction with the service among others.

Were made studies with opinions of the potential costumers and the people who make the service, through different tools to keep results, also were made research to evaluate critical points for the creation of CLEANERS company, these points are: technical, legal, administrative and marketing.

With CLEANRES not only aims to solve socioeconomic problems, also generate an opportunity of profitable business, with favorable projections, for their support in the future and also be the base to be a new business model that is favorable to both parts.

1. CAPITULO I: MARCO GENERAL

1.1. INTRODUCCION

Este estudio surge principalmente por una necesidad evidenciada en la ciudad de Pereira, la cual carece de la prestación de servicio de aseo domestico de una manera organizada que brinde equidad a dos partes involucradas; los clientes y los prestadores de servicio, como resultado se han obtenido experiencias negativas por la forma en que se realiza esta dinámica de trabajo actualmente, entre estas experiencias se encuentran entre otros, robos, abuso de confianza, mal trato, paga injusta, carente de prestaciones sociales, etc. Esta situación evidencia que un sector popular como lo son las labores domésticas y oficios varios están totalmente desatendido y se pretende llegar a este segmento del mercado como un modelo de negocio distinto y dar solución a los problemas expuestos.

Este estudio en sí es una respuesta sobre la factibilidad del problema presentado anteriormente, en el que se busca crear una empresa de aseo para las personas que presten el servicio de aseos domésticos y varios, para garantizarles prestaciones y salarios justos, capacitarlos, apoyarlos, mejorando constantemente la manera de prestar este servicio por parte de los empleados, que sientan que tienen un trabajo digno y respetable, en resumen una empresa administradora de talento humano en la ciudad de Pereira que sea más dinámica y eficaz prestando el servicio anteriormente mencionado, y por otra convertirse en una fuente de trabajo para reducir el desempleo en la ciudad.

El primer paso será realizar una investigación de mercados sobre las dos partes involucradas, analizando la percepción de ambas, y todo lo relevante que aporte a este estudio, con los resultados de esta, se espera obtener un estimado del

alcance del proyecto ya que esta investigación no arroja los datos concretos sino un estimado de la muestra tomada.

Con los resultados obtenidos del estudio de mercados se dará inicio a la parte financiera del estudio, si es viable económicamente el desarrollo del proyecto, es decir que tan rentable puede ser, como no se tienen datos concretos las proyecciones de realizan a partir de supuestos.

Finalmente después de utilizar todas las herramientas expuestas se espera llegar a conclusiones y recomendaciones que permitan establecer un proyecto viable financiera y económicamente.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

- Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira para el año 2015.

1.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar el marco legal pertinente para la creación de una empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira para el año 2015.
- Elaborar una investigación de mercados para determinar la viabilidad de la empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira para el año 2015.
- Efectuar un plan de negocios que permita determinar la viabilidad financiera de la empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira para el año 2015.
- Establecer la forma específica en la que operará la empresa administradora de servicios domésticos.
- Determinar la estrategia de mercadeo y comercialización idónea para la empresa administradora de servicios domésticos.

1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad en el mercado de Pereira la mayoría de los servicios de personal doméstico se contratan directamente por los empleadores, el hecho de realizar todos los procesos de vinculación laboral de este tipo de personal puede resultar tedioso en muchas ocasiones lo que conlleva a que se omitan aspectos importantes para el cumplimiento de las leyes por lo que en muchos hogares se llega a violar los derechos de las aseadoras.

Uno de los inconvenientes que se presentan con mayor frecuencia es el hecho de que los contratadores sólo requieren de los servicios de las aseadoras domésticas por unas cuantas horas a la semana, y dado a que consideran que en este caso no hay ningún artículo que vele por sus derechos se limitan a pagarles solo el valor respectivo de cada hora laboral trabajada, sin embargo las nuevas leyes colombianas imponen un trato diferente a estas empleadas domésticas, por lo que de continuarse con esta situación acarrearía para el empleador problemas legales en el caso de que el personal doméstico decida reclamar sus derechos y de no hacerlo, se estaría vulnerando continuamente a quienes ofrecen el servicio.

Así pues de esta necesidad de suplir un nicho faltante en el mercado surge la idea de crear una empresa que se encargue de administrar la contratación, capacitación y mantenimiento del personal de servicio doméstico en la ciudad de Pereira. Teniendo en cuenta que la implementación de una empresa de este tipo requiere conocer a cabalidad las instituciones y la normatividad que rige para el desempeño laboral del personal doméstico, así como la respectiva legalidad en materia de contratación para evitar imprevistos de índole legal.

1.3.2. FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Es factible la implementación de una empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira para el año 2016?

1.3.3. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son los requisitos legales para la implantación de una empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira para el año 2016?
- ¿Existe un nicho del mercado específico determinable por medio de una investigación de mercados que corrobore la viabilidad de la empresa?
- ¿La creación de una empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira es viable financieramente?
- ¿De qué forma específica operará la empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira?
- ¿Cuál es la estrategia de mercadeo y comercialización idónea para la empresa?
- ¿Existen otras entidades administradoras de servicios domésticos que operen en la ciudad de Pereira?

1.4. JUSTIFICACION

El establecimiento de una empresa administradora de servicios domésticos surge mediante la necesidad de suplir un nicho faltante en el mercado que como 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 aseadora no incurrirá en robos, viendo a este último aspecto como una de las principales causas actuales de despido por parte de los empleadores a sus empleadas domésticas; como segunda medida se espera elaborar este proyecto para evitar cualquier tipo de problema legal que pueda tener el cliente debido a que actualmente las contrataciones del personal de aseo en los hogares de los estratos 4,5 y 6 de la ciudad de Pereira se manejan de manera informal, esto dado a que en la mayoría de las ocasiones los mismos contratadores desconocen la normatividad y las leyes colombianas respectivas que acogen a las aseadoras domésticas con el fin de brindarles mayor protección y comodidad en sus trabajos.

Así pues bajo la implementación de este proyecto se busca favorecer en gran medida a la población pereirana perteneciente al sector del mercado en el que se va a trabajar (estratos 4,5 y 6), y a su vez se pretende mejorar la calidad del trabajo de las aseadoras domésticas, esto bajo la implementación de una relación gana-gana que permita asegurar el bienestar tanto de los empleadores como de las empleadas.

A su vez la implementación de esta empresa administradora de servicios domésticos permitirá poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante el desarrollo de la carrera de Ingeniería Industrial en la Universidad Tecnológica de Pereira.

1.5. MARCO TEORICO

A través de la historia es posible afirmar que la organización del trabajo siempre se ha basado en estándares que incurren más hacia el ámbito sexista, encontrando a este por encima de factores determinantes como la capacidad y el conocimiento; es por tal motivo que comúnmente el hombre se encargaba, bajo el uso de su fuerza laboral, de aportar al hogar todos los recursos económicos necesarios para contribuir a su funcionamiento y a la manutención de la familia, mientras que por otro lado la mujer se encargaba de realizar todos los oficios varios necesarios en su propia casa, tales como encargarse de la cocina, la limpieza, el bienestar de sus hijos, entre otros.

Con base en este tema, en el texto “El Trabajo Doméstico” el autor señala: *“Desde que conocemos la historia de la humanidad éstas actividades fueron realizadas por mujeres, asignándoseles como parte de su rol reproductivo. En la esclavitud la realizaron las mujeres, ya no para su propio núcleo familiar sino para otros y otras....”*¹ Así pues, el género femenino anteriormente, y como parte de la tradición cultural, desempeñaba estas actividades, pero con el pasar del tiempo este concepto mutó hasta convertirse no solo en una labor dentro del núcleo familiar, sino que las personas más asalariadas se encontraban en condiciones para contratar a una o varias mujeres que realizaran estos oficios en sus hogares; es allí donde nace el término de trabajadoras domésticas, siendo asignado pues a personas que desempeñan labores de aseo en casas de terceros y que reciben una remuneración monetaria por ello.

Sin embargo en tiempos modernos donde la liberación por parte del género es una realidad, el trabajo se empieza a dividir pues por categorías o estratos, es decir, las mujeres que pertenecen a una clase social alta y tienen todos los medios y posibilidades de estudiar una carrera o de profundizar sus conocimientos aspiran a

¹ ALZATE ARIAS, Ligia Inés. Trabajo doméstico. Bogotá, 2005.

trabajos al mismo nivel de los hombres, pero por otra parte las que no tienen una posibilidad laboral diferente y pertenecen a estratos sociales más bajos se dedican a llenar ese vacío laboral que se crea al interior de los hogares del primer tipo de mujeres, debido a que ellas están ejerciendo su oficio fuera de casa. Sobre esta cuestión se plantea: *“Este sector de trabajadores surge en el país, por la facilidad para los sectores femeninos de la élite y de la clase media para dedicarse a otras actividades por fuera del hogar”*²

Cabe resaltar que al pasar de los años los conceptos de imagen y estética han ido cobrando mayor importancia, y el hogar para los estándares actuales debe de convertirse en uno de sus mayores expositores, es por ello que para estas familias trabajadoras de clase alta y media, en donde se ha desligado tanto el trabajo casero de la mujer, se ha vuelto necesario contar con una “ayuda” externa en casa que pueda mantener el funcionamiento propio de un hogar, con todos los recursos y esfuerzo que implica.

Al comienzo este tipo de labor surge de manera informal, lo cual generó una dualidad entre empleadas y empleadores que incurría en un conflicto de intereses, debido a que por una parte, las primeras buscaban una estabilidad económica y que su labor, la cual era y es ardua, fuera más valorado, pero por otra parte sus jefes solo se preocupaban por ofrecer las pagas más bajas que pudieran para subcontratar este servicio. Esta situación llevó a que la formalización de este trabajo fuera una necesidad para ambas partes, con lo que el gobierno establece ciertas condiciones y normas para que una empleada doméstica pueda desempeñarse adecuadamente y que su labor será respetada como tal, y a su vez le pone freno a la explotación exagerada que se daba por parte de algunos patrones a las prestadoras del servicio.

No obstante como se había mencionado anteriormente, la situación de estas personas no es la mejor, sus ingresos son bajos y normalmente no desempeñan

² Central Unitaria de Trabajadores. Las trabajadoras migrantes y del servicio doméstico. Bogotá, 2005.

esta labor porque sea de su agrado sino más como el único medio que ven posible para obtener recursos; al respecto se plantea que: *“La empleada doméstica de un lado pertenece a un sector difuso y desorganizado, conformado en su mayoría por inmigrantes rurales a las ciudades que necesitan comenzar su vida en la metrópoli. Por otro lado los patrones son empleados con ingresos limitados buscando pagar lo mínimo posible por los servicios de limpieza que demandan”*³, pero hay que tener en cuenta que con lo que le pagan a las empleadas domésticas apenas cubren sus necesidades, sin desmeritarlas porque este trabajo es muy desgastante, y la mayoría de estas señoras vienen de municipios muy pobres o de zonas rurales, porque tienen una familia por la que velan y la oferta laboral ahí es muy reducida, por lo tanto para la mayoría esta es la única opción para lograr sus objetivos, que es el de ayudar a sus familias.

Según la definición del Doctor Cesar Augusto Mosquera, un trabajador doméstico: *“Es aquella persona que residiendo o no en el lugar de trabajo, ejecuta tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños, jardinería, cuidado de animales y demás tareas propias del hogar”*⁴, pero no se tienen en cuenta muchos factores que hoy en día deben ser cruciales, ya que esta persona no cuenta con una formación técnica, sino que es una persona empírica o que desarrollo sus habilidades sin haberlas certificado, por lo que no puede optimizar todas sus habilidades, para resolver las tareas de una manera adecuada y más fácil.

La idea de manejar de crear la figura de empresa de aseos integrales es para poder desarrollar más el talento humano de estas personas, integrarlas dentro de una institución que vele por su seguridad, sus derechos y su realización personal, esto por medio de la formalización de su trabajo, dotándolas de todos los implementos necesarios, creándoles identidad con la empresa, generando más empleo y oportunidades a las personas que se desempeñan en este sector laboral y al mismo tiempo dar solución a problemas antes expuestos, que han generado

³ BARRERA, Boris Javier. El problema de las empleadas del servicio doméstico tiene solución. Bogotá, 2010.

⁴ DUQUE MOSQUERA, César Augusto. Servicio Doméstico Mínimo Legal. Colombia, 2014.

cientos de problemas a la sociedad, tanto para los empleados como los empleadores, aunque no es una invención puesto que este modelo actualmente funciona en otros países, unos de manera excelente; pero para esta ciudad sería pionera siendo innovadora en el sentido de que se va enfocar principalmente en el hogar, para poder aplicar todos los conocimientos de ingeniería, específicamente en el área de aseos integrales y limpieza, con el fin excelentes y ser competente a nivel nacional.

1.5.1. MARCO CONCEPTUAL

Trabajador del servicio doméstico: Es aquella persona que residiendo o no en el lugar de trabajo, ejecuta tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños, jardinería, cuidado de animales y demás tareas propias del hogar a cambio de remuneración monetaria.

Estudio de factibilidad: Es el primer paso a seguir para el desarrollo de un proyecto ya que nos brinda un panorama de la disponibilidad de los recursos requeridos, estrategias para cumplir con los objetivos trazados y clarificación de las limitantes y alcance del proyecto.

Servicios de aseos integrales: Son todas aquellas actividades que se requieran para la limpieza y conservación de bienes siempre y cuando esté representado por una figura legal.

Limpieza: Consiste en eliminar la suciedad, las imperfecciones o los defectos de algo, se entiende también por limpieza que se puede asociar con la higiene que son las técnicas que usan las personas para limpiar su cuerpo y controlar los factores negativos que pueden ejercer sobre su cuerpo.

Estética: Ciencia de las condiciones de lo bello en el arte y en la naturaleza. Entendiéndose como la ciencia del conocimiento sensible, para determinar la esencia de lo bello.

Empresa de servicio: Se denominan empresas de servicios a aquellas que tienen por función brindar una actividad que las personas necesitan para la satisfacción de sus necesidades a cambio de un precio, pueden ser públicas o privadas y el producto que ofrecen es intangible.

Servicio: Es un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus cliente, por lo tanto puede ser de carácter no material, no se requiere mucho de materias primas pero si de buenas condiciones físicas.

Plan de negocios: Un plan de negocios es una guía para el empresario, donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto con las estrategias que serán implementadas, para el desarrollo de un futuro negocio, o producto.

1.5.2. MARCO LEGAL

La realización de este proyecto se encuentra soportada en el decreto número 824 de 1988, el cual está expuesto a continuación:

DECRETO NUMERO 824 DE 1988

Artículo 1º Entiéndase por trabajador del servicio doméstico, la persona natural que a cambio de una remuneración presta su servicio personal en forma directa, de manera habitual, Bajo continuada subordinación o dependencia, residiendo o no en el lugar del trabajo, a una o a varias personas naturales, en la ejecución de tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, vigilancia de niños y demás labores inherentes al hogar.

Para efectos del presente reglamento se denominarán "internos", los trabajadores que residan en el lugar o sitio de trabajo. Los demás, se denominarán "por días".

Artículo 2º Entiéndase por patrono, la persona natural que remunera los servicios personales del trabajador doméstico que ha contratado y se beneficia de ellos.

Artículo 3º Para la aplicación de este Reglamento, entiéndase por "entidad agrupadora" toda persona jurídica que tiene como asociados, trabajadores domésticos "por días" al servicio de varios patronos y que actúa como intermediaria de tales trabajadores ante el Instituto de Seguros Sociales en lo relacionado con afiliación, reporte de novedades y recaudo y pago de los aportes tanto de los patronos como de los trabajadores de acuerdo con el reglamento que al efecto expida el ISS.

Artículo 4º El régimen de excepción consagrado en la Ley 11 de 1988 y en el presente Reglamento, rige exclusivamente para los trabajadores del servicio doméstico que devengan una remuneración en dinero inferior al salario mínimo legal.

Artículo 5º No podrá afiliarse como trabajadores del servicio doméstico, las siguientes personas naturales:

- a) Quienes desempeñen tareas propias del servidor doméstico en lugares diferentes al hogar de una persona o familia, tales como: clubes sociales o deportivos, fincas o haciendas rurales cuando no sean la residencia permanente o el domicilio del patrono, áreas comunes de unidades multifamiliares, bares, restaurantes, hoteles y, en general, empresas con o sin ánimo de lucro;
- b) Quienes realicen labores propias del servicio doméstico durante una jornada ordinaria inferior a cuatro (4) horas;
- c) El cónyuge o compañera(o) permanente del jefe de familia;

- d) Los parientes del patrono o de sus familiares hasta el quinto grado de consanguinidad, tercero de afinidad y primero civil;
- e) Quienes desempeñen funciones de chofer familiar, y
- f) Las demás personas que no tengan el carácter de trabajadores del servicio doméstico o que sean excluidas por la ley o por los reglamentos generales de los Seguros Sociales Obligatorios.

Artículo 6º La afiliación de los trabajadores del servicio doméstico es obligatoria y se efectuará por solicitud expresa y personal del patrono o de la entidad agrupadora, según el caso, conforme formatos que para el efecto suministre el Instituto. Cuando se trate de un trabajador bien "interno" o bien "por días" al servicio de un solo patrono, la afiliación será individual a través de dicho patrono.

Cuando el trabajador sea "por días" al servicio de varios patronos, la afiliación se efectuará a través de una entidad agrupadora.

Artículo 7º El Instituto les asignará a los patronos y a las entidades agrupadoras que se registren y que afilien trabajadores bajo este régimen de excepción, un número patronal específico, sin perjuicio del que les corresponda por razón de las otras actividades económicas que realicen. A los trabajadores afiliados bajo este régimen, se les asignará igualmente un número de identificación que será la cédula de ciudadanía, para los efectos de los seguros sociales.

Artículo 8º Para que una entidad agrupadora pueda actuar como intermediaria ante el Instituto, deberá solicitar a las dependencias de Afiliación y Registro de la Seccional a que pertenezca que se le acepte como tal. Con la solicitud presentará los documentos y suministrará la información que a continuación se señala:

- a) Certificación de constitución y gerencia o de reconocimiento de personería jurídica, expedido por funcionario competente;
- b) Número de identificación tributaria (NIT);

- c) Domicilio y dirección de la sede;
- d) Nombre del representante legal, y
- e) Los demás documentos y datos que el Instituto requiera para fines de los Seguros Sociales.

Artículo 9º Las entidades agrupadoras tendrán las siguientes obligaciones y responsabilidades con el Instituto:

- a) Registrarse como entidad agrupadora;
- b) Afiliar a los trabajadores domésticos que represente;
- c) Presentar en el momento de la afiliación, una relación completa de los patronos del trabajador doméstico, de los salarios en dinero que devengue e informar sobre los demás datos insertos en los formatos que para el efecto provea el ISS;
- d) Informar oportunamente las novedades de los patronos, tales como: cambio en los mismos, identidad y direcciones;
- e) Informar igualmente y en forma oportuna las novedades de sus trabajadores agrupados, tales como: variaciones de salarios, direcciones, incapacidades, licencias no remuneradas;
- f) Reportar oportunamente las novedades de la misma entidad agrupadora, tales como: cambios en la personería jurídica, sede, domicilio o representación legal;
- g) Desafiliar del ISS a los trabajadores agrupados cuando cese la relación laboral;
- h) Pagar los aportes patrono-laboral, las multas e intereses que el ISS imponga tanto a la entidad como a sus agrupados, de conformidad con los reglamentos;
- i) Suministrar los demás documentos, datos e informes que el Instituto requiera para fines de los seguros sociales.

Artículo 10. En los casos en que el trabajador se encuentre afiliado por intermedio de una entidad agrupadora, los accidentes de trabajo deberán ser reportados al ISS por los patronos o por la respectiva entidad agrupadora en los términos y en la forma establecida en los reglamentos generales.

Artículo 11. En lo no previsto en el presente Reglamento, el registro patronal, la inscripción y afiliación, se regirán por los reglamentos generales respectivos.

Artículo 12. Los aportes que se causen bajo este régimen de excepción, serán cubiertos por el patrono y el trabajador.

Parágrafo. Anualmente el Gobierno transferirá aportes del presupuesto nacional al Instituto de Seguros Sociales que cubran el subsidio necesario para garantizar el derecho a la pensión de los trabajadores del servicio doméstico cuyas cotizaciones se liquiden por debajo del salario mínimo vigente.

Artículo 13. El trabajador del servicio doméstico que devengue una remuneración inferior al salario mínimo legal, cotizará para el seguro social sobre la base de dicha remuneración, sin que en ningún caso el porcentaje de la cotización pueda aplicarse sobre una cuantía inferior al 50% del salario mínimo legal. Será de cargo del Gobierno Nacional, la diferencia existente entre el valor resultante del cálculo efectuado por el Instituto sobre la base del salario mínimo legal vigente y el valor de los aportes cubiertos por los patronos y trabajadores, conforme lo establecido en el artículo anterior.

Artículo 14. El patrono obligado a afiliar directamente trabajadores del servicio doméstico "internos" así como trabajadores del servicio doméstico "por días" cuando sea el único patrono, será responsable ante el Instituto, del pago de los aportes patrono - laborales.

Por lo tanto, al pagar el salario, descontará la parte de cotización que sea de cargo del trabajador y junto con la que le corresponda, la cancelará en las entidades recaudadoras que para el efecto señale el ISS.

Artículo 15. Cuando se labore con varios patronos, el valor de los aportes patrono - laborales será el que corresponda a la categoría en que se encuentre el salario la suma de los salarios reportados en la tabla de categorías y aportes vigente en el Instituto.

Artículo 16. Los patronos de un trabajador del servicio doméstico "por días", serán responsables ante el Instituto de la entrega oportuna a la entidad agrupadora, del valor de los aportes patrono - laborales que proporcionalmente les corresponda cubrir. Estos aportes se calcularán en forma proporcional según el salario devengado con cada patrono frente al porcentaje de la cotización que por razón de la suma de tales salarios deben cancelar el trabajador y los respectivos patronos, conforme el presente Decreto y de acuerdo con los reglamentos.

En ningún caso se puede tener como base para la determinación de este porcentaje, un salario total interior al 50% del mínimo legal.

Artículo 17. El Instituto no podrá recibir pagos parciales por concepto de aportes patrono - laborales correspondientes a un mismo ciclo.

Artículo 18. Para el cumplimiento del artículo 12 del presente Reglamento, el Instituto de Seguros Sociales determinará la cuantía de los aportes patrono - laborales y la que debe subsidiar el Gobierno Nacional. El Instituto hará conocer anualmente al Departamento Nacional de Planeación y al Ministerio de Hacienda, el valor del aporte a cargo del Gobierno Nacional.

Artículo 19. En la etapa de programación presupuestal, el Ministerio de Trabajo, el Ministerio de Hacienda y el Instituto de Seguros Sociales, harán las provisiones necesarias para la inclusión de las partidas correspondientes en el proyecto de presupuesto.

Artículo 20. En la etapa de ejecución presupuestal, el Ministerio de Hacienda incluirá en los Acuerdos de Obligaciones y Gastos, las correspondientes partidas.

La Tesorería General de la Nación hará efectivos los giros respectivos. El Instituto presentará al Ministerio de Hacienda, en forma mensual, la solicitud correspondiente a la facturación de los aportes que se deben cotizar al seguro social y cuyo pago le corresponda cubrir al Gobierno Nacional.

Artículo 21. EL Director General del ISS adoptará los mecanismos necesarios para el efectivo recaudo de los aportes señalados en el presente Reglamento.

Artículo 22. Los trabajadores amparados por el presente Reglamento quedarán cubiertos contra los riesgos de Enfermedad General y Maternidad (EGM), Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales (AT - EP) e Invalidez, Vejez y Muerte (IVM).

Artículo 23. Serán susceptibles del reajuste de que trata el artículo 5º de la Ley 11 de 1988 que se reglamenta, las pensiones que se hubieren causado con semanas cotizadas exclusivamente bajo este régimen de excepción o las consolidadas bajo el mismo régimen, con exclusión de otro.

Las demás pensiones se reajustarán de acuerdo con lo establecido en la Ley 41 de 1976 y en las disposiciones que la modifiquen, adicionen o reformen.

Artículo 24. Los subsidios por incapacidades y el auxilio funerario, se reconocerán con base en los aportes efectivamente cancelados por los patronos y trabajadores.

Artículo 25. Sin perjuicio de lo establecido en este reglamento, los servicios de salud y las demás prestaciones económicas se otorgarán en la misma forma y términos establecidos en el Reglamento General del Seguro de enfermedad General y Maternidad.

Artículo 26. Los aspectos no contemplados específicamente en este régimen de excepción, se regirán por los reglamentos generales de los Seguros Sociales Obligatorios.

Artículo 27. Además de los casos señalados en los reglamentos generales de los Seguros Sociales, habrá lugar a la desafiliación automática de los trabajadores amparados por el presente Reglamento, cuando se presente mora en el pago de los aportes patrono - laborales durante tres (3) meses consecutivos. Por lo tanto, no podrá contabilizarse para ningún efecto dentro período de mora.

Artículo 28. Autorízase al Director General del ISS para que efectúe el llamamiento a inscripción y establezca el sistema de registro y facturación y, en general, para que fije los términos relacionados con la aplicación de este régimen.

Artículo 29. El presente Decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga las normas que le sean contrarias.

1.6. DISEÑO METODOLOGICO

Debido a la naturaleza del proyecto a realizar el tipo de investigación seleccionado fue el descriptivo, dado a que por medio de él se busca especificar características del mercado en el que se desempeñará la empresa prestadora de servicios domésticos, a su vez se va a recolectar toda la información pertinente que lleve a conocer situaciones y alternativas relacionadas con el problema de la investigación, encaminada al cumplimiento y la validación de los objetivos ya establecidos.

Con base en este tipo de investigación se pretende establecer la utilización de estos servicios por parte de los empleadores analizando la variable tipos de contratación doméstica, donde se determinará entre los usuarios la modalidad más recurrente, ya sea la utilización de servicios por horas, días o internas, lo que encaminará a la empresa a prestar los servicios más indicados; a su vez se busca analizar el impacto económico de la misma, tanto para empleadores como para empleados, en el marco del mercado en el que se desarrollará la organización.

1.6.1. POBLACION OBJETIVO

Como se ha estipulado anteriormente el estudio de esta investigación requiere definir dos poblaciones objetivo: empleadores y empleados.

Empleadores: Persona natural encargada del manejo del hogar, con ingresos económicos estables, que haya contratado o esté interesada en la implementación de este servicio en su residencia, perteneciente a los estratos socioeconómicos 3, 4,5 o 6.

Empleados: Persona natural femenina con experiencia mínima de un (1) año en el servicio doméstico.

1.6.2. MUESTRA

Para el estudio del primer grupo poblacional, en este caso los empleadores, se aplicará un muestreo estratificado, debido a la segmentación por estratos socioeconómicos que presenta esta categoría, lo que permitirá un análisis y una muestra más precisa.

En el caso del segundo grupo poblacional, dado por los empleados, se usará un muestreo aleatorio simple, debido a que los filtros para esta población no son tan específicos y puede aplicarse directamente sobre las personas prestadoras de servicios domésticos.

1.6.3. TAMAÑO DE MUESTRA

En este proyecto se tienen dos poblaciones diferentes:

Población 1: Número de predios en la ciudad de Pereira correspondientes a los estratos 3, 4, 5, 6 y predios de uso no residencial

$$n = \frac{z^2 x p x q}{\varepsilon^2}$$

n= Tamaño de muestra

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

z= Nivel de confianza

ε = Error de estimacion

Se tomara un nivel de confianza del 95%, una probabilidad a favor del 5%, una probabilidad en contra de 5% y un error de estimación del 10%. Con esto datos se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 x 0.5 x 0.5}{0.1^2}$$

n= 96 predios

En base a la estimación obtenida del informe de estratificación de la alcaldía de Pereira contenida en la siguiente tabla:

Tabla 1. Cantidad de Predios por Estrato

ESTRATO	CANTIDAD DE PREDIOS
1	18.054
2	25.908
3	19.735
4	17.813
5	13.152
6	7.835
Sin estratificar	499
Predios de Uso No Residencial	37.060
TOTAL	140.056

Fuente: Departamento de estratificación Alcaldía de Pereira

Podemos obtener los pesos poblacionales de los estratos que son de interés (3,4, 5 y 6) para así tener establecida la población por estratos a la cual se le aplicaran las encuestas.

Tabla 2. Tamaño de Muestra por Estrato

ESTRATO	PESO POBLACIONAL	NUMERO DE PREDIOS A ENCUESTAR
3	34%	33
4	30%	29
5	22%	21
6	14%	13

Fuente: Autores

Población 2: Número de personas prestadoras de servicio domestico

Para población 2 no se tiene datos específicos, ya que esta profesión en algunos casos aún se encuentra en proceso de formalización, por lo tanto se supone que la población es mayor a 10000 personas, en este caso se realizara un muestreo aleatorio simple, determinado así:

$$n = \frac{z^2 \times p \times q}{\varepsilon^2}$$

n= Tamaño de muestra

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

z= Nivel de confianza

ε = Error de estimacion

Se tomara un nivel de confianza del 95%, una probabilidad a favor del 5%, una probabilidad en contra de 5% y un error de estimación del 10%. Con esto datos se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.1^2}$$

n= 96 personas dedicadas a la prestación de servicios domestico

1.6.4. INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE LA INFORMACION

Como instrumento principal para la recolección de información, se utilizara la encuesta, ya que mediante un buen diseño de muestra la encuesta nos permite conocer la opinión o comportamiento generalizado de las poblaciones objetivo, en este caso particular se deben realizar dos encuestas dirigidas a las poblaciones anteriormente mencionadas así se podrá establecer gustos, preferencias, expectativas entre otros factores influyentes en la prestación del servicio doméstico en la ciudad de Pereira, teniendo así información que permitirán ajustar el proyecto a las tendencias de las poblaciones elegidas.

1.6.5. FUENTES DE INFORMACION

Tabla 3. Fuentes de Información.

TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS	OBJETIVO
PRIMARIA	Encuesta a empleadores	Definir los parámetros predilectos para la contratación de un servicio doméstico, a su vez analizar la capacidad de pago para establecer estándares en el precio.
	Encuesta a empleados	Analizar las expectativas que tienen los empleados acerca de un trabajo óptimo y su nivel de experiencia en el servicio

		doméstico.
SECUNDARIA	Internet	Por este medio se puede analizar la situación del mercado actual y los posibles clientes potenciales de la empresa.
	Leyes	El análisis de las mismas permitirá la implantación de la empresa bajo estándares legales óptimos tanto para los empleados directos, evitando problemas para los empleadores, como para el funcionamiento de la misma.
	Bibliografía	Determinar los parámetros legales para la formación de empresa en la ciudad de Pereira.

Fuente: Autores

2. CAPITULO II: MODULO DE MERCADOS

2.1. DESCRIPCION DEL SERVICIO

La empresa CLEANERS ofrece un portafolio de servicios, enfocado a ofrecer personal idóneo y confiable para la realización de aseo general en los hogares

El servicio consiste en tener un amplio portafolio de personal capacitado en el área de aseo, con experiencia y calificados de acuerdo a sus principales fortalezas, para que así la persona que desee tomar el servicio pueda seleccionar en base a lo visto qué persona o personas se ajustan a los requerimientos de su servicio; el portafolio está a la mano de cualquier persona ya seas por medios físicos en las oficinas de la empresa o por medios virtuales oficiales.

Los usuarios del servicio pueden contratar el personal por las horas o días que considere necesarias, antes de cada servicio se plantea un objetivo que sea alcanzable y justo para las dos partes. Las personas deben presentar solicitud del servicio con 8 días de anticipación para garantizar así la disponibilidad del personal que deseen contratar, de lo contrario no se garantiza la disponibilidad del personal seleccionado.

A la hora de solicitar el servicio, si el cliente lo desea se ofrece asesoría sobre los productos adecuados para lograr un óptimo resultado, ajustándose a sus expectativas frente al servicio y presupuesto.

El portafolio de servicios de la empresa CLEANERS es el siguiente

- Personal capacitado en el área de servicio de aseo doméstico
- Asesoría para la utilización de productos adecuados en el aseo de diferentes espacios y lugares
- Venta de productos para el aseo en asociación con marcas líderes del mercado

2.2. MARKETING MIX

2.2.1. Servicio

Principalmente el servicio de la empresa 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 y en casos más particulares, lavado, secado y planchado de ropa.

La empresa CLEANERS será pionera por cambiar la forma en que se viene prestando el servicio de aseo en la ciudad de Pereira, brindando algunos beneficios a los hogares que deseen contratar el servicio.

Los contratantes del servicio pueden emplear el personal por las horas o días que requiera, planear la ejecución del servicio siempre y cuando ésta satisfaga ambas partes, se puede tener más confianza que pactando de forma particular con una persona natural debido a que se está tratando con una empresa seria y responsable, además de que las personas que prestan el servicio son profesionales en el área siendo la mejor opción para los contratantes.

La empresa CLEANERS ofrecerá tres clases de servicio a sus clientes:

- 1. Limpieza Express** (aseo a todo el inmueble, barrer, trapear, y sacudir polvo)
- 2. Limpieza completa** (aseo a todo el inmueble, barrer, trapear, sacudir polvo, tender camas, limpieza de baños)
- 3. Limpieza Total** (aseo a todo el inmueble, barrer, trapear, sacudir polvo, tender camas, limpieza de baños, limpieza de las ventanas, lavado y planchado de ropa)

2.2.2. Plaza

Se ha decidido que la empresa prestará el servicio a los predios residenciales y no residenciales de la ciudad de Pereira que están comprendidos entre los estratos 3,4, 5 y 6 de la ciudad de Pereira, suponiendo que es la población con capacidad adquisitiva suficiente para emplear el servicio, y es la población elegida para realizar el estudio de mercado para corroborar la suposición anterior.

De igual forma la empresa CLEANERS contará con un lugar presencial donde los clientes podrán ir a solicitar el servicio, y donde los empleados recibirán sus respectivas capacitaciones para la prestación del servicio.

2.2.3. Promoción

Se pretende llegar a los clientes, informarles lo que puede ofrecer la empresa CLEANERS, buena 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 debe crearse, un logotipo atractivo y llamativo acompañado de un slogan corto, pero que se quede guardado en la memoria de los receptores, enviar 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 CLEANERS como su opción principal a la hora de usar este servicio y por último tener un área de atención al cliente, donde éste

tenga la posibilidad de calificar, hacer recomendaciones y presentar quejas, con el fin de mejorar el servicio.



Fuente: Autores

2.2.4. Precio

El análisis de precios se llevara a cabo en el numeral 2.3.6.

2.3. ANALISIS DE LA DEMANDA

2.3.1. Análisis del sector

En la ciudad de Pereira las empresas que prestan un servicio similar a CLEANERS son pocas, sin embargo a nivel nacional existen varias empresas.

A continuación se muestra algunas de las principales empresas que presta este tipo de servicios a nivel regional y nacional:

- **Servi Activa:** Es una empresa que ofrece servicios de aseo y de limpieza en las principales ciudades de Colombia, entre ellas Pereira. Avenida 30 de agosto # 46 – 161

Ilustración 2. Logo Serviactiva



Fuente: Serviactiva

- 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

Ilustración 3. Logo Punto Empleo



Fuente: Punto Empleo

- Grupo STT: Compañía multilatina 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

Ilustración 4. Logo Grupo STT



Fuente: Grupo STT

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

Ilustración 5. Logo Nases.



Fuente: Nases.

- 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.

Ilustración 6. Logo Presedo S.A.S



Fuente: Presedo S.A.S

- 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.

Ilustración 7. Logo M y M Servicios



Fuente: M y M Servicios

- 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.

Ilustración 8. Logo Maridos & Esposas Ya



Fuente: Maridos & Esposas Ya

- Casalimpia S.A: Es una empresa con presencia a nivel nacional, cuanta 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.

Ilustración 9. Logo Casalimpia S.A.



Fuente: Casalimpia S.A.

La anteriores empresas prestan servicios similares a los de CLEANERS, sin embargo la prestación de este servicio se limita a la contratación y facilitación de personal para el aseo, no cuentan con factores diferenciadores como el servicio por horas, portafolio de personal, acompañamiento antes durante y después del servicio tanto al cliente como al empleado, entre otros puntos importantes que diferencian a CLEANERS de las empresas tradicionales.

2.3.2. Análisis de la población objetivo

Los servicios de la empresa CLEANERS están dirigidos a las personas residentes de la ciudad de Pereira que tengan poder de decisión en el hogar en lo referente al aseo general y que además tengan poder de adquisición para contratar los servicios ofrecidos por la empresa. En resumen la población objetivo son las personas de la ciudad de Pereira, líderes en la toma de decisiones de los hogares, pertenecientes a los estratos 3, 4,5 y 6.

2.3.3. Análisis del cliente

Las personas que accederán al servicio de CLEANERS se encuentran en un rango de edad de 18 a 60 años, que tienen poco tiempo para dedicar a las labores del hogar, que desean tener servicios exclusivos, confiables y personalizados, ya sea que requieran personas ocasional o diariamente para los servicios de aseo.

Además los clientes de CLEANERS deben tener un buen poder adquisitivo, solvencia económica que les permita seguir adquiriendo los servicios prestados por la empresa y disposición para pagar por el servicio elegido.

2.3.4. Proyección de la demanda

Con la finalidad de determinar el número de clientes potenciales para la empresa CLEANERS en el año 2016, se tuvo en cuenta las proyecciones históricas de la población en la ciudad de Pereira, de acuerdo al último censo realizado por el DANE en Colombia el cual tuvo lugar en el año 2005.

Tabla 4. Número de Habitantes por años 2005-2016 en la ciudad de Pereira

AÑO	POBLACION
2005	443.554
2006	446.344
2007	449.102

2008	451.814
2009	454.495
2010	457.103
2011	459.690
2012	462.230
2013	464.735
2014	467.209
2015	469.644
2016	472.023

Fuente: DANE

De acuerdo a la anterior información la población de la Pereira para el año 2016 será de 472.023 habitantes, para el caso de la empresa CLEANERS los clientes potenciales son las personas pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 que tengan el poder de decisión en los hogares, por tanto con ayuda de la información obtenida en el departamento de estratificación de la alcaldía de Pereira se puede calcular cual será la demanda potencial para el año 2016.

Tabla 5. Número de personas promedio por hogar

AÑO 2015	Población	Cantidad De Predios	Número de Personas por Hogar
	469.644	140.056	3,353

Fuente: Autores.

Tabla 6. Cantidad de predios en la ciudad de Pereira para el año 2016

AÑO 2016	Población	Cantidad De Predios	Número de Personas por Hogar
	472.023	X	3,353
		140.776	

Fuente: Autores

Tabla 7. Cantidad de predios por estrato en la ciudad de Pereira para el año 2016

ESTRATO	CANTIDAD DE PREDIOS 2015	PESO PORCENTUAL	CANTIDAD DE PREDIOS 2016
1	18.054	12,89%	18.147
2	25.908	18,50%	26.041
3	19.735	14,09%	19.836
4	17.813	12,72%	17.905
5	13.152	9,39%	13.220
6	7.835	5,59%	7.875
Sin estratificar	499	0,36%	502
Predios de Uso No Residencial	37.060	26,46%	37.251
TOTAL	140.056	100,00%	140.776

Fuente: Autores

Con los anteriores cálculos se deduce que para el año 2016 en la ciudad Pereira habrá 58.836 predios pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6; teniendo en cuenta que los clientes potenciales de CLEANERS son las personas pertenecientes a dichos estratos y que además tengan poder de decisión en los hogares, se asume que 58.836 clientes será la demanda para el empresa en el año 2016.

2.3.5. Análisis de las encuestas

2.3.5.1. Encuesta dirigida a personas pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Pereira

Grafico 1. Rango de edad del encuestado



Fuente: Autores

De acuerdo al gráfico el 35% de las personas encuestadas se encuentran en un rango de edad de 26 a 35 años, seguido de un 28% de personas entre 36 y 45 años, y un 25% y 12% se encuentran en rangos de edades de 18 a 25 años y más de 45 años respectivamente.

Para la empresa CLEANERS es muy importante saber en qué rango de edad se encuentran sus clientes potenciales ya que esto permite definir estrategias para atraer y fidelizar clientes.

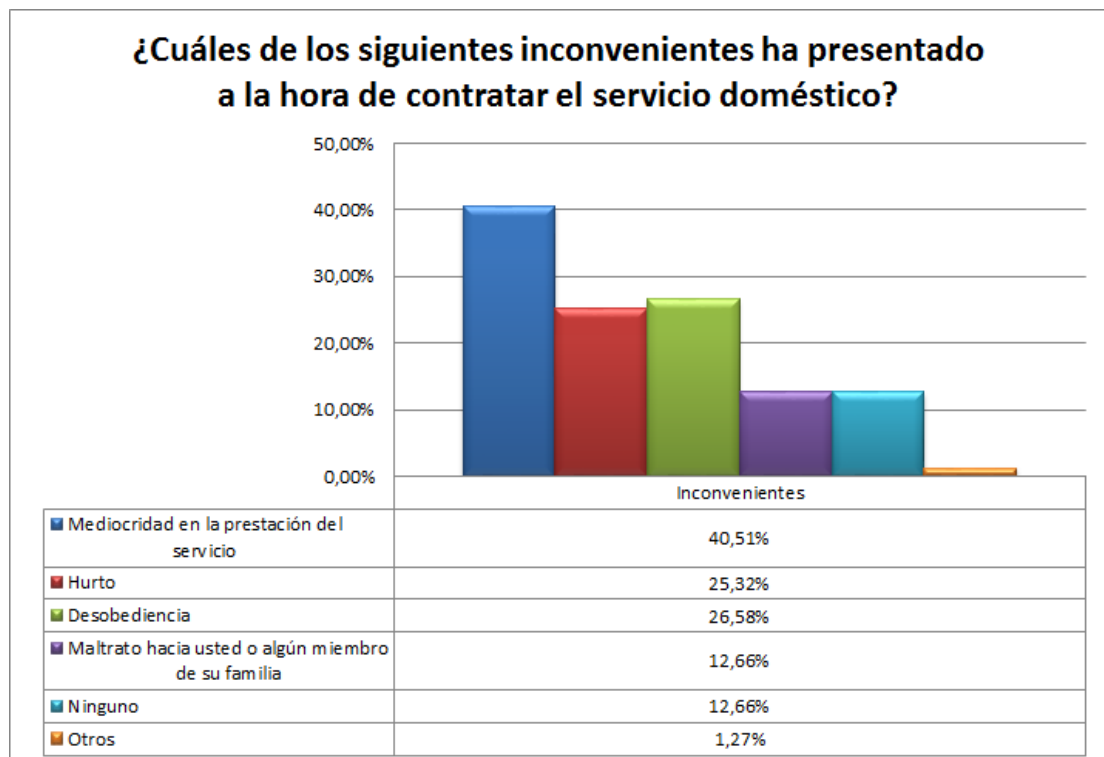
Grafico 2. Resultado pregunta 1.



Fuente: Autores

Analizando los resultados de esta pregunta, la información arrojada concuerda con que la mayoría de las personas encuestadas ha contratado alguna vez un profesional del servicio doméstico, este resultado es positivo para la empresa CLEANERS ya que de sus clientes potenciales el 66% ha necesitado aunque sea alguna vez los servicios de una aseo doméstica, esto quiere decir que más de la mitad de los clientes potenciales tiene la necesidad de contratar este servicio.

Grafico 3. Resultados pregunta 2.

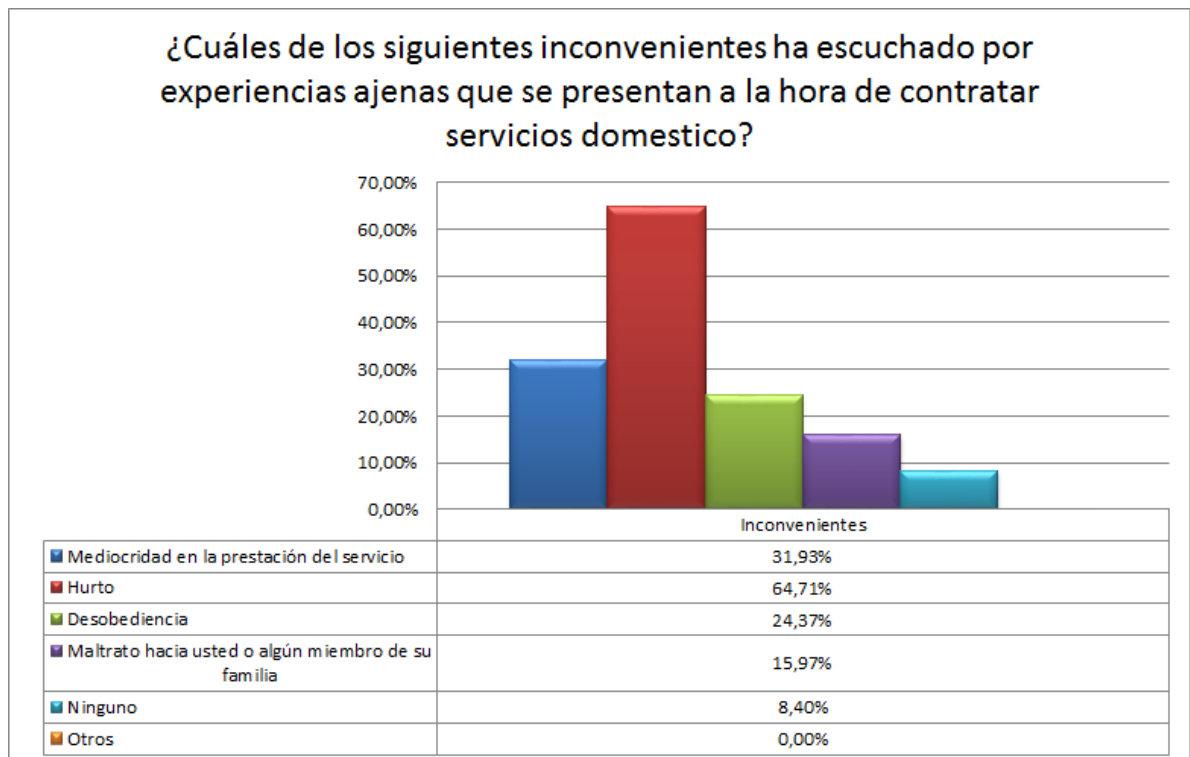


Fuente: Autores

En esta pregunta se dio la libertad a los encuestados para escoger varias casillas de respuesta, esto con el fin de identificar cuáles son los inconvenientes más habituales, en este caso solo respondieron el 66% de los encuestados los cuales en la anterior pregunta afirmaron haber contratado aunque sea una vez a un profesional del servicio doméstico.

Se han identificado los comportamientos que más les ha disgustado a los encuestados y estos han sido 3 principalmente, siendo el más importante las mediocridad en la prestación del servicio, seguido por la desobediencia y el hurto. CLEANERS puede valerse de esta información para ofrecer seguridad a sus futuros clientes en estos tres aspectos.

Grafico 4. Resultados pregunta 3.



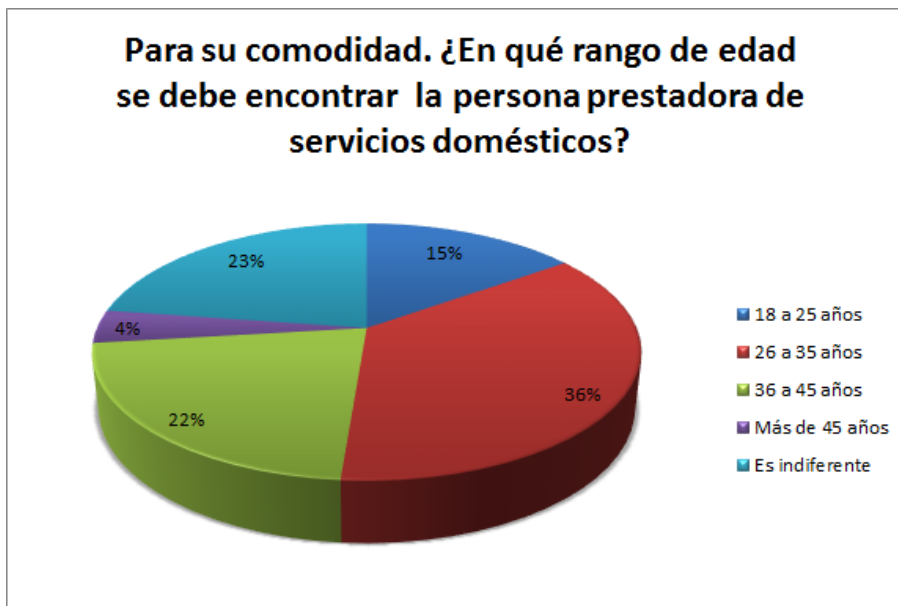
Fuente: Autores.

Esta pregunta se hace con el fin de identificar cuáles son los principales problemas que percibe la gente, esto con el objetivo de poder encontrar la principal razón que haría dudar a una persona para contratar a un profesional del servicio de manera informal.

En este caso las personas encuestadas perciben que uno de los mayores inconvenientes a la hora de contratar un profesional del servicio es el hurto, seguido de la mediocridad del servicio, la desobediencia y el maltrato.

De acuerdo a estas percepciones CLEANERS debe recalcar a sus futuros empleados la importancia de prestar un servicio de calidad para así garantizara a sus clientes la prestación de un servicio eficiente y eficaz.

Grafico 5. Resultados pregunta 4.



Fuente: Autores

Al analizar el gráfico se evidencia que las personas encuestadas prefieren contratar, profesionales del servicio que se encuentran en el rango de edad de 26 a 35 años, que son personas jóvenes pero que ya deben contar con experiencia y madurez, por eso en la gráfica se muestra superior con respecto a las demás edades. El 23% de las personas le es indiferente la edad de los profesionales del servicio que vayan a contratar, el 22% piensan en personas de 36 a 45 años y los que menos fueron señalados por los encuestados fueron las personas jóvenes de 18 a 25, las personas mayores de más 45 años con 15% y 4% respectivamente.

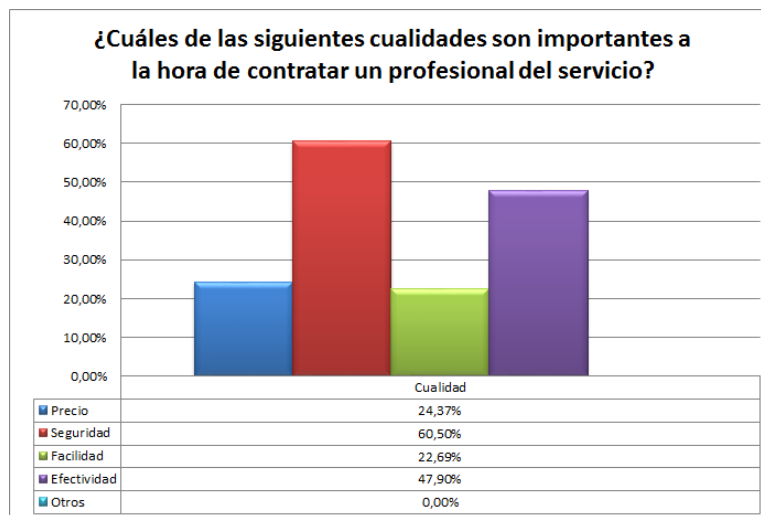
Grafico 6. Resultados pregunta 5.



Fuente: Autores

Como se evidencia en los resultados de la encuesta el 49% de las personas prefirió la limpieza total por encima de las otras dos propuestas, por tanto CLENAERS debe enfocarse en contratar personal capacitado para brindar este tipo de servicio.

Grafico 7. Resultados pregunta 6.



Fuente: Autores.

En el grafico se observa que los factores de más peso son dos, seguridad y efectividad, estas cualidades deben ser fundamentales en el servicio que preste CLENAERS.

Los clientes buscan un servicio que sea bueno y seguro, independiente de otras cualidades como el precio y la facilidad, por tanto la empresa deberá darle seguridad al cliente de que todo va a estar bien, y que las labores se realizarán en el tiempo pactado.

Grafico 8. Resultados pregunta 7.



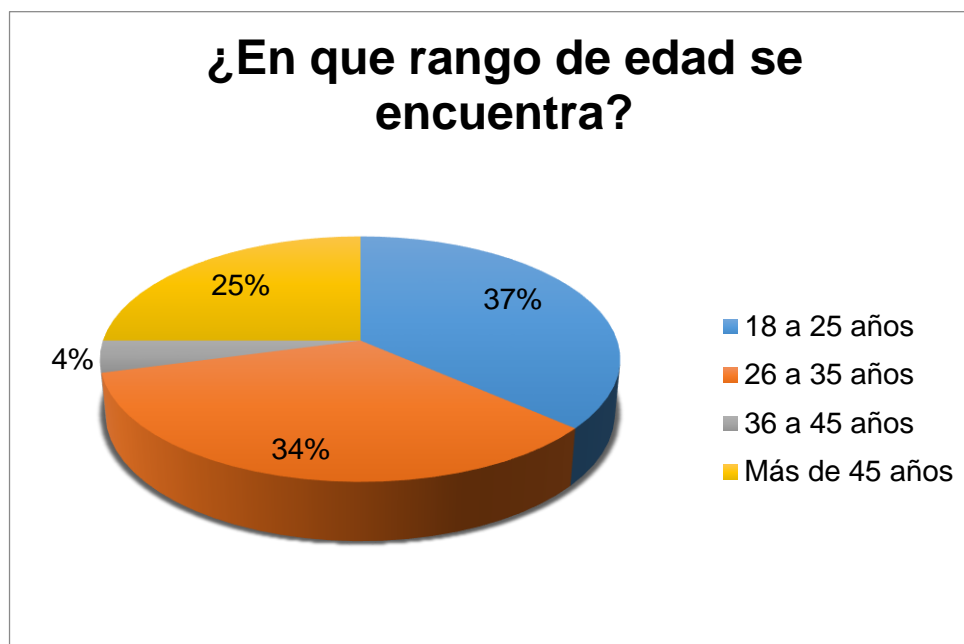
Fuente: Autores.

Las personas encuestadas eligieron todas las opciones disponibles, pero la más relevante es la que se ubica en el rango de los \$5.001-\$7.000, el 46% de las personas que diligenciaron la encuesta han elegido esta opción, por lo que se tratara de que el precio del servicio sea lo más cercano posible a este precio.

2.3.5.2. Encuesta dirigida a trabajadoras domésticas de la ciudad de Pereira

Encuesta a trabajadoras domestica

Grafico 9. Rango de Edad del Encuestado

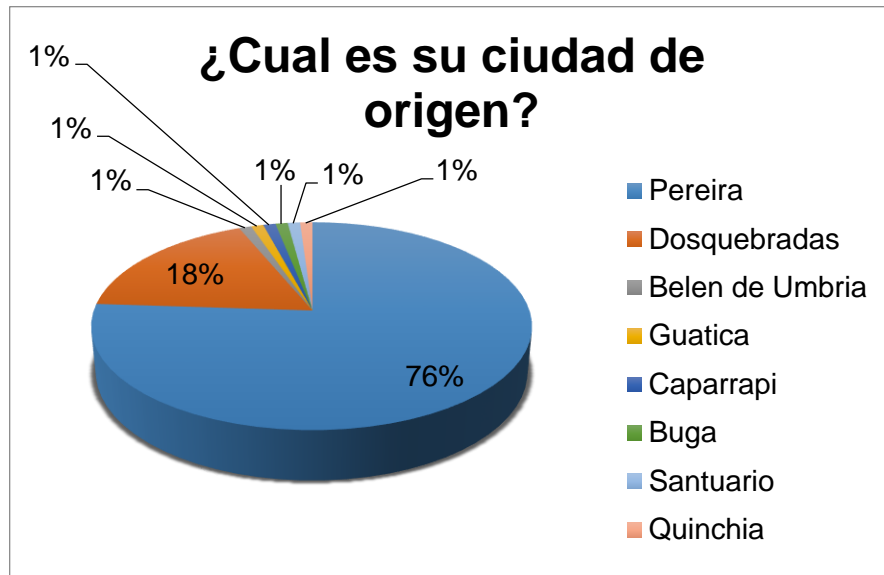


Fuente: Autores.

Como se puede apreciar en el gráfico el 37% de las encuestadas están en un rango de edad de 18 a 25 años, seguido por el 34% de las encuestadas que se encuentran en un rango de edad de 26 a 35 años y el 29% restante tienen más de 36 años.

De los datos obtenidos en esta gráfica, se infiere que muchas jóvenes toman como primera opción de empleo el servicio doméstico, y a medida que van pasando los años abandonan esta actividad probablemente para dedicarse a otras actividades con mejor pago o con mayor seguridad laboral.

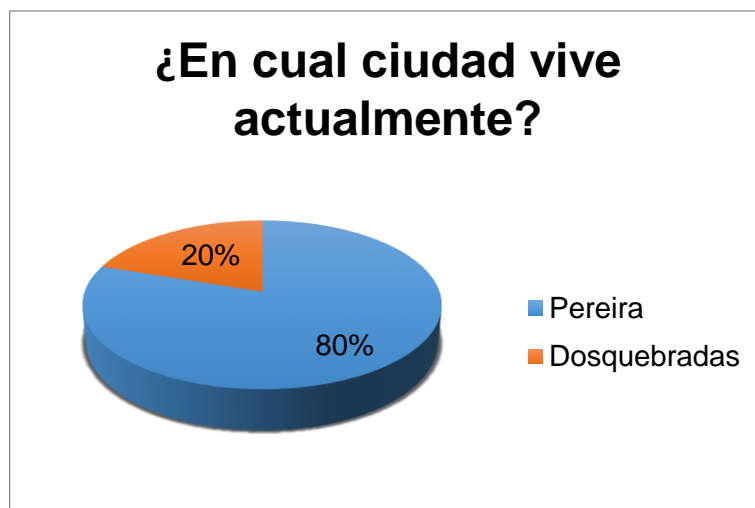
Grafico 10. Resultados pregunta 1.



Fuente: Autores.

El 76% de las encuestadas son originarias de la ciudad de Pereira, el 18% son originarias del Municipio de Dosquebradas y el 6% de municipios aledaños. Esto nos indica que muy pocas personas vienen de otros lugares a buscar empleo como servidoras domésticas.

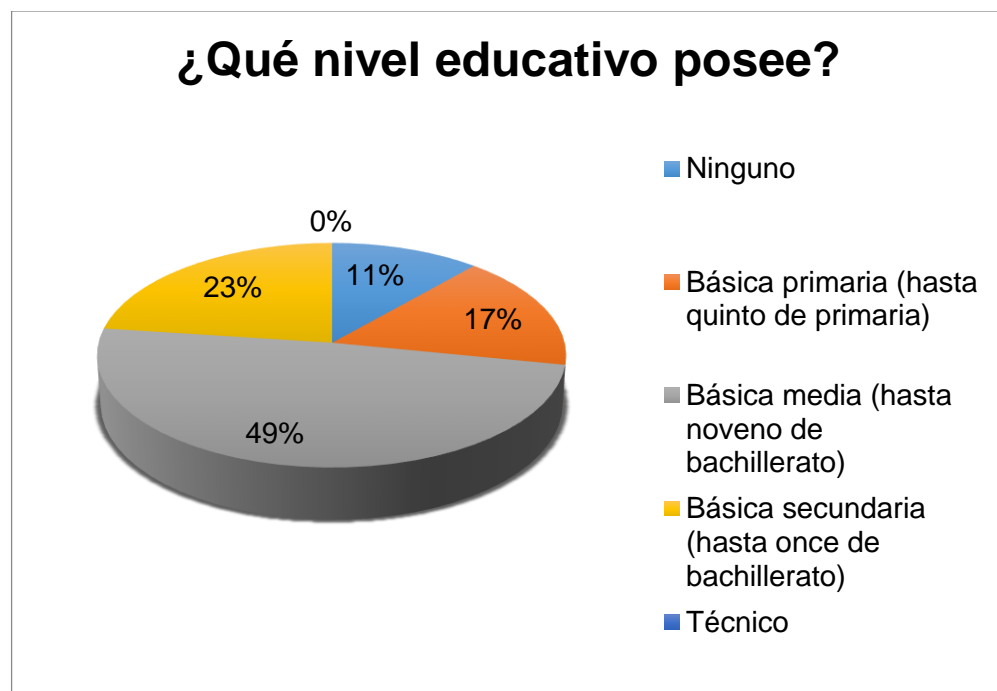
Grafico 11. Resultados pregunta 2.



Fuente: Autores.

De acuerdo al grafico el 80% de las personas encuestadas residen en la ciudad de Pereira y el 20% restante en el municipio de Dosquebradas, este resultado es favorable para la empresa CLEANERS ya que los empleados viven cerca de los clientes potenciales, lo que ahorra costos de desplazamiento y permite brindar un servicio eficaz y oportuno.

Grafico 12. Resultados pregunta 3.



Fuente: Autores.

En el gráfico podemos observar que las personas encuestadas tienen una formación académica que nunca supera el bachillerato, siendo la educación básica media la de mayor representación con un 49% del total, seguido por la básica secundaria con un 23% y el 28% restante entre las que no tuvieron acceso a ningún tipo de formación o solo cursaron la primaria.

De lo anterior se puede inferir que para las personas dedicadas a prestar servicios como los que ofrece la empresa CLEANERS no es fundamental su formación

académica, por lo que abandonan sus estudios y se dedican al trabajo, posiblemente también impulsadas por apuros económicos.

Grafico 13. Resultados pregunta 4.

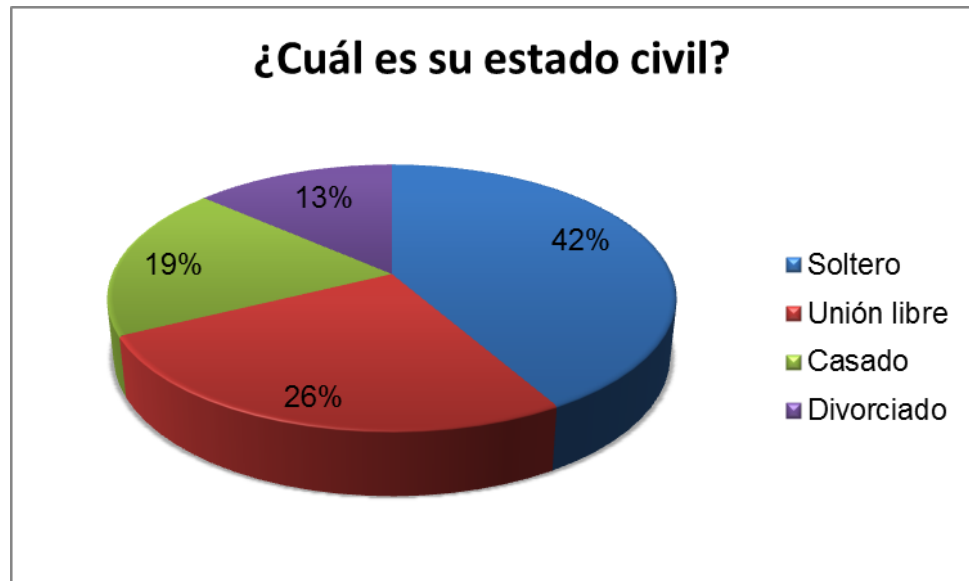


Fuente: Autores.

Según el gráfico el 70% de las personas encuestadas tienen hijos mientras que el 30% restante aún no cuenta con descendencia directa.

Interpretando los resultados, donde se observa una gran superioridad entre las mujeres que tienen hijos, se podría decir que los gastos inherentes a la crianza de un menor, además del hecho de contar con poca formación académica, pueden inferir directamente en la decisión de dedicarse a prestar servicios como los que ofrece la empresa CLEANERS.

Grafico 14. Resultados pregunta 5.



Fuente: Autores.

En la gráfica podemos observar que la mayoría de las encuestadas tienen un estado civil de soltería, llegando este valor al 42%, seguido por un 26% que se encuentran en unión libre, un 19% que se encuentran casados y el restante 13% que son divorciadas.

Analizando los resultados, se puede deducir que posiblemente en la mayoría de los casos las mujeres encuestadas deben criar solas a sus hijos, esto se explica al sumar los porcentajes de los resultados de las que son solteras y las que son divorciadas, llegando así al 55% de las trabajadoras encuestadas, este aspecto ligado a las buenas condiciones laborales ofrecidas puede facilitar la decisión de vincularse a la empresa CLEANERS.

Grafico 15. Resultados pregunta 6.



Fuente: Autores.

De acuerdo a la gráfica el 54% de más encuestadas cuenta con más de tres años prestando servicios domésticos, el 32% lleva entre uno y tres años en el oficio y el restante 14% cuentan con menos de un año de experiencia.

Analizando los resultados se puede observar que la mayoría de las encuestadas cuentan con muy buena experiencia como profesionales del servicio doméstico, lo que puede hacer aún más atractiva la propuesta que hace la empresa CLEANERS, pues se mejoran sustancialmente sus condiciones laborales.

Grafico 16. Resultados pregunta 7.

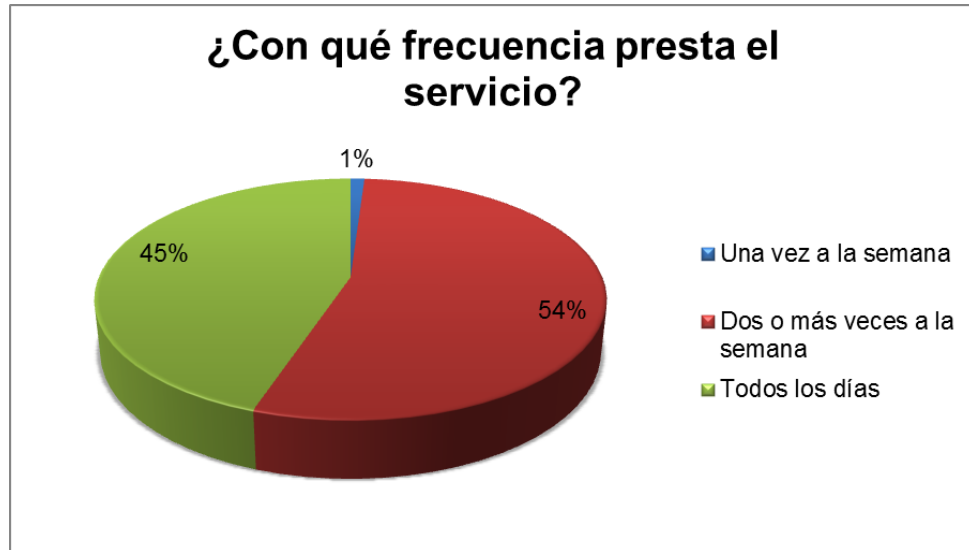


Fuente: Autores

El 54% de las trabajadoras encuestadas argumenta nunca haber contado con algún tipo de contratación legal, la cual le proporciona diferentes prestaciones para ella y sus familiares, mientras que el restante 46% dice haber contado con este tipo de contrataciones en alguna ocasión.

Por lo que se observa, la empresa CLEANERS tiene un amplio mercado de profesionales del servicio doméstico que se verían tentadas a vincularse a ella mediante un contrato legal y de esta forma contar con todos los beneficios que trae este tipo de contratación, el cual cuenta con todas las prestaciones exigidas por ley.

Grafico 17. Resultados pregunta 8

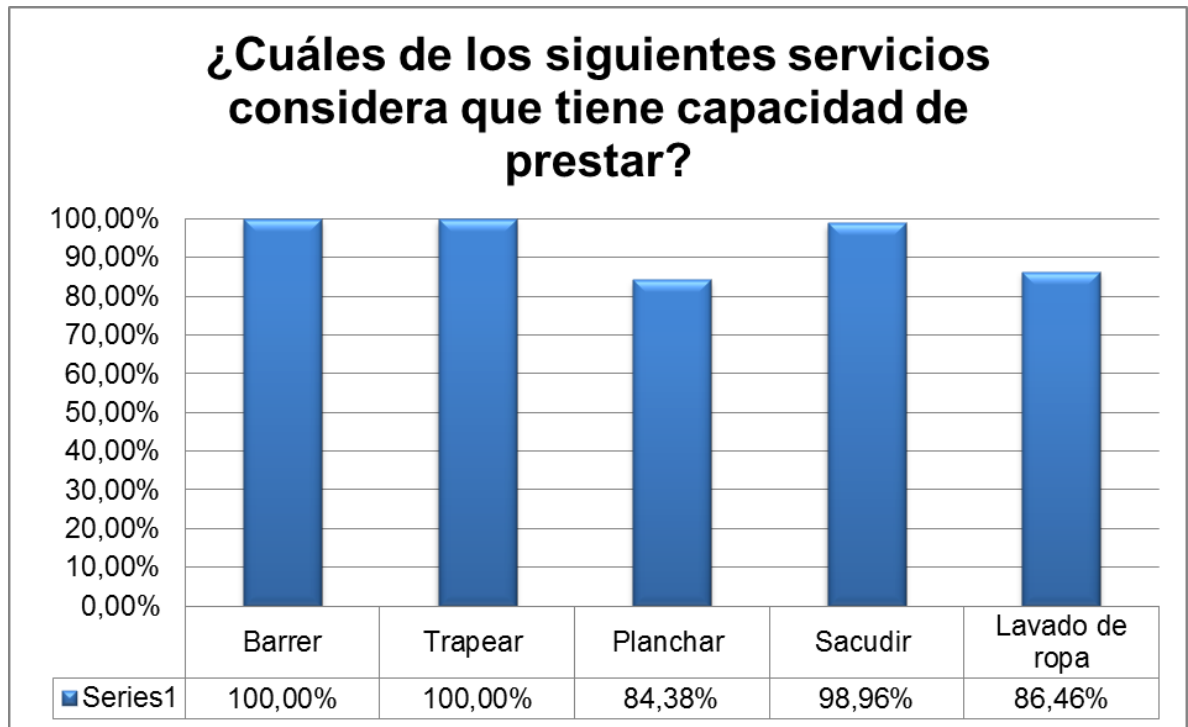


Fuente: Autores

En la gráfica se observa que el 54% de las profesionales del servicio doméstico presta su servicio al menos dos veces a la semana, el 45% lo hace todos los días y el 1% restante solo lo hace una vez a la semana.

Lo anterior se puede interpretar como que las profesionales del servicio doméstico ya están habituadas a ciertos horarios y/o a la disciplina de cumplir con un plan de trabajo organizado, por lo que la vinculación a la empresa CLEANERS no supondría cambios muy drásticos en su forma de trabajo, en cambio, si mejoraría notablemente sus condiciones laborales, lo cual hace muy atractiva la posibilidad de ingresar a la misma.

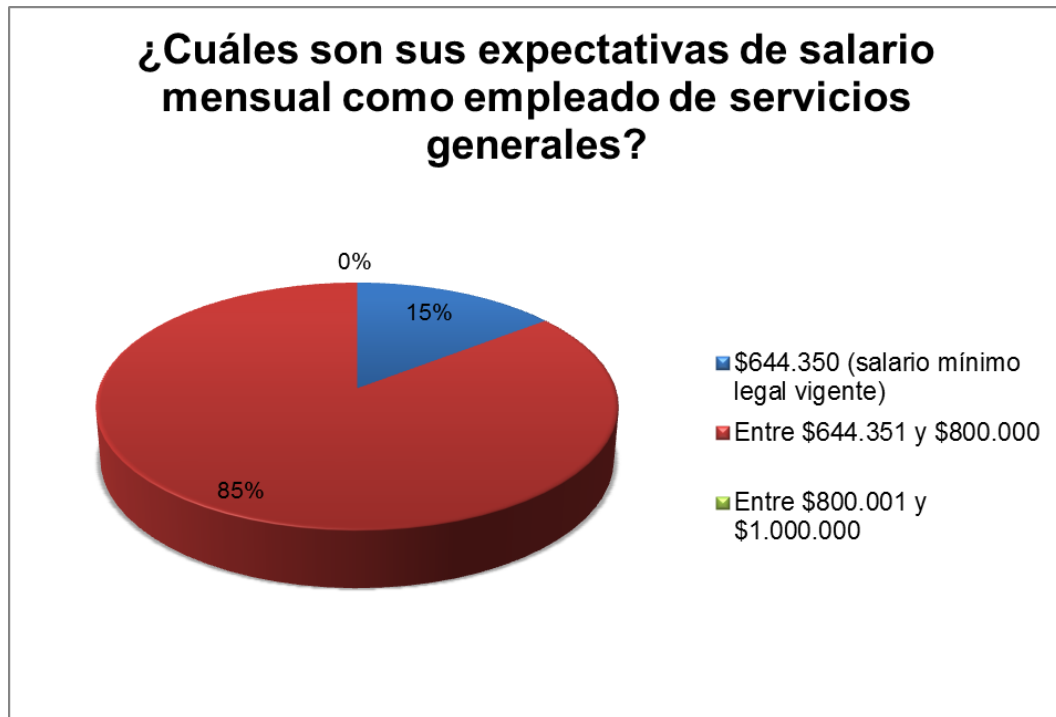
Grafico 18. Resultados pregunta 9.



Fuente: Autores.

En la gráfica se observa que la mayoría de las profesionales del servicio doméstico encuestadas tiene la capacidad de prestar la mayoría los servicios ofrecidos por la empresa CLEANERS, por lo que esto no supone un problema para la contratación de las trabajadoras y simplifica de gran manera la capacitación de las mismas, pudiéndose enfocar en servicios específicos y no en la totalidad de los mismos, lo que garantiza la posibilidad de empezar a operar rápidamente.

Grafico 19. Resultados pregunta 10.



Fuente: Autores.

En la gráfica se observa que la aspiración salarial de las profesionales del servicio doméstico se encuentra en un rango comprendido entre el valor del salario mínimo (\$644.350) y \$800.000, lo cual está dentro de las posibilidades de la empresa CLEANERS, aclarando que esta suma comprende todas las prestaciones legales, como vinculación a salud y pensión, vacaciones y demás, facilitando a las profesionales del servicio doméstico tomar la decisión de ingresar a la misma.

2.3.6. Análisis de precios

Para el análisis de precios se debe tener en cuenta muchos factores, como lo son la competencia y los costos de fabricación del producto o servicio:

- La competencia: se puede fijar en la competencia, para ofrecer algo similar o simplemente como si esta fuera una herramienta de medición para saber a qué precio se puede ofrecer el producto o servicio.

- Costos: se puede fijar en los costos y estos incluyen los fijos y los variables, como lo son la nómina, la renta de local o terreno, servicios públicos, maquinaria, etc.

Para este análisis se tendrá en cuenta principalmente los costos que representa para la empresa un profesional del servicio, y de acuerdo al decreto que exige que a estos se les debe reconocer salario mínimo que para este caso se tomara el salario del año 2015 correspondiente a \$644.350, cesantías, prestaciones sociales, y recordar que como estos devengan menos de 2 salarios mínimos legales vigentes tienen derecho a un auxilio de transporte que tiene un valor de \$74.000 establecido.

Para calcular las cesantías de los profesionales del servicio, se contara con lo que se expone en el código sustantivo del trabajo en el artículo 249 explica que estas corresponden a un mes de salario por cada año laborado.

Esta es la fórmula para calcular las cesantías:

$(\text{Salario mínimo} \times \text{días laborados})/360$

Con lo que la empresa mensualmente debe pagar mensualmente por términos de cesantías \$53.695 y para su auxilio de cesantías que corresponde al 12% de estas por lo que el valor de auxilio de cesantías para los empleados corresponde a \$6443.

Para el cálculo de las prestaciones sociales, que son salud, pensiones y riesgos profesionales según las leyes colombianas, para el empleador estas corresponden a 8.5%, 12% y 0.522% respectivamente sobre el salario del empleado. Teniendo en cuenta que para los riesgos profesionales se asume un nivel de riesgo mínimo.

Dando como resultado, \$54.768 salud, \$77.322 pensión, \$3.364 riesgos profesionales.

Además de pagar los aportes a caja de compensación que vendrían siendo 4% del salario

Para el cálculo de las vacaciones se utilizara la formula y establecida por la ley colombiana que es:

$(\text{Salario mínimo} \times \text{días trabajados}) / 720$

Si se tiene en cuenta que el periodo de vacaciones en Colombia corresponde a 15 días hábiles daría como resultado \$322.175 por todo el periodo de vacaciones y si se traslada a mes sería \$26.848.

Teniendo en cuenta lo anterior a la empresa CLENAERS contratar una profesional del servicio doméstico le cuesta \$ 966.564.

Para definir 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 que ofrece la empresa en una casa de aproximadamente 90m², quedando consolidado de la siguiente manera:

Tabla 8. Tiempo empleado en cada tipo de limpieza

Tipo de Limpieza	Tiempo
Limpieza express	120 min
Limpieza completa	240 min
Limpieza total	480 min

Fuente: Autores

Por tanto los precios de los servicios prestados por la empresa CLEANERS se establecerán de acuerdo a las dimensiones del lugar donde se requiera el servicio, en base a esto se define la siguiente tabla que estipula el precio del servicio por metro cuadrado.

Tabla 9. Costo por metro cuadrado de cada tipo de limpieza ofrecido

Tipo de limpieza	Tiempo por metro cuadrado	Costo por metro cuadrado
Limpieza Express	1.33 min/m ²	222 \$/m ²
Limpieza Completa	2.66 min/m ²	333 \$/m ²
Limpieza Total	5.33 min/m ²	666 \$/m ²

Fuente: Autores.

2.4. ANALISIS DE LA OFERTA

2.4.1. Fortalezas y debilidades de la competencia

Tabla 10. Fortalezas y debilidades de la competencia frente a CLEANERS

Empresa	Fortalezas	Debilidades
Servi Activa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Es una organización que está presente a nivel nacional y con gran posicionamiento en el mercado. 2. Brinda un amplio portafolio de servicios tales como: Limpieza y desinfección, Mantenimiento locativo y Administración de parqueaderos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brindan sus servicios a el sector educativo, sector salud y sector administrativo; no han incursionado en el mercado del servicio doméstico.

<p>Punto empleo</p>	<p>1. Da un acompañamiento personalizado a sus clientes, adecuándose a las necesidades personales de cada uno de ellos.</p> <p>2. La contratación de las personas es de manera rápida y segura</p>	<p>1. La plataforma virtual es lenta, y además no cuenta con especificaciones de los servicios ofrecidos y no permite al cliente establecer un contacto por medios virtuales</p>
<p>Grupo STT</p>	<p>1. Es una organización ajustada al crecimiento tecnológico actual, ya que se encuentra solo en medios virtuales.</p> <p>2. Es una empresa multinacional con un amplio mercado y reconocimiento de marca</p>	<p>1. Es de difícil acceso para las personas de edades avanzadas que no estén estrechamente relacionados con el manejo de los medios virtuales</p>
<p>Nases</p>	<p>1. Es una organización regional, que cuenta con una gran variedad de profesionales en varios servicios generales, lo cual les permite ofrecer un amplio portafolio de servicios.</p> <p>2. La respuesta al servicio es rápida y oportuna</p>	<p>1. No está presente en medios virtuales.</p> <p>2. No brindan un servicio personalizado a cada uno de sus clientes</p>
<p>Presedo S.A.S</p>	<p>1. Provee de insumos químicos para el cuidado de pisos, baños y áreas comunes.</p> <p>2. Servicio de limpieza de vidrios.</p>	<p>1. Plataforma virtual muy lenta, además no provee de información suficiente a los posibles clientes o consumidores de su servicio.</p>

<p>MyM</p>	<p>1. Selección de personal idóneo para la prestación del servicio.</p> <p>2. Atención especializada a niños y jóvenes.</p>	<p>1. Portafolio de servicios muy reducido, por lo que puede verse afectado en el futuro por la competencia.</p>
<p>Maridos Ya, Express</p>	<p>1. Brinda servicios adicionales como pintado de casa, colocación de lámparas especiales además de asesorar en la compra de electrodomésticos.</p> <p>2. Brinda continúa capacitación a los empleados en servicio al cliente</p>	<p>1. Poca flexibilidad, ya que no ofrecen un buen servicio para personas de avanzada edad.</p>
<p>Casalimpia S.A</p>	<p>1. Ofrece un amplio portafolio de servicios entre ellos: Aseo y Cafetería, Mantenimiento Locativo y Servicios Especializados.</p> <p>2. Tiene presencia en las principales ciudades del país, entre ellas Pereira</p>	<p>1. Brindan sus servicios a el sector educativo, sector salud y sector administrativo; no han incursionado en el mercado del servicio doméstico.</p>

Fuente: Autores.

2.5. ANALISIS DEL ENTORNO

2.5.1. Ámbito cultural

En Colombia culturalmente siempre se ha designado a la mujer las labores domésticas, sea la madre cabeza de hogar, o las empleadas domésticas, por lo

tanto las mujeres de todas partes del país, sean desplazadas por la violencia o mujeres de bajos recursos han laborado como empleadas del servicio doméstico para poder subsistir.

Lo que busca la empresa CLEANERS es dignificar esta labor, brindar la oportunidad de capacitarse, que sean tratados como profesionales del servicio, y con ayuda decreto número 824 de 1988 dignificar esta labor.

2.5.2. Ámbito político

CLEANERS al ser una empresa totalmente nueva se acogerá a la ley 1014 del 26 de enero de 2006, la cual busca fomentar la cultura de emprendimiento entre las personas jóvenes, lo cual es ideal para estudiantes y recién egresados, en esta ley el gobierno mediante organismos dedicados a esta labor, darán soporte a todos los proyectos nuevos de personas emprendedoras, que puedan dar solución a una problemática de municipio, departamento o el país.

Adicionalmente el decreto número 824 de 1988 busca formalizar este trabajo, para que las personas que deseen laborar en esta área que son los servicios domésticos, cuenten con salario mínimo, prestaciones sociales, y auxilios.

2.5.3. Ámbito económico

“El segundo sector que más creció en Risaralda durante el año 2014, de acuerdo con el informe de Coyuntura Económica entregado la semana pasada por la Cámara de Comercio de Pereira, fue el de servicios, 5,3%”.

Teniendo en cuenta que el sector económico en el que se encuentra la empresa (servicio) se debe tomar esto para volverlo una fortaleza para la empresa, y si se observa esta empresa como pionera en la región, se le puede ver un buen potencial si se tiene en cuenta el análisis de precios realizado, y que parte del

ámbito económico de la empresa se finalizara en el módulo financiero; conociendo que el principal objetivo económico de una empresa, es generar rentabilidad y ser estable en sus finanzas.

3. CAPITULO III: MODULO TECNICO

3.1. ANALISIS DE LA INVERSION

CLEANERS es una organización que quiere posicionarse en el mercado, por tanto debe generar confianza en sus clientes potenciales y brindarles espacios agradables para que conozcan más sobre la actividad de la empresa, para lograrlo CLEANERS contara con una oficina ubicada estratégicamente en la ciudad de Pereira, la cual contara con una sala de espera, una oficina para el contador, una oficina para el gerente y una sala adecuada para realización de capacitaciones, actividades de selección de personal, juntas y todas aquellas actividades que correspondan al departamento de logística. Para esto se debe contar con los siguientes activos:

Tabla 11. Activos de la empresa CLEANERS

Activo	Valor Unitario	Cantidad requerida	Total
Silla de escritorio giratoria	\$ 100.000	4	\$ 400.000
Sala de espera (4 personas)	\$ 1.600.000	1	\$ 1.600.000
Archivador metálico	\$ 255.000	4	\$ 1.020.000
Escritorio de oficina	\$ 230.000	4	\$ 920.000
Mesa de juntas (8 personas)	\$ 2.600.000	1	\$ 2.600.000
Silla de espera	\$ 45.000	4	\$ 180.000
Computador de mesa	\$ 1.200.000	4	\$ 4.800.000
Celular	\$ 400.000	2	\$ 800.000
Teléfono	\$ 116.900	1	\$ 116.900
Impresora multifuncional	\$ 210.300	1	\$ 210.300
Video proyector	\$ 300.000	1	\$ 300.000
		Total	\$ 12.947.200

Fuente: Autores

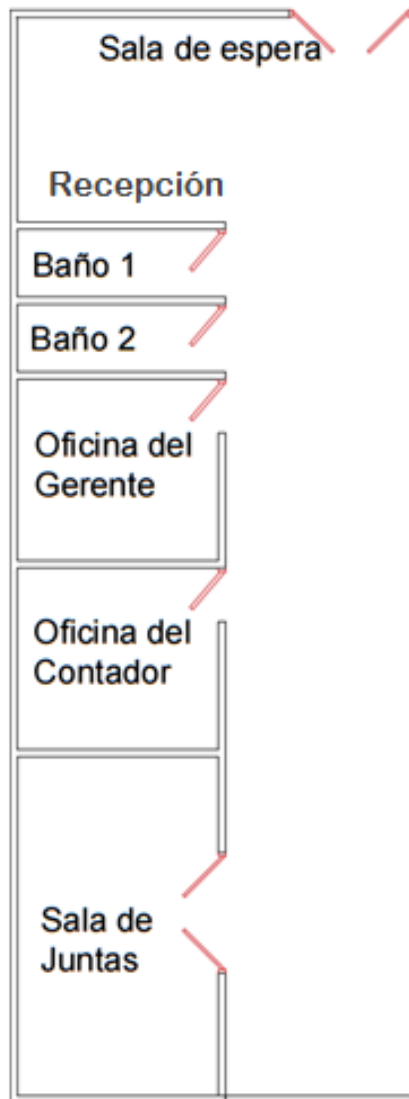
3.2. DISEÑO INTERNO DE LA EMPRESA

La oficina de la empresa CLEANERS debe contar con las siguientes dimensiones 4,8m de ancho y 15,4m de largo, para un total de 73,92 m² distribuidos de la siguiente manera:

- Dos oficinas de igual tamaño, una para el administrador y otra para el contador, cada una con 3m de ancho y 2,7 m de largo.
- Dos baños de igual tamaño uno para hombres y otro para mujeres, cada uno de 3m²
- Una recepción de 3m de ancho y 3 m de largo, que contara con una cómoda sala de espera.
- Una sala para la ejecución de diversas actividades de 15m².
- Un pasillo de 1,8 m de ancho por 15,4 m de largo, el cual recorrerá todas las instalaciones del lugar.

A continuación se muestra la distribución de la oficina descrita con las respectivas especificaciones:

Ilustración 10: Diseño interno de la empresa CLEANERS



Fuente: Autores

3.3. MACROLOCALIZACION

La empresa CLEANERS se instalará en la ciudad de Pereira ya que la ciudad de Pereira carece de una empresa de este tipo y existen clientes potenciales para este tipo de servicios que se prestará.

3.4. MICROLOCALIZACION

Analizando el punto más estratégico para la ubicación de la oficina de la empresa CLEANERS se consideró pertinente ubicarla en el centro de la ciudad de Pereira especialmente a los alrededores de la plaza de Bolívar ya que esta es emblema de la ciudad y es un punto de alta afluencia de personas

Pero antes de hacer la anterior afirmación, se identificaron tres alternativas posibles de localización del proyecto; contiguo a la plaza de Bolívar del centro de Pereira, Avenida 30 de agosto al frente de postres Don Jacobo y en las afueras de la ciudad en cerritos, en la plazoleta castilla.

Ubicar la empresa CLEANERS junto al centro comercial Bolívar Plaza, en el diario del Otún, proporciona ventaja en el aprovechamiento del flujo de personas que transita el centro diariamente, el flujo de personas en el centro habitualmente es constante, lo cual podría ser un factor relevante para el aumento de ventas.

La avenida 30 de agosto es una zona bastante transcurrida principalmente en automóvil o medio de transporte automotriz, dado que esta atraviesa prácticamente toda la ciudad, por lo que sería un punto donde se podría ver fácilmente la empresa y se daría a conocer más fácilmente.

En las afueras de la ciudad, en cerritos plazoleta castilla, teniendo visión a futuro, dado que la ciudad se expande constantemente hacia este sector, también se tiene la ventaja de que esta vía se conecta con otros municipios y es una vía nacional muy transitada por lo que servirá para ser un gran punto visible.

Se realizará el método de ponderación de factores para determinar la localización óptima, teniendo en cuenta las siguientes variables a evaluar: visibilidad de puesto, flujo de personas, disponibilidad de espacio y facilidad de desplazamiento

La calificación se hará en una escala de 1 a 5, siendo 5 la mayor calificación y 1 la menor, con el fin de identificar cada una de las localizaciones alternativas, cada uno de los factores relevantes para determinar su selección y por último elegir la localidad óptima determinada por el puntaje más alto.

3.4.1. Valoración de los factores:

Tabla 12. Variables que definen la Micro localización de la empresa

Factor	Visibilidad de La Empresa	Flujo de Personas	Disponibilidad de Espacio	Distancia	Total
Localización					
Centro (Diario del Otún)	4	5	4	4	17
Av. 30 de agosto (Frente a Don Jacobo)	4	3	4	3	14
Cerritos Plazoleta castilla	4	2	4	2	12

Fuente: Autores

3.4.2. Localización Óptima

Los resultados arrojados muestran que la localización óptima de la empresa CLEANERS es en el centro de la ciudad de Pereira en el edificio Diario del Otún, puesto que fue la alternativa de localización con mayor puntaje en la evaluación de factores determinantes, destacándose entre ellos la gran cantidad de flujo de personas y la distancia, lo que beneficiaría el aumento de ventas y la facilidad de ser reconocida por la zona donde se ubicara.

3.5. ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS

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

Primero se definirán los gastos, cabe recordar que estos son los egresos de dinero que la empresa paga con el fin de producir un bien o servicio, y a diferencia de los costos estos van asociados a la parte administrativa, y gastos operacionales.

Tabla 13. Gastos ligados a la empresa

	Gastos ligados a la empresa	Variable	Fijo
Gastos administrativos	Gerente		X
	Contador		X
	Secretaria		X
	Director logística		X
	Profesionales del servicio domestico		X
	Compra de suministros		X
Gastos operacionales	Renta de oficina		X
	Servicios públicos		X
	Capacitaciones		X

Fuente: Autores.

Como se puede apreciar en la anterior tabla todos los gastos de la empresa CLEANERS son fijos, los gastos administrativos incluyen los salarios del personal y todos aquellos elementos necesarios para el desarrollo de la actividad económica de la empresa; los gastos operacionales incluye todo aquello necesario para el funcionamiento de la empresa.

A continuación se liquida la nómina de la empresa, teniendo en cuenta o estipulado por la ley, no se tiene en cuenta el salario de las profesionales del servicio ya que el número exacto de profesionales del servicio doméstico a contratar se conocerá en el desarrollo del módulo financiero.

Tabla 14. Liquidación de nómina CLENAERS

CARGO	DEVENGADO			DEDUCCIONES			NETO PAGADO
	Sueldo Básico	Auxilio de Transporte	Total Devengado	Salud	Pensión	Total Deducciones	
Gerente	\$ 1.600.000	\$ 0	\$ 1.600.000	\$ 64.000	\$ 64.000	\$ 128.000	\$ 1.472.000
Director de Logística	\$ 1.400.000	\$ 0	\$ 1.400.000	\$ 56.000	\$ 56.000	\$ 112.000	\$ 1.288.000
Contador	\$ 1.000.000	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 920.000
Secretaria	\$ 644.350	\$ 74.000	\$ 718.350	\$ 25.774	\$ 25.774	\$ 51.548	\$ 666.802
Total	\$ 4.644.350	\$ 74.000	\$ 4.718.350	\$ 185.774	\$ 185.774	\$ 371.548	\$ 4.346.802

Fuente: Autores

Los salarios de cada uno de los cargos se establecieron teniendo en cuenta los salarios ofrecidos por otras empresas que al igual que CLEANERS están incursionando en el mercado.

En la siguiente tabla se liquidan las apropiaciones de nómina exigidas por la ley

Tabla 15. Apropiaciones de nómina CLEANERS

APROPIACIONES DE NOMINA	
Seguridad Social	
Salud	\$ 394.770
Pensión	\$ 557.322
ARL	\$ 24.244
Total Apropiaciones	\$ 976.335

Aportes Parafiscales	
SENA	\$ 92.887
Caja Compensación	\$ 185.774
ICBF	\$ 139.331
Total Parafiscales	\$ 417.992
Prestaciones Sociales	
Prima de Servicios	\$ 393.194
Cesantías	\$ 393.194
Intereses sobre las Cesantías	\$ 47.183
Vacaciones	\$ 193.669
Total Prestaciones	\$ 1.027.241
Total apropiaciones	\$ 2.421.568

Fuente: Autores.

La nómina mensual de la empresa CLEANERS tiene un costo de \$ 6.768.370.

Para establecer los costos fijos totales se debe tener en cuenta los gastos operacionales de la empresa CLEANERS los cuales son arrendamiento servicios públicos y papelería.

Tabla 16. Gastos Fijos CLEANERS

Gasto	Valor
Gastos Nomina	\$ 6.768.370
Arrendamiento	\$ 1.000.000
Servicios Públicos	\$ 320.000
Papelería	\$ 50.000
Total	\$ 8.138.370

Fuente: Autores.

Los costos fijos totales de la empresa CLENAERS son de \$ 8.138.370

4. CAPITULO IV: MODULO ADMINISTRATIVO

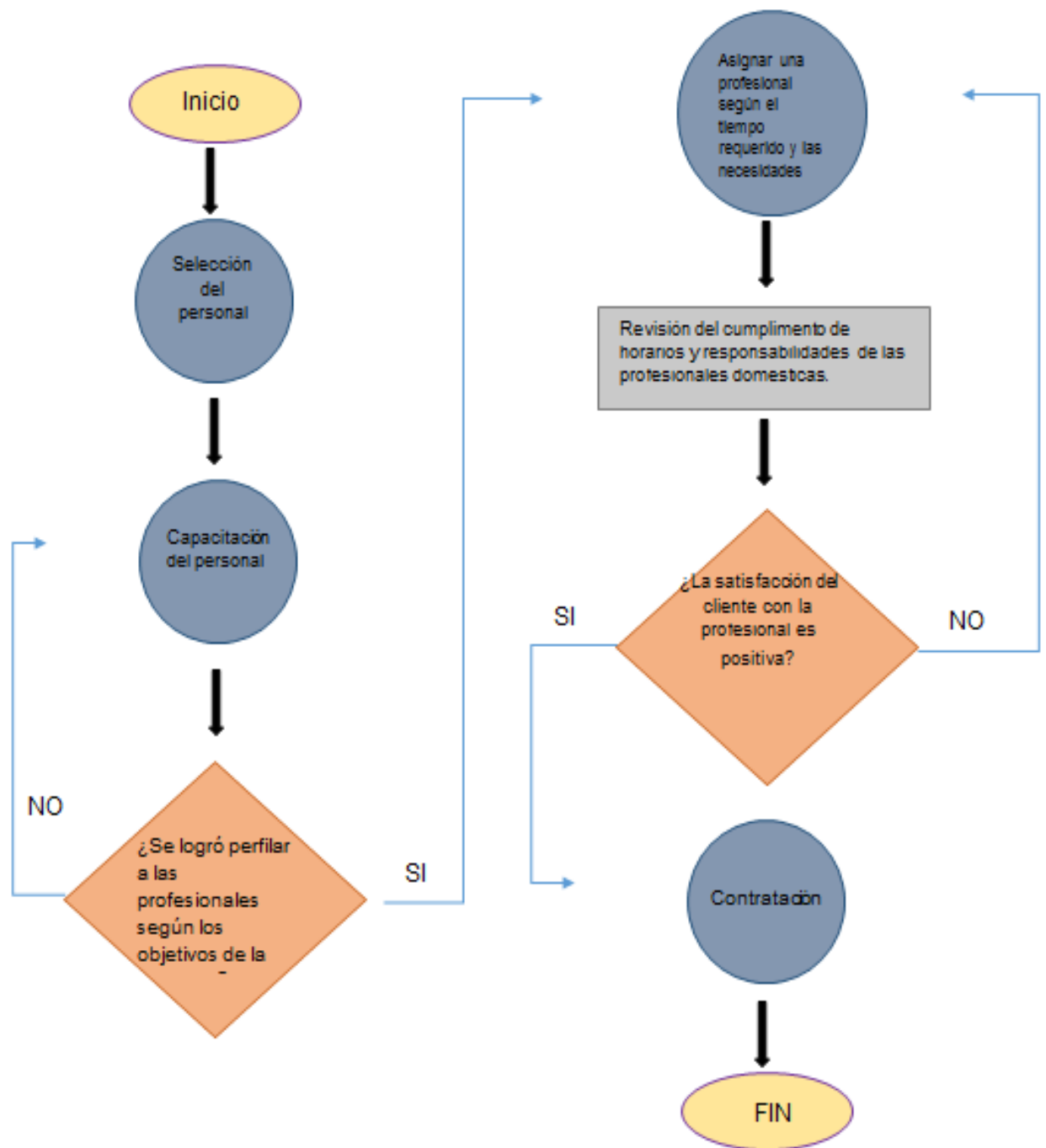
4.1. FLUJOGRAMA DE PROCESOS

El flujo grama de procesos permite apreciar de manera gráfica como se llevaran a cabo los procesos internos de la empresa facilitando el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Los principales objetivos de la empresa son: brindar a los clientes un excelente servicio y garantizar su preferencia por la empresa misma, dándole un trabajo digno a los profesionales del servicio doméstico, sustento económico, prestaciones sociales, todo esto para garantizar el funcionamiento continuo de la organización.

Teniendo en cuenta lo anterior se diseñara un flujo grama, que permitirá tener el orden adecuado para la realización de todas las actividades y así mismo se podrá implementar un sistema que controle todas las actividades de manera más eficiente, con el fin de garantizar el mejoramiento continuo de la empresa. A continuación puede visualizarse el flujo grama de procesos de la empresa CLEANERS.

Ilustración 11. Flujo grama de Procesos de la empresa CLEANERS



Fuente: Autores.

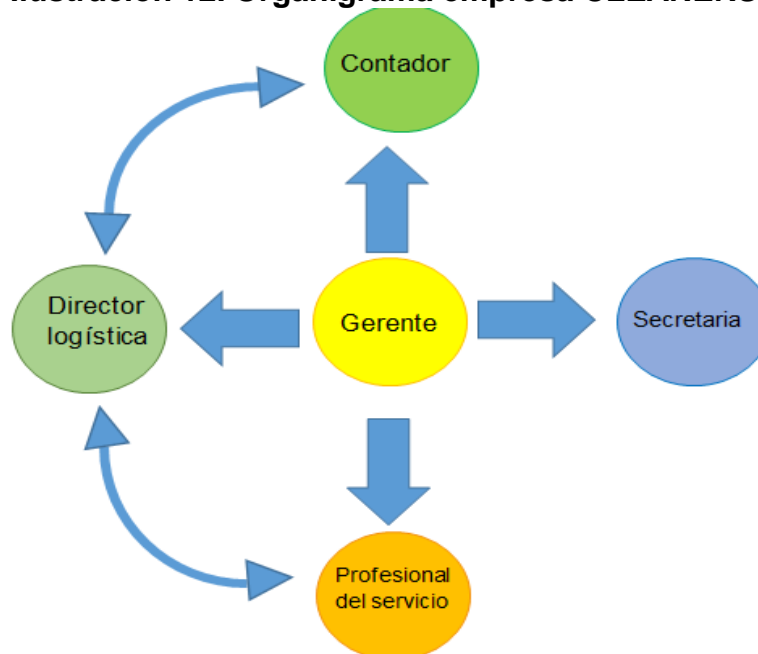
En este se observa la importancia de la capacitación del personal, pues de esta manera se busca mejorar las aptitudes y habilidades de los profesionales del servicio y a su vez vincularlos de manera más cercana con las metas organizacionales de la empresa, por otro lado es importante resaltar que la

satisfacción del cliente permite evaluar si la selección del personal y la capacitación se está realizando de manera adecuada, por eso se observa que la capacitación y selección de personal van ligados con la satisfacción del servicio prestado por la empresa.

4.2. ORGANIGRAMA

Un organigrama permite analizar la estructura de la empresa, tanto de manera informativa ya que nos ofrece datos acerca de las características a nivel general de la empresa y administrativa pues nos brinda la estructura jerárquica de la empresa, las funciones y competencias según los departamentos en el cual está dividida la empresa.

Ilustración 12. Organigrama empresa CLEANERS



Fuente: Autores.

Este organigrama es sencillo debido a que es pequeña empresa, y por lo tanto el número de cargos son muy reducidos, este es un organigrama circular en el que el

centro del mismo es la autoridad más importante de la empresa, en este caso el gerente y a partir de él se forman círculos en los cuales están los profesionales del servicio, secretaria, contador y director de logística.

Claramente se escogió este estilo debido que se muestra de una manera sencilla el orden jerárquico, la forma en la que se pretende que esta funcione y la relación que tiene el gerente con cada uno de los cargos; así mismo se logra observar gráficamente el cargo de los profesionales del servicio, aunque no son una línea de mando dentro del organigrama, los profesionales del servicio son la razón de ser de la empresa y resulta de manera pertinente mostrar la importancia a través de él mismo; también brinda como ventaja tener una comunicación directa con cada uno de los cargos que hay en la empresa y muestra la importancia de la comunicación puesto que permite que el director de logística, el contador y las profesionales de servicio tengan interacción.

4.3. DESCRIPCION DE PERFILES Y CARGOS

4.3.1. Perfil del gerente

I.UNIDAD: Administrativa

II. TITULO DEL PUESTO: GERENTE

III. FUNCION BASICA: Planear, dirigir y controlar las actividades administrativas de la empresa. Supervisando, contralando y fomentando el conocimiento de todos los integrantes de la misma empresa.

IV. FUNCIONES:

1. Posesionarse con liderazgo para realizar reuniones periódicamente con los colaboradores de la empresa, para evaluar los resultados de la gestión de la empresa.
2. Establecer un clima organizacional agradable dentro de la empresa para el buen desarrollo de las actividades dentro de la organización.
3. Coordinar la liquidación de salarios, prestaciones sociales y aportes legales de los colaboradores.
4. Fundar estrategias que permitan desarrollar y promover las habilidades intelectuales, sociales y ambientales de los colaboradores.
5. Cuidar por el cumplimiento de normativas internas.
6. Mantener la perfección en la prestación de servicios de la empresa.
7. Tomar la responsabilidad del reclutamiento y selección del personal.

V.SUPERVISIÓN:

Recibida de: Nadie

Ejercida a: contador, recepcionistas, profesionales del servicio doméstico y director de logística.

VI.RELACIONES:

Con el contador, la recepcionista, las profesionales del servicio doméstico y el director de logística, para establecer las actividades correspondientes a sus funciones y solucionar los problemas que ellos presenten. Y con los clientes para atender las inquietudes, quejas o reclamos.

VII. REQUISITOS:

Experiencia: Dos años como administrador o director administrativo en una empresa.

Capacitación:

Relaciones humanas

Liderazgo

Gestión del talento

Trabajo en equipo

Habilidades:

Toma de decisiones

Manejo de recursos humanos

Capacidad de negociación

Administración del tiempo

VIII. RESPONSABILIDADES:

Documentación e información: Por la información y documentación que maneje en su cargo.

Económica: Responder por el patrimonio de la empresa y por todo documento o acta que firme.

4.3.2. Perfil del director de logística

I.UNIDAD: Logística

II. TITULO DEL PUESTO: DIRECTOR DE LOGÍSTICA

III. FUNCION BASICA:

Proveer y atender eficientemente los requerimientos del cliente interno y externo de la empresa, así como planificar dirigir y controlar todas las actividades del sistema de abastecimiento con el objetivo de satisfacer los requerimientos del cliente interno y externo, con calidad y al menor costo

IV. FUNCIONES:

1. Establecer los requerimientos del cliente externo e interno de la empresa
2. Atender a los clientes externos generando en ellos fidelidad hacia a la empresa.
3. Entender al cliente interno generando en ellos sentido de pertenencia hacia la empresa
4. Planificar una cadena de abastecimiento que permita el óptimo funcionamiento de la empresa
5. Desempeñar con las funciones que indique el gerente y las que implique el cargo.
6. Realizar estudios que permitan a la empresa funcionar con calidad y a un costo rentable
7. Cumplir con las normas establecidas por la empresa.
8. Plantear informes periódicamente de las actividades realizadas.

V.SUPERVISIÓN:

Recibida de: Gerente

Ejercida a: Trabajadoras domesticas

VI.RELACIONES:

Con el gerente para suministrar la información del funcionamiento de la cadena de abastecimiento.

Con el contador para realizar las órdenes de compra necesarias para el óptimo funcionamiento de la empresa

VII. REQUISITOS:

Experiencia: Dos años en el área de logística ya sea en una empresa de producción o de prestación de servicios.

Capacitación:

Liderazgo

Gestión del talento

Habilidades:

Toma de decisiones

Comunicación asertiva

Capacidad para negociar

Realizar cálculos numéricos

Manejo de recursos humanos

VIII. RESPONSABILIDADES:

Documentación e información: Por los documentos e información que se presente ante las entidades estatales.

Económica: Por el equipo que utilice en las labores de su cargo.

4.3.3. Perfil del contador

I. UNIDAD: Administrativa

II. TITULO DEL PUESTO: CONTADOR

III. FUNCION BASICA:

Ejercer, coordinar y proponer los sistemas contables de la empresa y velar por su permanente actualización.

IV. FUNCIONES:

1. Preparar la declaración de ingresos y patrimonio de industria y comercio de la empresa, para presentar a las entidades estatales.

2. Desempeñar con las funciones que indique el gerente y las que implique el cargo.
3. Procesar estudios para formular estrategias de carácter contable.
4. Cumplir con las normas establecidas por la empresa.
5. Plantear informes periódicamente de las actividades realizadas.

V.SUPERVISIÓN:

Recibida de: Gerente

VI.RELACIONES:

Con el gerente para suministrar la información contable y la situación financiera de la empresa y las operaciones que se realizan en la empresa.

VII. REQUISITOS:

Experiencia: Dos años como contador.

Habilidades:

Tomar decisiones

Verificar Sistemas contables

Realizar cálculos numéricos

VIII.RESPONSABILIDADES:

Documentación e información: Por los documentos e información que se presente ante las entidades estatales.

Económica: Por el equipo que utilice en las labores de su cargo.

4.3.4. Perfil de la secretaria

I.UNIDAD: Administrativa

II. TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA

III. FUNCION BASICA:

Trabajo que consiste en las actividades de recepcionista de la gerencia administrativa, como lo son informar y atender de manera formal y prudente a las personas que visiten la empresa, también recibir llamadas y correspondencias, llevar una agenda organizada al día de todas las actividades pendientes de la empresa.

IV. FUNCIONES:

1. Recibir, clasificar y distribuir la correspondencia, documentos e informes.
2. Atender al público y colaboradores de la empresa; recibir y hacer llamadas telefónicas.
3. Cuidar por el buen uso del equipo de oficina que se encuentra a su cargo.
4. Cumplir con las normativas de la empresa.

5. Atender a un adecuado comportamiento dentro y fuera de la organización.

V.SUPERVISIÓN:

Recibida de: Gerente

VI.RELACIONES:

Con el gerente para acatar instrucciones, supervisión de sus labores y además proporcionarles información y documentación que requiera en determinado momento. Y con los clientes para atender e informar al público.

VII. REQUISITOS:

Experiencia: 6 meses en labores de secretaria

Capacitación:

Redacción de informes

Servicio al cliente

Relaciones humanas

Habilidades:

Comunicación efectiva

Habilidad social y conceptual

VIII.RESPONSABILIDADES:

Documentación e información: Por los documentos e información que manipule en el desempeño de su cargo.

Económica: por el equipo que utilice en las labores de su cargo

4.3.5. Perfil del profesional de servicios domésticos

I.UNIDAD: Servicio

II. TITULO DEL PUESTO: PROFESIONAL DEL SERVICIO DOMESTICO

III. FUNCION BASICA:

Prestar un servicio de calidad con amabilidad y eficiencia, cumpliendo así con los requerimientos exigidos por los clientes.

IV. FUNCIONES:

1. Preparar la declaración de ingresos y patrimonio de industria y comercio de la empresa, para presentar a las entidades estatales.
2. Velar por el cuidado de los elementos que a su cargo estén y que hagan parte de los elementos de trabajo.
3. Cumplir con el horario de trabajo asignado.
4. Informar cualquier novedad ocurrida a los equipos y zonas bajo su cuidado.

5. Solicitar oportunamente los elementos necesarios para el desempeño de sus funciones.
6. Desempeñar con responsabilidad, esmero, y eficiencia las funciones.
7. Demostrar excelentes relaciones humanas, manteniendo la cordialidad y el respeto por el personal de la institución y el alumnado en general.
8. Cumplir con las normas establecidas por la empresa.

V.SUPERVISIÓN:

Recibida de: Gerente y Director de Logística

VI.RELACIONES:

Con el gerente para informar cualquier anomalía o inquietud

Con el director de logística para informar sobre los servicios prestados y mantener un flujo de abastecimiento adecuado

VII. REQUISITOS:

Experiencia: Un año como prestadora de servicios domésticos

Capacitación:

Servicio al cliente

Habilidades:

Comunicación Asertiva

Servicio al cliente

Eficiencia

VIII.RESPONSABILIDADES:

Documentación e información: Ninguna

Económica: Por el equipo que utilice en las labores de su cargo.

5. CAPITULO V: MODULO FINANCIERO

5.1. PUNTO DE EQUILIBRIO

Establecer el punto de equilibrio es esencial para cualquier empresa, ya que permite conocer en el caso de la empresa CLEANERS el número de servicios mensuales que debe prestar para no tener pérdidas ni ganancias, en base a este punto de equilibrio se fijan las metas de ventas para obtener la rentabilidad deseada.

En primera medida se determinó un porcentaje de participación de los servicios ofrecidos por la empresa CLEANERS, estos porcentajes se establecieron de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los clientes potenciales, por ser la limpieza total la que más contratarían las personas encuestadas se le dará a esta el mayor peso porcentual, la limpieza express y total se les dará el mismo peso porcentual. La participación en el mercado de cada uno de los servicios queda definida de la siguiente manera

Tabla 17. Participación en el mercado de los productos ofrecidos por CLEANERS

Tipo de Limpieza	Participación en el mercado
Limpieza Express	30%
Limpieza Completa	30%
Limpieza Total	40%

Fuente: Autores.

Teniendo en cuenta los porcentajes de participación en el mercado de cada uno de los servicios, se procede a calcular el punto de equilibrio con la siguiente formula

$$P_e = \frac{\text{Gastos fijos totales}}{\sum MC_u \cdot Mez ud}$$

Donde

MC_u = Margen de contribución unitario

$Mez ud$ = Mezcla en el mercado

Tabla 18. Cálculos para hallar el punto de equilibrio

Tipo de limpieza	Precio	Gasto	Margen de Contribución Unitaria	Participación en el mercado	Mcu*PM
Limpieza Express	\$ 540.000	\$ 289.980	\$ 250.020	30%	75006
Limpieza Completa	\$ 405.000	\$ 289.980	\$ 115.020	30%	34506
Limpieza Total	\$ 540.000	\$ 386.640	\$ 153.360	40%	61344

Fuente: Autores.

De la anterior tabla se debe tener en cuenta que el precio estipulado para cada tipo de limpieza se saca con el supuesto realizado en el numeral 2.3.6 análisis de precios. Donde se calcula el tiempo que tarda una persona estandar para hacer cada una de las limpiezas en un lugar de 90m².

Tabla 19. Precio de los productos ofrecidos por CLEANERS para un espacio de aproximadamente 90m²

Tipo de Limpieza	Tiempo	Precio
Limpieza express	120 min	\$20.000
Limpieza completa	240 min	\$30.000
Limpieza total	480 min	\$60.000

Fuente: Autores.

El valor de la columna gasto corresponde al costo por hora que le genera a CLEANERS contratar una profesional del servicio domestico, de acuerdo al numeral 2.3.6 análisis de precios el costo de contratacion mensual de un profesional del servicio domestico es de \$ 966.564,

El margen de contribución unitaria resulta de restar el precio y el gasto.

Reemplazando en la fórmula de punto de equilibrio los valores obtenidos en el numeral 3.5 estructura de costos fijos y el valor de $M_{cu} \cdot PM$ de cada servicio se obtiene:

- Limpieza Express

$$P_e = \frac{8.138.369}{75.006}$$

$$P_e = 109 \text{ servicios por mes}$$

- Limpieza Completa

$$P_e = \frac{8.138.369}{34.506}$$

$$P_e = 236 \text{ servicios por mes}$$

- Limpieza Total

$$P_e = \frac{8.138.369}{61.344}$$

$$P_e = 133 \text{ servicios por mes}$$

De acuerdo a los anteriores cálculos para que la empresa CLENAERS esté en su punto de equilibrio debe vender 477 servicios por mes distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 20. Punto de equilibrio.

Tipo de limpieza	Numero de servicios por mes
Limpieza Express	109
Limpieza Completa	236
Limpieza Total	133

Fuente: Autor

5.2. PROYECCION DE VENTAS

Para calcular la proyección de ventas de la empresa CLEANERS, como primer paso se utilizara el portafolio de productos ofrecidos que esencialmente son 3, la limpieza express, completa y total, y segundo tener un salario mínimo establecido para los 5 años siguientes.

Se tuvo en cuenta el incremento porcentual del salario mínimo desde 2011 para crear estos supuestos dado que ha estado oscilando desde 4% hasta 5.8% de incrementos anuales, por lo que se tomó un promedio de 4,55% de incremento porcentual al salario mínimo colombiano para los 5 años siguientes al 2015.

Tabla 21. Tendencia de incremento del salario mínimo en Colombia 2013-2020

Año	Salario mínimo	Incremento %	Incremento \$
2013	\$589.500,00	4,50%	\$26.527,50
2014	\$616.027,50	4,60%	\$28.337,27
2015	\$644.364,77	4,55%	\$29.318,60
2016	\$673.683,36	4,55%	\$30.652,59
2017	\$704.335,95	4,55%	\$32.047,29
2018	\$736.383,24	4,55%	\$33.505,44
2019	\$769.888,68	4,55%	\$35.029,93
2020	\$804.918,61	4,55%	\$36.623,80

Fuente: autores

Ahora se tomaran los valores de los precios de los productos calculados anteriormente en el punto de análisis de precios y también tendrán el mismo incremento utilizado para los salarios mínimos.

Tabla 22. Incremento aproximado de precios para los próximos 5 años de los productos ofrecidos por la empresa CLEANERS

Año	Limpieza express	Limpieza completa	Limpieza total
2015	\$15.000,00	\$25.000,00	\$50.000,00
2016	\$15.682,15	\$26.137,50	\$52.275,00
2017	\$16.396,05	\$27.326,75	\$54.653,51

2018	\$17.142,04	\$28.570,11	\$57.140,25
2019	\$17.922,00	\$29.870,05	\$59.740,13
2020	\$18.737,45	\$31.229,13	\$62.458,30

Fuente: autores

Adicional a todo esto y de acuerdo al punto de equilibrio, la empresa tiene como metas principales lograr:

- La empresa debe lograr 800 servicios mensuales de los cuales el 30% se espera que sean de limpieza express, 30% limpieza completa, 40% limpieza total, a continuación se presentara una tabla con la cantidad en unidades de servicios prestados:

Tabla 23. Numero de servicios que espera prestar la empresa CLEANERS por mes

Tipo de limpieza	Numero de servicios por mes
Limpieza Express	240
Limpieza Completa	240
Limpieza Total	320

Fuente: autores

- Anualmente la empresa mediante el buen servicio, calidad y publicidad debe lograr un aumento del 12% en las ventas anuales.

Las ventas de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años, de acuerdo a todos los valores tomados en cuenta serán:

Tabla 24. Proyección de ventas de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	Ventas mensuales	Ventas Anuales
2015	\$31.200.000,00	\$374.400.000,00
2016	\$34.944.000,00	\$419.328.000,00
2017	\$36.533.952,00	\$438.407.424,00

2018	\$38.196.246,82	\$458.354.961,79
2019	\$39.934.176,05	\$479.210.112,55
2020	\$41.751.181,06	\$501.014.172,67

Fuente: Autores

Debido a los cambios drásticos que se generan en el mercado, a continuación se plantea dos escenarios de ventas: uno pesimista donde se estima se realicen la mitad de las ventas esperadas y otro optimista donde las ventas pudiesen llegar a aumentar un 20%.

Escenario pesimista:

Tabla 25. Proyección de ventas (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	Ventas mensuales	Ventas Anuales
2015	\$15.600.000,00	\$187.200.000,00
2016	\$17.472.000,00	\$209.664.000,00
2017	\$18.266.976,00	\$219.203.712,00
2018	\$19.098.123,41	\$229.177.480,90
2019	\$19.967.088,02	\$239.605.056,28
2020	\$20.875.590,53	\$250.507.086,34

Fuente: Autores

Escenario optimista:

Tabla 26. Proyección de ventas (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	Ventas mensuales	Ventas Anuales
2015	\$37.440.000,00	\$449.280.000,00
2016	\$41.932.800,00	\$503.193.600,00
2017	\$43.840.742,40	\$526.088.908,80
2018	\$45.835.496,18	\$550.025.954,15
2019	\$47.921.011,26	\$575.052.135,06
2020	\$50.101.417,27	\$601.217.007,21

Fuente: Autores

5.3. PROYECCION DE GASTOS

Para la proyección de los gastos se tiene como punto de partida el porcentaje correspondiente al IPC (índice de precios al consumidor), se toma como referencia las proyecciones hechas por el grupo HELM, según estas el IPC se comportara de la siguiente manera en los siguientes 5 años.

Tabla 27. Proyección del IPC en Colombia para los próximos 5 años

Año	Porcentaje
2016	3,20%
2017	3,20%
2018	3,25%
2019	3,25%
2020	3,25%

Fuente: Banco Helm

Tomado como referencia las proyecciones del IPC y teniendo en cuenta los gastos fijos calculados en el numeral 3.5 estructura de costos fijos, se procede a realizar la proyección de los gastos fijos anuales para la empresa CLENAERS en los próximos 5 años

Tabla 28. Proyección de gastos fijos anuales de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos Nomina	\$ 83.819.494	\$ 86.501.718	\$ 89.313.024	\$ 92.215.697	\$ 95.212.707
Arrendamiento	\$ 12.384.000	\$ 12.780.288	\$ 13.195.647	\$ 13.624.506	\$ 14.067.302
Servicios Públicos	\$ 3.715.200	\$ 3.834.086	\$ 3.958.694	\$ 4.087.352	\$ 4.220.191
Papelería	\$ 619.200	\$ 639.014	\$ 659.782	\$ 681.225	\$ 703.365
Total	\$ 100.537.894	\$ 103.755.106	\$ 107.127.147	\$ 110.608.780	\$ 114.203.565

Fuente: Autores

Para calcular la proyección de los costos que implica contratar a los profesionales del servicio, se tomara en cuenta la proyección de ventas y los incrementos de salarios estipulados en el numeral 5.2. Proyección de ventas

Tabla 29. Proyección de costos anuales de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	2016	2017	2018	2019	2020
Limpieza Express	\$ 32.338.570	\$ 33.809.975	\$ 35.348.328	\$ 36.956.677	\$ 38.638.206
Limpieza Total	\$ 64.677.139	\$ 67.619.949	\$ 70.696.657	\$ 73.913.355	\$ 77.276.412
Limpieza Completa	\$ 172.472.371	\$ 180.319.864	\$ 188.524.418	\$ 197.102.279	\$ 206.070.433
Total	\$ 269.488.080	\$ 281.749.788	\$ 294.569.403	\$ 307.972.311	\$ 321.985.051

Fuente: Autores

Escenario Pesimista:

Tabla 30. Proyección de costos anuales (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	2016	2017	2018	2019	2020
Limpieza Express	\$ 16.169.285	\$ 16.904.987	\$ 17.674.164	\$ 18.478.339	\$ 19.319.103
Limpieza Total	\$ 32.338.570	\$ 33.809.975	\$ 35.348.328	\$ 36.956.677	\$ 38.638.206
Limpieza Completa	\$ 86.236.186	\$ 90.159.932	\$ 94.262.209	\$ 98.551.139	\$103.035.216
Total	\$ 134.744.040	\$ 140.874.894	\$ 147.284.701	\$ 153.986.155	\$160.992.525

Fuente: Autores

Escenario Optimista:

Tabla 31. Proyección de costos anuales (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	2016	2017	2018	2019	2020
Limpieza Express	\$ 38.806.284	\$ 40.571.969	\$ 42.417.994	\$ 44.348.013	\$ 46.365.847

Limpieza Total	\$ 77.612.567	\$ 81.143.939	\$ 84.835.988	\$ 88.696.026	\$ 92.731.695
Limpieza Completa	\$ 206.966.845	\$ 216.383.837	\$ 226.229.301	\$ 236.522.735	\$ 247.284.519
Total	\$ 323.385.696	\$ 338.099.745	\$ 353.483.284	\$ 369.566.773	\$ 386.382.061

Fuente: Autores

5.4. PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS

Para la realización del estado de resultados de la empresa primero debió tomarse los datos de numerales anteriores, con el fin de saber cuánta utilidad debe presentar la empresa teniendo en cuenta que esta se ampara bajo la ley 1429 de 2010 donde esta dicta que las pequeñas empresas gozaran de un beneficio tributario en el cual los 2 primeros años se paga el 0% de los impuestos, el tercer año se paga el 25%, el cuarto año se paga el 50% de los impuestos, el quinto años el 75% y finalmente se paga el 100% el sexto año

Tabla 32. Proyección de estado de resultados de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$419.328.000,00	\$438.407.424,00	\$458.354.961,79	\$479.210.112,55	\$501.014.172,67
(-)Gastos Fijos	\$100.537.894,00	\$103.755.106,00	\$107.127.147,00	\$110.680.780,00	\$114.203.565,00
(-)Gastos Variables	\$269.488.080,00	\$281.749.788,00	\$294.569.403,00	\$307.972.311,00	\$321.985.051,00
Utilidad operacional	\$49.302.026,00	\$52.902.530,00	\$56.658.411,00	\$60.557.021,00	\$64.825.556,67
(-)Gastos financieros					
Utilidad antes de Impuestos	\$49.302.026,00	\$52.902.530,00	\$56.658.411,00	\$60.557.021,00	\$64.825.556,67
(-)Impuestos			\$4.249.380,00	\$5.955.280,619	\$19.447.667

Utilidad neta	\$49.302.026,00	\$52.902.530,00	\$52.409.030,00	\$33.746.590,17	\$45.377.889,67

Fuente: Autores

Como se observar, de ser así el estado de resultados de la empresa CLEANERS, esta obtendrá buena rentabilidad y por tanto un rápido crecimiento.

Escenario Pesimista:

Tabla 33. Proyección de estado de resultados (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$209.664.000,00	\$219.203.712,00	\$229.177.480,00	\$239.605.056,00	\$250.507.086,00
(-)Gastos Fijos	\$100.537.894,00	\$103.755.106,00	\$107.127.147,00	\$110.680.780,00	\$114.203.565,00
(-)Gastos Variables	\$ 134.744.040	\$ 140.874.894	\$ 147.284.701	\$ 153.986.155	\$160.992.525
Utilidad operacional	(\$ 25.617.934)	(\$ 25.426.288)	(\$ 25.234.368)	(\$ 25.061.879)	(\$ 24.689.004)
(-)Gastos financieros					
Utilidad antes de Impuestos	(\$ 25.617.934)	(\$ 25.426.288)	(\$ 25.234.368)	(\$ 25.061.879)	(\$ 24.689.004)
(-)Impuestos					
Utilidad neta	(\$ 25.617.934)	(\$ 25.426.288)	(\$ 25.234.368)	(\$ 25.061.879)	(\$ 24.689.004)

Fuente: Autores

Escenario Optimista:

Tabla 34. Proyección de estado de resultados (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

	Años				
	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 503.193.600	\$ 526.088.908	\$ 550.025.954	\$ 575.052.135	\$ 601.217.007
(-)Gastos Fijos	\$ 100.537.894	\$ 103.755.106	\$ 107.127.147	\$ 110.680.780	\$ 114.203.565
(-)Gastos Variables	\$ 323.385.696	\$ 338.099.745	\$ 353.483.284	\$ 369.566.773	\$ 386.382.061
Utilidad operacional	\$ 79.270.010	\$ 84.234.057	\$ 89.415.523	\$ 94.804.582	\$ 100.631.381
(-)Gastos financieros					
Utilidad antes de Impuestos	\$ 79.270.010	\$ 84.234.057	\$ 89.415.523	\$ 94.804.582	\$ 100.631.381
(-)Impuestos			\$ 6.706.164	\$14.220.687	\$30.189.414
Utilidad neta			\$ 82.709.358	\$ 80.583.894	\$70.441.966

Fuente: Autores

5.5. EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

Para realizar una acertada evaluación financiera del proyecto se utilizaran dos métodos de evaluación el primero de ellos es el Valor Presente Neto (VPN) el cual medirá cuánto valor es creado o adicionado por llevar a cabo la inversión en la empresa CLEANERS. El segundo método a utilizar es la Tasa Interna de Retorno (TIR) esta es la tasa real que proporciona el proyecto de inversión CLEANERS.

Para utilizar los métodos de evaluación financiera anteriormente mencionados se debe establecer el flujo de caja libre de la empresa para los próximos 5 años, dicho flujo quedo establecido de la siguiente manera:

Tabla 35. Proyección flujo de caja libre de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad operacional	\$49.302.026,00	\$52.902.530,00	\$56.658.411,00	\$60.557.021,00	\$64.825.556,67
(Depreciación)	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610
UAI *	\$ 48.554.416	\$ 52.154.920	\$ 55.910.801	\$ 59.809.411	\$ 64.077.947
(Impuestos)			\$ 4.193.310	\$ 8.971.412	\$ 19.223.384
Utilidad Neta	\$ 48.554.416	\$ 52.154.920	\$ 51.717.491	\$ 50.837.999	\$ 44.854.563
Depreciación	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720
(Inversión Activos Fijos)	\$ 12.947.200				
(Inversión en NOF **)	\$ 20.000.000	\$ 20.640.000	\$ 21.310.800	\$ 22.003.401	\$ 22.718.512
Flujo de Caja Libre	\$ 16.901.936	\$ 32.809.640	\$ 31.701.411	\$ 30.129.318	\$ 23.430.771

Fuente: Autores

*UAI: Utilidad Antes de Impuestos e Intereses

**NOF: Necesidades Operativas de Fondos

Para la realización del flujo de caja libre de la empresa CLEANERS se tuvo en cuenta lo siguiente:

- Los activos fijos de la empresa detallados en el numeral 3.1. Análisis de la inversión, se depreciaron por el método de línea recta, tomando como vida útil 10 años para los bienes inmuebles que en este caso en particular son todos, pues así se encuentra establecido en el decreto 3019 de 1989. En la

siguiente tabla se especifica los cálculos realizados para hallar la depreciación.

Tabla 36. Depreciación de los activos de la empresa CLEANERS

Activo	Valor Unitario	Vida Útil (Años)	Depreciación unitaria	Cantidad requerida	Depreciación total
Silla de escritorio giratoria	\$ 100.000	10	\$ 10.000	4	\$ 40.000
Sala de espera (4 personas)	\$ 1.600.000	10	\$ 160.000	1	\$ 160.000
Archivador metálico	\$ 255.000	10	\$ 25.500	4	\$ 102.000
Escritorio de oficina	\$ 230.000	10	\$ 23.000	4	\$ 92.000
Mesa de juntas (8 personas)	\$ 2.600.000	10	\$ 260.000	1	\$ 260.000
Silla de espera	\$ 45.000	10	\$ 4.500	4	\$ 18.000
Computador de mesa	\$ 1.200.000	10	\$ 120.000	4	\$ 480.000
Celular	\$ 400.000	10	\$ 40.000	2	\$ 80.000
Teléfono	\$ 116.900	10	\$ 11.690	1	\$ 11.690
Impresora multifuncional	\$ 210.300	10	\$ 21.030	1	\$ 21.030
Video proyector	\$ 300.000	10	\$ 30.000	1	\$ 30.000
				TOTAL	\$ 1.294.720

Fuente: Autores

- No se especifican interés ya que la empresa iniciara con los aportes de los inversionistas por tanto no tiene presupuestado realizar préstamos a entidades financieras.
- El cálculo de los impuestos se realizó acorde a ley 1429 de 2010 donde se dicta que las pequeñas empresas gozaran de un beneficio tributario en el cual los 2 primeros años se paga el 0% de los impuestos, el tercer año se paga el 25%, el cuarto año se paga el 50% de los impuestos, el quinto años el 75% y finalmente se paga el 100% el sexto año.

- Durante los próximos cinco años CLEANERS presupuesta una inversión en activos fijos la cual será realizada en el primer año.
- Las necesidades operativas de fondos NOF equivalen a un poco más de los gastos fijos de la empresa durante un mes del primer año.
- En el primer año se registra un valor negativo para el flujo de caja libre, esto significa que los egresos superan los ingresos, para el caso del primer año esto no es preocupante ya que durante este periodo la empresa realiza la inversión en activos fijos, pero si esta situación se llegase a presentar en los años siguientes significaría que la empresa está presentando dificultades económicas

Escenario Pesimista:

Tabla 37. Proyección flujo de caja libre (Escenario Pesimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad operacional	(\$ 25.617.934)	(\$ 25.426.288)	(\$ 25.234.368)	(\$ 25.061.879)	(\$ 24.689.004)
(Depreciación)	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610
UAI *	(\$ 26.365.544)	(\$ 26.173.898)	(\$ 25.981.978)	(\$ 25.809.489)	(\$ 25.436.614)
(Impuestos)					
Utilidad Neta	(\$ 26.365.544)	(\$ 26.173.898)	(\$ 25.981.978)	(\$ 25.809.489)	(\$ 25.436.614)
Depreciación	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720
(Inversión Activos Fijos)	\$ 12.947.200				

(Inversión en NOF **)	\$ 20.000.000	\$ 20.640.000	\$ 21.310.800	\$ 22.003.401	\$ 22.718.512
Flujo de Caja Libre	(\$ 58.018.024)	(\$ 45.519.178)	(\$ 45.998.058)	(\$ 46.518.170)	(\$ 46.860.406)

Fuente: Autores

Escenario Optimista:

Tabla 38. Proyección flujo de caja libre (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS para los próximos 5 años

Año	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad operacional	\$ 79.270.010	\$ 84.234.057	\$ 89.415.523	\$ 94.804.582	\$ 100.631.381
(Depreciación)	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610	\$ 747.610
UAI *	\$ 78.522.400	\$ 83.486.447	\$ 88.667.913	\$ 94.056.972	\$ 99.883.771
(Impuestos)			\$ 6.650.093	\$ 14.108.546	\$ 29.965.131
Utilidad Neta	\$ 78.522.400	\$ 83.486.447	\$ 82.017.820	\$ 79.948.426	\$ 69.918.640
Depreciación	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720	\$ 1.294.720
(Inversión Activos Fijos)	\$ 12.947.200				
(Inversión en NOF **)	\$ 20.000.000	\$ 20.640.000	\$ 21.310.800	\$ 22.003.401	\$ 22.718.512
Flujo de Caja Libre	\$ 46.869.920	\$ 64.141.167	\$ 62.001.740	\$ 59.239.745	\$ 48.494.848

Fuente: Autores

5.5.1. Evaluación del proyecto mediante el valor presente neto (VPN)

Como se había dicho el Valor Presente Neto (VPN) es una de los métodos que utilizara la empresa CLENAERS para llevar a cabo la evaluación financiera del proyecto, este método permitirá determinar si la inversión en la empresa cumple con la expectativa de recuperar la inversión y obtener ganancias de esta.

Tabla 39. Calculo valor presente neto y tasa de oportunidad la empresa CLEANERS

Año	Flujos de efectivo	Valor Presente	Tasa de oportunidad	25%
0	(\$ 29.499.095)	(\$ 29.499.095,00)		
1	\$ 16.901.936	\$ 13.521.548,80		
2	\$ 32.809.640	\$ 20.998.169,60		
3	\$ 31.701.411	\$ 16.231.122,39		
4	\$ 30.129.318	\$ 12.340.968,80		
5	\$ 23.430.771	\$ 7.677.795,09		
Valor Presente Neto (VPN)		\$ 10.638.027,96		

Fuente: Autores

Con ayuda de la herramienta Excel, se hicieron los respectivos cálculos para hallar el Valor Presente Neto (VPN), se tomó los flujos de caja calculados anteriormente y se estableció una tasa de oportunidad del 25%. Dando como resultado \$ 10.638.027,96, siendo positivo este resultado es favorable ya que indica que la inversión realizada en la empresa tendrá un buen rendimiento.

Escenario Optimista:

Tabla 40. Calculo valor presente neto y tasa de oportunidad (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS

Año	Flujos de efectivo	Valor Presente	Tasa de oportunidad	40%
0	(\$ 35.398.914)	(\$ 35.398.914,00)		
1	\$ 46.869.920	\$ 33.478.514,29		
2	\$ 64.141.167	\$ 32.725.085,20		
3	\$ 62.001.740	\$ 22.595.386,30		
4	\$ 59.239.745	\$ 15.420.591,68		

5	\$ 48.494.848	\$ 9.016.862,02
Valor Presente Neto (VPN)		\$ 19.135.904,42

Fuente: Autores.

5.5.2. Evaluación del proyecto mediante la tasa interna de retorno (TIR)

Para la aplicación del segundo método de evaluación financiera Tasa Interna de Retorno (TIR), se tomó como base los cálculos realizados en el numeral anterior.

Tabla 41. Calculo tasa interna de retorno de la **empresa CLEANERS**

Año	Flujos de efectivo	Valor Presente	Tasa de oportunidad	33,7%
0	(\$ 29.499.095)	(\$ 29.499.095,00)		
1	\$ 16.901.936	\$ 12.641.687,36		
2	\$ 32.809.640	\$ 18.354.334,85		
3	\$ 31.701.411	\$ 13.264.301,04		
4	\$ 30.129.318	\$ 9.428.957,48		
5	\$ 23.430.771	\$ 5.484.405,35		
Valor Presente Neto (VPN)		\$ 0,00		
Tasa Interna de Retorno (TIR)		33,7%		

Fuente: Autores

Como se puede observar la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 33,7%, este resultado es positivo para CLEANERS y sus inversionistas ya que en el cálculo del Valor Presente Neto se tomó como tasa de oportunidad 25% por tanto el proyecto sobrepasa este valor por 13,7 %, es decir la tasa interna de retorno es superior a la esperada por los inversionistas por se concluye que CLEANERS es un proyecto rentable.

Escenario Optimista:

Tabla 42. Calculo tasa interna de retorno (Escenario Optimista) de la empresa CLEANERS

Año	Flujos de efectivo	Valor Presente	Tasa de oportunidad	57,58%
0	(\$ 35.398.914)	(\$ 35.398.914,00)		
1	\$ 46.869.920	\$ 29.743.571,52		
2	\$ 64.141.167	\$ 25.830.610,16		
3	\$ 62.001.740	\$ 15.845.304,49		
4	\$ 59.239.745	\$ 9.607.464,66		
5	\$ 48.494.848	\$ 4.991.029,33		
Valor Presente Neto (VPN)		\$ 0,00		
Tasa Interna de Retorno (TIR)		57,58%		

Fuente: Autores.

Tabla 43. Resumen indicadores financieros.

	Escenario Esperado	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
VPN	\$ 10.638.027,96	\$ 19.135.904,42	N.A
Tasa de Oportunidad	25%	40%	N.A
TIR	33,70%	57,58%	N.A

Fuente: Autores

En la anterior tabla se resumen los indicadores financieros obtenidos para cada uno de los escenarios planteados, se observa que tanto en el escenario esperado como en el optimista el proyecto CLEANERS es una gran oportunidad de inversión ya que en ambos casos la tasa interna de retorno sobrepasa la tasa de oportunidad esperada por los inversionistas, en cuanto al escenario pesimista no aplica calcular indicadores financieros ya que desde el cálculo del flujo de caja libre se evidencia que ante esta baja en las ventas la empresa CLENAERS no sería rentable.

6. ESTRATEGIA DE MERCADEO

De acuerdo al estudio realizado en el módulo de mercado, específicamente en el marketing mix, se ha establecido una estrategia de marketing la cual permitirá a CLENAERS posicionarse en el mercado y ser la empresa líder en la prestación de servicios domésticos.

Al ser un nuevo segmento de mercado se deben hacer campañas publicitarias que sean claras y contundentes, además deben ser económicas, ya que por ser una nueva empresa no cuenta con los recursos suficientes para publicidades de alto costo.

Como primer paso, se debe hacer publicidad tanto para los clientes potenciales como para los posibles trabajadores de servicio doméstico, en la cual se dé a conocer que a la ciudad ha llegado una nueva empresa en las que ambas partes pueden gozar de beneficios, en el caso de los posibles empleados se debe hacer énfasis en la seguridad laboral que les puede brindar CLEANERS al darles la posibilidad de tener un empleo formal con un salario como lo estipula la ley.

Como segundo paso la empresa CLENAERS tendrá presencia en todas las redes sociales ya que son herramientas de uso máximo, además esto le dará una imagen innovadora puesto que las empresas nuevas buscan ofrecer mejor atención y servicio a los clientes por medio de estas.

El tercer paso a seguir es realizar campaña publicitaria voz a voz, al parecer esta manera de hacer publicidad está siendo olvidada por las compañías, y esta puede ser muy efectiva, aunque existan redes sociales y diversos canales de comunicación que hacen llegar información a los clientes, muchas veces vale más lo que le cuentan a los clientes en la calle que lo estos perciben por redes y otros canales de publicidad, “poner en consideración acciones y tácticas con las cuales las empresas puedan reforzar su posicionamiento, establezcan con su público

algún tipo de conexión o vínculo que les permita llevar la relación a otro nivel, o a lo sumo, les permita generar asociaciones favorables con su audiencia”.

Para iniciar se tomara en cuenta los círculos sociales de los socios de la empresa, se les dará a conocer información sobre la empresa para que la compartan con las personas que se relacionan a diario, esto con el fin de que se empiece a reconocer el nombre de la empresa y generar curiosidad en los clientes potenciales.

Pensando a futuro se desea contar con vallas con el logotipo y el slogan estipulados en el numeral 2.2.3. Promoción, para generar recordación en las personas, que cada vez que una persona piense en servicio doméstico lo primero que venga a su mente sea la empresa CLEANERS,

Finalmente la última meta para hacer mercadeo es pautar en radio, como se sabe esta forma de hacer publicidad es costosa, por lo que a futuro se espera poder conseguir un espacio de al menos 15 segundos en el que resuene la empresa y el slogan

7. CONCLUSIONES

- Según lo planteado en el marco legal la empresa CLEANERS es apta para operar en el país de Colombia y la ciudad de Pereira, ya que cumple con la normatividad establecida para este tipo de organizaciones.
- En el estudio de mercado se definió el logotipo, Marca y slogan de la empresa, los cuales serán registrados para empezar las operaciones de la organización ya que estos serán elementos claves para el posicionamiento en el mercado.
- Se realizaron dos encuestas con el fin de conocer la opinión de los clientes potenciales y los futuros empleados de la empresa, una dirigida a las personas de estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Pereira los cuales pueden ser clientes potenciales de la empresa y la segunda a los potenciales profesionales del servicio que estuvieran interesados en unirse y gozar de los beneficios que la empresa brindara.
- En la primera encuesta se evidencio que en todos los estratos existía una problemática común, la cual correspondía a mediocridad en prestación de servicio, desobediencia y hurto.
- En la segunda encuesta, la mayoría de personas son jóvenes de no más de 30 años, con hijos y un bajo nivel educativo, por lo que el interés en una oferta laboral como el que ofrece la empresa CLEANERS es alto.
- De acuerdo al módulo técnico, es viable crear la empresa CLEANERS si se siguen todos los criterios desarrollados en este punto, será una empresa funcional y rentable

- Según las proyecciones financieras, de cumplirse todo lo estipulado en el módulo financiero se espera un buen futuro económico para la empresa CLEANERS, y aún más si se toma en cuenta los resultados obtenidos en la (VPN) y la (TIR).
- En la estrategia de mercados se mencionaron todas las técnicas y procesos con los que la empresa espera alcanzar las metas propuestas, incrementar las ventas, posicionarse en el mercado y así ser la empresa pionera en el sector terciario de la ciudad de Pereira.

8. RECOMENDACIONES

- Se debe tener en cuenta que las proyecciones realizadas en este estudio de factibilidad se hicieron basadas en supuestos, por tanto se recomienda que al poner en marcha la empresa CLEANERS se realicen nuevamente las proyecciones con datos reales para así tener resultados que se ajusten a las situación del mercado en el cual este haciendo presencia CLENAERS, ya que las condiciones del mercado se pueden ver afectadas drásticamente a través del tiempo por diferentes situaciones.
- Es apropiado que al iniciar el proyecto, se lleve a cabo una campaña de publicidad donde se resalten los factores diferenciadores de la empresa CLEANERS para que así se motive a los clientes potenciales.
- Las personas que se contraten para hacer parte del proyecto deben tener claridad sobre las actividades desarrolladas por la empresa CLENAERS, sus objetivos a corto y largo plazo, las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la organización y primordialmente se debe incentivar el sentido de pertenecía por la empresa en cada uno de sus trabajadores.
- Se debe tener especial cuidado con el proceso de reclutamiento de las profesionales del servicio ya que este es uno de los factores diferenciadores de la empresa CLENAERS.
- Se recomienda que los inversionistas de este proyecto sean personas emprendedoras y con visión futurista, ya que es una empresa nueva en el mercado con grandes oportunidades de expansión a nivel regional y nacional.

9. BIBLIOGRAFIA

- ALZATE ARIAS, Ligia Inés. Trabajo doméstico. Bogotá, 2005.
- Central Unitaria de Trabajadores. Las trabajadoras migrantes y del servicio doméstico. Bogotá, 2005.
- BARRERA, Boris Javier. El problema de las empleadas del servicio doméstico tiene solución. Bogotá, 2010.
- DUQUE MOSQUERA, César Augusto. Servicio Doméstico Mínimo Legal. Colombia, 2014
- 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.
- ALVAREZ ARANGO, Alberto. Matemáticas financieras. 3 ed. Bogotá D.C: Mcgraw-Hill Interamericana S.A., 2005. 488 p.
- ORTEGA TORRES, Jorge. Código sustantivo del trabajo y código procesal del trabajo. 14 ed. Bogotá D.C: Temis, 1984. 1571 p.
- DANE www.dane.gov.co < <http://www.dane.gov.co> >
- COLOMBIA. MINISTERIO DEL TRABAJO. Ley 1429. (29, diciembre, 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. Bogotá D.C., 2010. 28 p.
- COLOMBIA. MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL. Ley 1040.(26, enero, 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento. Bogota D.C, 2006. 9p.

- GERENCIE www.gerencie.com < <http://www.gerencie.com>>
- GRUPO HELM. Proyecciones grupo helm mayo de 2014
<https://www.grupohelm.com/sites/default/files/Resumen%20proyecciones_may14.pdf>
- PORTAFOLIO www.portafolio.co < <http://www.portafolio.co>>
- ACHING GUZMÁN, César, “Flujo de caja libre o de efectivo, Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)”. Internet:
<http://matematicasfinancierascag.blogspot.com>.
<<http://matematicasfinancierascag.blogspot.com/2011/02/flujo-de-caja-libre-o-de-efectivo-valor.html>>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta dirigida a personas pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Pereira

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?
 - a. 18 a 25 años
 - b. 26 a 35 años
 - c. 36 a 45 años
 - d. Más de 45 años

2. ¿Alguna vez usted ha contratado a un profesional del servicio doméstico para su hogar o establecimiento?
 - a. Si
 - b. No

* Si la respuesta a la pregunta número 2 es No, pase a la pregunta número 4.

* Si por el contrario la respuesta a la pregunta número 2 es Si, continúe con la pregunta número 3.

3. ¿Cuáles de los siguientes inconvenientes ha presentado a la hora de contratar el servicio doméstico?
 - a. Hurto
 - b. Desobediencia
 - c. Mediocridad en la prestación del servicio
 - d. Maltrato hacia usted o algún miembro de su familia.
 - e. Ninguno
 - f. Otros (especifique cuales)

4. ¿Cuáles de los siguientes inconvenientes ha escuchado por experiencias ajenas que se presentan a la hora de contratar servicios domestico?
 - a. Hurto
 - b. Desobediencia
 - c. Mediocridad en la prestación del servicio

- d. Maltrato
 - e. Ninguno
 - f. Otros (especifique cuales)
5. Para su comodidad. ¿En qué rango de edad se debe encontrar la persona prestadora de servicios domésticos?
- a. 18 a 25 años
 - b. 26 a 35 años
 - c. 36 a 45 años
 - d. Más de 45 años
 - e. Le es indiferente
6. ¿Cuál de los siguientes paquetes satisface sus necesidades a la hora de emplear un profesional del servicio?
- a. Limpieza Express (aseo a todo el inmueble, barrer, trapear, y sacudir polvo)
 - b. Limpieza completa (aseo a todo el inmueble, barrer, trapear, sacudir polvo, tender camas, limpieza de baños)
 - c. Limpieza Total (aseo a todo el inmueble, barrer, trapear, sacudir polvo, tender camas, limpieza de baños, limpieza de las ventanas, lavado y planchado de ropa)
7. ¿Cuáles de las siguientes cualidades son importantes para usted a la hora de contratar un profesional del servicio?
- a. Efectividad
 - b. Seguridad
 - c. Precio
 - d. Facilidad
 - e. Otras (especifique cuales)
8. Cuanto estaría dispuesto a pagar por hora de servicio doméstico prestado
- a. \$3.000 - \$5.000
 - b. \$5.001- \$7.000
 - c. \$7.001- \$9.000
 - d. \$9.001 o mas

Anexo 2. Encuesta dirigida a trabajadoras domésticas de la ciudad de Pereira

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?
 - a. 18 a 25
 - b. 26 a 35
 - c. 36 a 45
 - d. Más de 45

2. ¿Cuál es su ciudad de origen?

3. ¿En qué ciudad vive actualmente?

4. ¿Qué nivel educativo posee usted?
 - a. Ninguno
 - b. Básica primaria (hasta quinto de primaria)
 - c. Básica medio (hasta noveno de bachillerato)
 - d. Básica secundaria (hasta once de bachillerato)
 - e. Técnico

5. ¿Tiene hijos?
 - a. Sí. ¿Cuántos?
 - b. No

6. ¿Cuál es su estado civil?
 - a. Soltero
 - b. Casado
 - c. Unión libre
 - d. Divorciado

7. ¿Cuánto tiempo de experiencia tiene en la prestación de servicios generales?
 - a. De 1 a 6 meses
 - b. De 6 meses a un año

- c. De 1 año a 2 años
 - d. De 2 años a 3 años
 - e. Más de 3 años
8. ¿Ha contado usted con contratación legal (prestaciones sociales, vacaciones, cesantías, etc.) en sus anteriores empleos?
- a. Siempre
 - b. En ocasiones
 - c. Nunca
9. ¿Con qué frecuencia presta el servicio?
- a. Una vez a la semana
 - b. Dos o más veces a la semana
 - c. Todos los días
10. ¿Cuáles de los siguientes servicios considera usted que tiene capacidad de prestar?
- a. Barrer
 - b. Trapear
 - c. Planchar
 - d. Sacudir
 - e. Lavado de ropa
11. ¿Cuáles son sus expectativas de salario mensual como empleado de servicios generales?
- a. \$644.350 (salario mínimo legal vigente)
 - b. Entre \$644.351 y \$800.000
 - c. Entre \$800.001 y \$1.000.000