



16.

**FECHA** lunes, 26 de noviembre de 2018

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
BIBLIOTECA  
Ciudad

**UNIDAD REGIONAL**

Seccional Girardot

**TIPO DE DOCUMENTO**

Trabajo De Grado

**FACULTAD**

Ciencias Administrativas  
Económicas y Contables

**NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN  
O PROCESO**

Pregrado

**PROGRAMA ACADÉMICO**

Administración de Empresas

El Autor(Es):

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b>
Herrera Fuentes	Oscar Javier	1.108.456.308
Pulido Gutiérrez	Diana Fernanda	1.069.925.891

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

<b>APELLIDOS COMPLETOS</b>	<b>NOMBRES COMPLETOS</b>
Quiroga Rojas	Diego Edison



### TÍTULO DEL DOCUMENTO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OPERADORA DE SERVICIOS DOMÉSTICOS " INTEGRA SERVICIOS DOMÉSTICOS" 2018

### SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

### TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO

26/11/2018

### NÚMERO D E PÁGINAS

89

### DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)

#### ESPAÑOL

#### INGLÉS

1. Informalización	informalization
2. Usuario	user
3. Empleada	employed
4. Plataforma	platform
5. Servicios Domésticos	Domestic services
6. innovación	innovation

### RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

"INTEGRA SERVICIOS" está enfocado en la prestación de servicios domésticos, para personas naturales, se basa en actividades de aseo y limpieza de los lugares que componen el hogar, cuya filosofía es crear ambientes confiables a partir de procesos de calidad, seguridad, control y capacitación del personal, en el cual se desarrollaron en 4 estudios.

El estudio de mercados se determinó, la población objetivo de acuerdo a la prestación del servicio en unidades habitacionales (casas y apartamentos). Los tipos de servicios a ofrecer de acuerdo a la información recolectada, en planes de servicios y las estrategias necesarias para el posicionamiento de la marca.



El estudio técnico se estableció la ingeniería del proyecto y los requerimientos necesarios para su operación.

El estudio administrativo y legal se estableció la misión, visión, valores corporativos, la estructura organizacional que se compone de 6 cargos operarios, supervisor, contador, psicólogo, abogado y gerente general sus respectivas funciones y las normas que rigen a la empresa.

El estudio financiero se estipuló la inversión que se requiere para su operación, el aporte social y el financiamiento.

En la evaluación del proyecto se determinó su viabilidad por lo que tiene un VAN de \$137.910.843, el PRI es en 2 años 9 meses, la TIR (35.59%) es mayor que la WACC (24.81%) por lo tanto el B/C para el año 2019 es del 1.01. esto quiere decir que el proyecto es financieramente viable. Uno de los impactos que se desarrollaran con la ejecución del proyecto es la generación de 35 empleos.

### ABSTRACT

"INTEGRA SERVICIOS" is focused on the provision of domestic services for natural persons, it is based on cleaning activities of the places that make up the home, whose philosophy is to create reliable environments based on quality, safety, control and training processes of the personnel, in which were developed in 4 studies that are mentioned below.

The market study was determined, that the target population according to the provision of service in housing units (houses and apartments). The types of services to be offered according to the information collected, in service plans and the strategies necessary for the positioning of the brand.

In the technical study, the project's engineering and the necessary requirements for its operation are established.

The administrative and legal study establishes the mission, vision, corporate values, the hierarchical organizational structure that consists of 6 operative positions, supervisor, accountant, psychologist, lawyer and general manager and their respective functions and the rules that govern the organization.

The financial study stipulates the investment required for its operation, social contribution and financing.

In the evaluation of the project, its viability was determined, for which the VAN of \$137,910,843, the PRI is 2 years and 9 months, the IRR 53.59% is greater than the WACC 24.81%, therefore the B/C for 2019 is 1.01, this means that the project is financially viability. One of the impacts that will develop with the execution of the project is the generation of 35 jobs.

### AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación,



teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

<b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	X	
2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.	X	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	X	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional.	X	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas



costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado.

SI \_\_\_ NO X\_\_.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.



## LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).
- b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.
- c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.
- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.



h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

<b>Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)</b>	<b>Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)</b>
1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OPERADORA DE SERVICIOS DOMÉSTICOS “ INTEGRA SERVICIOS DOMÉSTICOS” 2018pdf	Texto, imagen
2.	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

<b>APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS</b>	<b>FIRMA (autógrafo)</b>
Fuentes Herrera Oscar Javier	
Pulido Gutierrez Diana Fernanda	

12.1.50

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
OPERADORA DE SERVICIOS DOMESTICOS**

**“INTÉGRA SERVICIOS DOMESTICOS”**

**2018**

**OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA**

**310213214**

**DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ**

**310214170**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
GIRARDOT  
2018**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA  
OPERADORA DE SERVICIOS DOMESTICOS**

**“INTÉGRA SERVICIOS DOMESTICOS”**

**2018**

**OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA**

**310213214**

**DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ**

**310214170**

**TRABAJO DE GRADO, PARA OPTAR EL TÍTULO DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**DIRECTOR**

**DIEGO EDISON QUIROGA**

**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**GIRARDOT**

**2018**

**Nota de Aceptación**

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Este trabajo de grado va dedicado primero que todo a Dios, a mi familia mis padres Luis Pulido y Luz Mery Gutierrez, por su apoyo incondicional a mis hermanas Marcela y Yully pulido, y principalmente a mi sobrina Hanna ya que es mi fuente de motivación y lucha. También a mi mejor amiga Josiani Arteaga quien ha sido y seguirá siendo un pilar esencial en mi vida.

**DIANA PULIDO**

Quiero dedicar este trabajo de grado a mi madre Eunice Herrera, ella es la razón de ser de este proyecto, por su fuerza y apoyo incondicional para la finalización de mi carrera profesional, por impulsarme y levantarme cuando me sentía cansado, débil y agobiado.

**OSCAR FUENTES**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar, deseamos expresar un agradecimiento al director de este trabajo de grado, el docente Diego Edison Quiroga Rojas por su dedicación, acompañamiento y apoyo, que tuvo con este proyecto. Su liderazgo y orientación permitió el desarrollo eficiente y a su vez un aprendizaje para nuestra formación profesional.

También queremos agradecer a Yully Johana Pulido, por su apoyo tiempo y colaboración en este trabajo de grado, ya que con su amplio conocimiento en ciertas áreas nos orientó de una forma idónea.

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>13</b>
<b>1. TITULO .....</b>	<b>14</b>
<b>2. ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>15</b>
2.1 <b>ÁREA .....</b>	15
2.2 <b>LINEA .....</b>	15
2.3 <b>PROGRAMA .....</b>	15
<b>3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....</b>	<b>16</b>
3.1 <b>DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMA .....</b>	16
3.2 <b>FORMULACION DEL PROBLEMA .....</b>	16
<b>4. JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>17</b>
<b>5. OBJETIVOS.....</b>	<b>18</b>
5.1 <b>OBJETIVO GENERAL .....</b>	18
5.2 <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS .....</b>	18
<b>6. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>19</b>
6.1 <b>MARCO TEORICO.....</b>	19
6.2 <b>MARCO HISTORICO .....</b>	21
6.2.1 <b>Historia de Girardot .....</b>	21
6.2.2 <b>Historia de servicio de aseo en Colombia.....</b>	21
6.3 <b>MARCO CONCEPTUAL .....</b>	22
<b>7. DISEÑO METODOLÓGICO.....</b>	<b>24</b>
7.1 <b>TIPO DE INVESTIGACIÓN .....</b>	24
7.2 <b>MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....</b>	24
7.3 <b>POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	25
<b>8. ANÁLISIS DEL MERCADO .....</b>	<b>27</b>
8.1 <b>PROBLEMA DE ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	27

<b>8.2</b>	<b>OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>27</b>
<b>8.3</b>	<b>INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b> .....	<b>27</b>
<b>8.4</b>	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b> .....	<b>33</b>
<b>8.5</b>	<b>ANÁLISIS DEL MERCADO</b> .....	<b>36</b>
<b>8.6</b>	<b>ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA</b> .....	<b>36</b>
<b>8.7</b>	<b>DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO</b> .....	<b>37</b>
<b>8.8</b>	<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA</b> .....	<b>37</b>
8.8.1	Competencia Directa. ....	37
8.8.2	Competencia Indirecta.....	38
<b>8.9</b>	<b>ANÁLISIS DEL CONSUMO</b> .....	<b>40</b>
<b>8.10</b>	<b>ESTRATEGIA DE MERCADO</b> .....	<b>40</b>
<b>8.11</b>	<b>ESTRATEGIA DE PRODUCTO</b> .....	<b>41</b>
<b>8.12</b>	<b>ESTRATEGIA DE PRECIO</b> .....	<b>44</b>
<b>8.13</b>	<b>ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD</b> .....	<b>46</b>
<b>8.14</b>	<b>ESTRATEGIA DE MARCA</b> .....	<b>49</b>
<b>8.13</b>	<b>ESTIMACIÓN DE VENTA</b> .....	<b>52</b>
<b>9.</b>	<b>ESTUDIO TECNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO</b> .....	<b>53</b>
<b>9.1</b>	<b>TAMAÑO DEL PROYECTO</b> .....	<b>53</b>
<b>9.2</b>	<b>LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO</b> .....	<b>53</b>
<b>9.3</b>	<b>MACRO LOCALIZACIÓN</b> .....	<b>53</b>
<b>9.4</b>	<b>MICRO LOCALIZACIÓN</b> .....	<b>54</b>
<b>9.5</b>	<b>DIAGRAMA DE FLUJO</b> .....	<b>55</b>
<b>9.6</b>	<b>REQUERIMIENTO EN ACTIVOS FIJOS</b> .....	<b>56</b>
<b>9.7</b>	<b>REQUERIMIENTO PARA OPERACIÓN</b> .....	<b>58</b>
<b>10.</b>	<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL</b> .....	<b>61</b>
<b>10.1</b>	<b>PLANEACIÓN ESTRATÉGICA</b> .....	<b>61</b>
10.1.1	Valores y principios corporativos.....	61
10.1.2	Propósitos corporativos.....	61
10.1.3	Organigrama.....	62
<b>10.2</b>	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> .....	<b>63</b>
10.2.1	Gerente .....	63
10.2.2	Abogado .....	64

10.2.3 Contador .....	65
10.2.4 Psicólogo (a).....	66
10.2.5 Supervisor del Servicio .....	67
10.2.6 Empleadas de Servicio Doméstico.....	68
<b>10.3 TRAMITES DE LEGALIZACIÓN .....</b>	<b>69</b>
10.3.1 Normatividad que regula la operación de la empresa: .....	69
<b>11 ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>71</b>
<b>11 EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>81</b>
12.1 EVALUACIÓN ECONÓMICO .....	84
12.2 EVALUACIÓN SOCIAL .....	84
12.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	85
<b>13 CONCLUSIONES .....</b>	<b>86</b>
<b>14. ANEXOS .....</b>	<b>87</b>
<b>PROPUESTA DESARROLLO WEB .....</b>	<b>87</b>
<b>15. CRONOGRAMA .....</b>	<b>88</b>
<b>16. BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>89</b>

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Población.....	25
Tabla 2 Estratificación del Mercado .....	36
Tabla 3 Características de la Población .....	36
Tabla 4 Competencia Directa.....	38
Tabla 5 Competencia Indirecta .....	39
Tabla 7 Plan de Servicios .....	42
Tabla 8 Servicios Fijos A1 .....	42
Tabla 9 Servicios Fijos A2 .....	42
Tabla 10 Servicios Fijos A3 .....	43
Tabla 11 Servicios Fijos A4 .....	43
Tabla 12 Servicios Ocasionales B1.....	43
Tabla 13 Servicios Ocasionales B2.....	44
Tabla 14 Estrategia de Precio .....	45
Tabla 15 Promedio de Inflación .....	45
Tabla 16 Tasa Porcentual de Crecimiento.....	45
Tabla 17 Estrategia de Promoción .....	46
11Tabla 18 Estrategia de Publicidad .....	47
Tabla 19 Publicidad Anual .....	48
Tabla 20 Cuantificación de estrategias para la plataforma .....	51
Tabla 21 Gastos Anuales de la Plataforma.....	51
Tabla 22 Estimación de las Ventas .....	52
Tabla 23 Macro Localización.....	53
Tabla 24 Micro Localización .....	54
Tabla 25 Balance de Papelería.....	56
Tabla 26 Balance de Equipos de Oficina .....	56
Tabla 27 Balance de Equipos de Computación y Comunicación.....	57
Tabla 28Balance Consolidado de Requerimientos de Activos Fijos.....	57
Tabla 29 Nomina de Empleadas de Servicio Doméstico.....	58
Tabla 30 Nomina por Prestación de Servicios .....	58
Tabla 31 Gastos de Legalización .....	59
Tabla 32 Gastos Preoperativos .....	59
Tabla 33 Otros Gastos .....	59
Tabla 34 Adecuaciones de Obras Físicas.....	60
Tabla 35 Inversión Inicial .....	71
Tabla 36 Diferidos a Corto Plazo.....	72
Tabla 37 Diferidos a Largo Plazo .....	72
Tabla 38 Financiación .....	73
Tabla 39 Ingresos.....	73

Tabla 40 Costo de Venta .....	74
Tabla 41 Otros Costos de Venta .....	75
Tabla 42 Gastos de Administración .....	76
Tabla 43 Gastos de Venta .....	77
Tabla 44 Estado de Resultados Proyectado a 5 Años.....	78
Tabla 45 Balance General Clasificado Proyectado a 5 Años .....	80
Tabla 46 Estado de Efectivo Proyectado a 5 Años .....	81
Tabla 47 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno.....	82
Tabla 48 Indicadores Financieros .....	83

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1 Etapas de un Proyecto .....	20
Figura 2 Pregunta No. 1 .....	28
Figura 3 Pregunta No. 2.....	28
Figura 4 Pregunta No. 3.....	29
Figura 5 Pregunta No.4.....	29
Figura 6 Pregunta No. 5.....	30
Figura 7 Pregunta No. 6.....	30
Figura 8 Pregunta No. 7.....	31
Figura 9 Pregunta No. 8.....	31
Figura 10 Pregunta No. 9.....	32
Figura 11 Pregunta No.10.....	33
Figura 12 5 Fuerzas Michael Porter .....	34
Figura 13 Logo de la Marca.....	49
Figura 14 Diseño de la Marca .....	50
Figura 15 Diagrama de Flujo.....	55
Figura 16 Valores Corporativos .....	61
Figura 17 Organigrama .....	62
Figura 18 Crecimiento de los Ingresos sobre los Costos .....	79
Figura 25 Indicador Costo – Beneficio.....	83

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo 1 Cotización Plataforma.....	87

## INTRODUCCIÓN

El proyecto se basa en el desarrollo de actividades de aseo, limpieza y desinfección de los lugares que componen el hogar, estableciendo procesos de supervisión y control de manera continua; con el fin de que el usuario pueda acceder a ambientes sanos y cómodos, además no tengan preocupaciones de los pagos a los aportes de seguridad social de las empleadas, suministro continuo del servicio sin contratiempos, filtros de seguridad realizados a empleadas previamente.

Actualmente en la región del Alto Magdalena no existe una empresa enfocada en la prestación de servicios de aseo a personas naturales. Existen empresas especializadas en estos servicios, cuyo enfoque va direccionado a personas jurídicas. Así mismo están las personas que prestan de manera directa sus servicios en este campo, se identifica que existen suficientes oportunidades para el desarrollo del negocio, creando una propuesta de valor que posea la infraestructura suficiente para mantener un servicio continuo y de calidad.

El estudio se compone de un panorama general, cuyo fin es relacionar el proyecto de estudio y el entorno del mismo, en el estudio de mercado se establece el mercado objetivo, los competidores, los proveedores, y las estrategias de venta, precio, publicidad y promoción, posicionamiento de marca y ventas proyectadas.

El estudio técnico permite identificar tamaño óptimo del negocio, su ingeniería, su ubicación, los equipos necesarios para la operatividad del mismo.

El estudio Administrativo y Legal se establece las normas que regulan la operatividad del negocio, su estructura organizacional y los requerimientos de personal necesarios para su funcionamiento.

El análisis del estudio financiero muestra que la propuesta es rentable, las proyecciones de los estados financieros tienden a ser ascendentes, por ende, se determina que es factible en su realización.

## 1. TITULO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OPERADORA DE SERVICIOS DOMESTICOS, **“INTÉGRA SERVICIOS DOMESTICOS”**.

## **2. ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1 ÁREA**

Gestión de las Organizaciones y Sociedad.

### **2.2 LINEA**

Emprendimiento.

### **2.3 PROGRAMA**

Administración de empresas.

### 3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

#### 3.1 DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMA

En el año 2015 se presentaba un “índice de informalización de las empleadas del servicio doméstico en un 85%”<sup>1</sup> se identifica la siguiente causa:

No poseen prestaciones sociales: este aspecto es relevante y se analizó que las empleadas no cuentan con los aportes a seguridad social, cesantías, intereses de cesantías, vacaciones y prima.

Además, en caso de que alguna empleada del servicio sufra algún accidente dentro de su lugar de trabajo, el empleador debe asumir todos los gastos. Según lo manifiesta el señor German Linares, experto en seguridad social en una entrevista para RCN, “Cuando yo permito que ingrese una persona a mi casa a laborar sin tener paga la seguridad social y esta persona sufre algún tipo de accidente, como empleador tendría que incurrir con todos los gastos de ese accidente. Y si esa persona no puede volver a laboral por el accidente, yo tendría que asumir una pensión por invalidez.”<sup>2</sup>

#### 3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

De acuerdo a lo anteriormente mencionado, este proyecto pretende dar solución a la siguiente interrogante:

¿Es necesario crear una estructura organizacional que facilite la prestación del servicio y todos los recursos requeridos a los usuarios?

---

<sup>1</sup> PORTAFOLIO. Empleadas domésticas siguen bajo informalidad (en línea), 16 de mayo del 2016 (revisado el 1 de julio del 2018). Disponible en internet: <http://www.portafolio.co/economia/empleo/empleadas-domesticas-siguen-informalidad-495921>.

<sup>2</sup> HERRERA, María Fernanda. Cae contratación de empleadas domésticas en Colombia (en línea), 26 de junio del 2018 (revisado el 1 de julio del 2018). Disponible en internet: <https://www.rcnradio.com/economia/cae-contratacion-de-empleadas-domesticas-en-colombia>.

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

Debido a las falencias que posee actualmente el sector de servicios domésticos, se pretende establecer una estructura organizacional que permita a los usuarios, obtener este servicio, sin preocuparse por los pagos a seguridad social, prestaciones sociales, liquidación de empleados, contratos laborales y todos los trámites necesarios que se requieren para acceder al mismo. Además, se pretende establecer procesos de seguridad en la contratación de personal, control y supervisión en la ejecución de las actividades.

En consecuencia, de esto, las empleadas del servicio doméstico podrán acceder a una estabilidad laboral con todos sus derechos garantizados, y se enfocarán en la ejecución adecuadamente de las actividades del hogar, las cuales serán capacitadas, supervisadas y evaluadas por la organización.

Este proyecto está enfocado a la creación de una empresa para el mejoramiento de la prestación del servicio doméstico y la realización de la actividad para sus empleadores, ofreciendo servicios estandarizados y con una evaluación de procesos, para la satisfacción de los clientes y empleadas, transformando sus condiciones laborales y de servicio para los usuarios.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa operadora de servicios domésticos.

### **5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Elaborar el estudio de mercado que permita identificar la oferta y demanda relacionada con la prestación del servicio.
- Identificar los aspectos relacionados con la localización óptima del proyecto, y los recursos necesarios para la creación y el funcionamiento de la empresa.
- Diseñar la misión, visión y valores corporativos, realizando la estructura organizacional y los lineamientos necesarios para la empresa.
- Plantear un estudio económico y financiero teniendo en cuenta las herramientas financieras, como son las proyecciones.
- Evaluar el proyecto para analizar su viabilidad.

## 6. MARCO REFERENCIAL

### 6.1 MARCO TEORICO

Según **Nassir Sapag Chain** en su libro **Preparación y Evaluación de Proyectos**, resalta que, " los proyectos de inversión son la búsqueda de una solución inteligente acerca del planteamiento de un problema que pretende atender una necesidad humana. El proyecto nace de una idea que busca la solución a un problema, necesidad o deseo, que en términos económicos debe garantizar resolver una necesidad humana de manera eficiente, segura y rentable." <sup>3</sup>

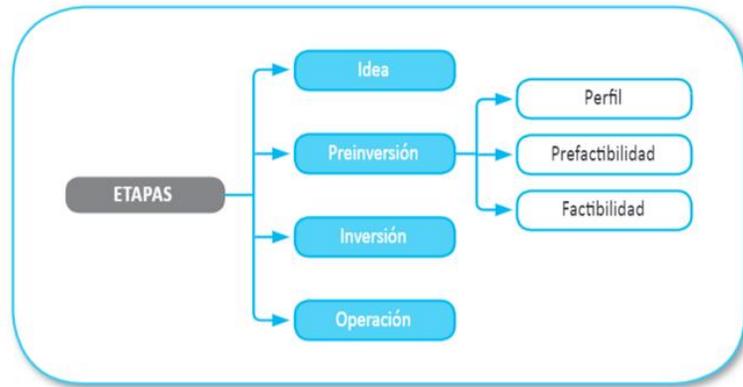
Existen opciones de inversión que se clasifican en dependientes, independientes y mutuamente excluyentes, según el uso de la inversión se determina en la creación de nuevas empresas y proyectos en el que se buscan evaluar un cambio. Ajustándose a la realización de este proyecto se enfoca en el de inversión para la creación de una nueva empresa. De acuerdo con los proyectos de inversión para la creación de una nueva empresa se identifican unas etapas para el desarrollo del proyecto.

---

<sup>3</sup> Sapag Nassir Chain. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos. (6a. Ed.) McGraw-Hill Interamericana.*

Figura 1 Etapas de un Proyecto

*Etapas de un proyecto*



*Fuente: Sapag Nassir Chain. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. (6a. Ed.) McGraw-Hill Interamericana.*

La etapa de idea, es el proceso de búsqueda que permite reconocer las oportunidades de negocio, este surge, de la identificación de opciones de solución de problemas para afrontar las diferentes formas posibles de negocio que se pueden presentar. Cabe resaltar que en esta etapa es importante realizar un diagnóstico situacional, relacionando el proyecto con el problema; donde se descubren las evidencias que demuestren la conveniencia de su ejecución. La etapa de pre inversión, corresponde al estudio de la viabilidad económica del proyecto originada en la etapa de la idea. Existen tres formas de realizar esta etapa de acuerdo a la calidad, precisión y cantidad de información recolectada, la de perfil, pre factibilidad y factibilidad.

Para este proyecto de acuerdo con la clasificación del método, se pretende realizar un estudio de factibilidad, el cual provee una información financiera específica, creando una relación entre costo y beneficio a lo largo del tiempo por medio de un flujo de caja estructurado.

## **6.2 MARCO HISTORICO**

### **6.2.1 Historia de Girardot**

La historia de Girardot se remonta al año 1800 aproximadamente, cuando según datan los registros, no habían más de veinte casas, para este entonces su actor principal y quien le daba todo el reconocimiento era el Río grande de la Magdalena; nuestro municipio era el puerto fluvial más cercano a éste.

El Río fue testigo de la transformación que tuvo nuestra población, la cual desde la segunda mitad del siglo XIX observó como lo que anteriormente eran débiles cabañas cercanas a la orilla, empezaron a avanzar, convirtiéndose en caseríos; está fue la primera mirada hacia el progreso de este pequeño pueblo, que escasamente abarcaba desde la plaza de San Miguel, hasta donde está hoy ubicado el Banco Popular.

El 10 de febrero de 1844, los señores Ramón Bueno y José Triana donaron un gran lote de terreno donde se construyeron las primeras casas de lo que más tarde, el 9 de octubre de 1852, recibió el nombre de Girardot, en honor al prócer antioqueño Manuel Atanasio Girardot.

El municipio está situada a la margen derecha del río Magdalena, a una altura de 326 m sobre el nivel del mar, con una temperatura media de 30 °C. Por su ubicación geográfica y su posición sobre el río Magdalena, se convirtió en la intersección más importante del comercio desde el centro del país hacia el sur y el occidente, con salida al puerto de Buenaventura.<sup>4</sup>

### **6.2.2 Historia de servicio de aseo en Colombia**

La historia del servicio de aseo comenzó en el Valle, hace aproximadamente 45 años con la aparición inicialmente de 2 o 3 empresas que fabricaban y comercializaban productos como jabón de pisos, ceras, jabón para alfombras y muebles, etcétera. La misma inquietud de los clientes al no saber cómo aplicar correctamente estos productos hizo pensar en la necesidad de prestar el servicio con personal capacitado en la realización de labores como desmanchado de pisos, arreglo de pisos quemados con ácido, limpieza de alfombras y muebles, etc., pero sólo a nivel de aquellas que tenían algún tipo de problema de aseo en sus hogares. Con el paso del tiempo, el mercado y el tipo de servicio se fue ampliando a edificios, unidades residenciales, oficinas, empresas privadas, oficiales, en fin, hasta llegar a abarcar todo tipo de inmuebles en donde se requería ya no un servicio eventual sino permanente prestado por una empresa que se encargara de suministrar personal entrenado, materiales de aseo.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Net masters. Nuestra Historia. Girardot.info. <https://www.girardot.info/recomendados/nuestra-historia/> (marzo 16 del 2015).

<sup>5</sup> EL TIEMPO. ASEO, UN SERVICIO CON HISTORIA. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-512785> (Septiembre 27 del 1996).

### 6.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Organización:** Bartolí define a las organizaciones como “un conjunto estructurado de componentes e interacciones del que se obtiene características que no se encuentran en los elementos que la compone”<sup>6</sup>
- **Servicio Doméstico:** “Por definición un trabajador del servicio doméstico es aquella persona natural que, a cambio de una remuneración presta su servicio personal en forma directa, a una o varias personas naturales, para ejecutar tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños y demás labores propias del hogar. Es una tarea que cumple de manera habitual, bajo subordinación o dependencia, residiendo o no en el lugar de trabajo.”<sup>7</sup>
- **Calidad:** Desde el punto de vista hacia el servicio se define como “el término subjetivo para el cual cada quien tiene su propia definición. En la jerga técnica, calidad puede tener dos significados: (1) las características de un producto o servicio relativas a su capacidad para satisfacer necesidades designadas o implícitas y (2) producto o servicio sin deficiencias.”<sup>8</sup>
- **Gestión humana:** “es un enfoque estratégico de dirección cuyo objetivo es obtener la máxima creación de valor para la organización, a través de un conjunto de acciones dirigidas a disponer en todo momento del nivel de conocimiento capacidades y habilidades en la obtención de los resultados necesario para ser competitivo en el entorno actual y futuro.”<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup>Vásquez Aguilar, Javier. (2003) *Definiciones de organización empresarial*.  
<https://www.gestiopolis.com/definiciones-organizacion-empresarial/> [28 de febrero de 2018].

<sup>7</sup> Sarmiento Rivera, Denisse Gisella. *Concepto Minitrabajo 47061 de 2012- Servicio doméstico*.  
[http://consultaslaborales.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=341:concepto-mintrabajo-47061-de-2012-servicio-domestico&catid=1:laboral&Itemid=86](http://consultaslaborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=341:concepto-mintrabajo-47061-de-2012-servicio-domestico&catid=1:laboral&Itemid=86). ( 2013).

<sup>8</sup> S., D. (2006). *Administración de la calidad*. (1a. Ed.) Pearson Educación. Página 381. Tomado de <http://e-biblioteca.ucundinamarca.edu.co>:2108.

<sup>9</sup> Morales, Gabriel. *TALENTO HUMANO” EL MEJOR ACTIVO”*  
<http://talentohumanoindustrialb.blogspot.com/2013/09/talento-humano-la-definicion-detalento.html> ( septiembre 16 del 2013).

- **Factibilidad:** “El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.”<sup>10</sup>
- **Emprendimiento:** “proviene del francés ‘*entrepreneur*’, que significa *pionero*, y se refiere etimológicamente a la capacidad de una persona de realizar un esfuerzo adicional para alcanzar una meta, aunque en la actualidad se limita su uso para referirse a la persona que inicia una nueva empresa o proyecto”<sup>11</sup>
- **Innovación:** “es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad y la competitividad. Un elemento esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo, sino también, introducirlo en el mercado”<sup>12</sup>
- **Estructura organizacional:** “La estructura organizacional es una disposición intencional de roles, en la que cada persona asume un papel que se espera que cumpla con el mayor rendimiento posible. La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.”<sup>13</sup>

---

<sup>10</sup> Blog personal autor no identificado. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE PROYECTOS.  
<http://estudiodefactibilidaddeproyectos.blogspot.com.co> (septiembre 27 del 2010).

<sup>11</sup> Enciclopedia de Conceptos “Emprendimiento”. Recuperado de: <http://concepto.de/emprendimiento/>(2017).  
<sup>12</sup> Gonzales García, Fernando. Conceptos Sobre Innovación. Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería. [http://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC\\_PE\\_Conceptos\\_Innovacion.pdf](http://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf) (2012)

<sup>13</sup> Vásquez Rojas, Claudia Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas [en línea].  
 <<https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>>. (2012).

## **7. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El método realizado para la investigación es descriptivo, teniendo en cuenta el desarrollo de la investigación, el problema y los factores que influyen en el mismo, se limita a realizar un panorama general, sobre la situación actual del sector del servicio doméstico, identificando las causas del origen de la problemática y realizando un análisis congruente del proyecto, que refleja como resultado la realización del presente estudio de factibilidad.

De acuerdo con los instrumentos y técnicas de recolección de información se determina este tipo de investigación, con base en el planteamiento del análisis del problema, se revisa un panorama del entorno mundial y nacional basado en documentos de la Organización Mundial del Trabajo (OIT), datos estadísticos sobre la informalización del sector del servicio doméstico, y sobre la cantidad de personas que realizan un gasto de dicho servicio, después se procede a realizar a una encuesta acerca de las condiciones laborales que poseen las empleadas del sector, se realizaron entrevistas con empleadas del mismo para identificar desde su perspectiva las causas del origen del problema.

### **7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN**

Se realiza la investigación desde el enfoque cuantitativo, considerando el más apropiado para contestar el siguiente cuestionamiento:

¿Se desarrolla una estructura organizacional que permita mejorar la prestación del servicio doméstico, para los usuarios en la región del alto Magdalena?

### 7.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

De acuerdo con el diagnóstico estratégico del plan de competitividad de Girardot 2007 – 2019, se identifica que el municipio de Flandes posee los conjuntos y condominios de opción popular de la región, de acuerdo al modelo de negocio se centra en estratos socioeconómicos más altos (4,5 y 6), por ende, es poco probable que se presente venta de servicios. Además de acuerdo con el mismo diagnóstico en los municipios de Girardot y Ricaurte se encuentran los condominios más importantes de estratificación socioeconómica alta, de la región Alto del Magdalena.

Para la determinación de la población se tomaron los conjuntos, condominios más importantes de los municipios de Girardot y Ricaurte, se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 1 Población

APARTAMENTOS		No. Aptos
RICAURTE	Las Palmas	1620
	reserva peñaliza	1337
	motelebelo	240
GIRARDOT	reserva del peñon	736
	casaloma c ta	32
	cabrechi	120
<b>TOTAL APTOS</b>		<b>4085</b>
CASAS		No. Casas
RICAURTE	Cabo Verde	424
	Peñaliza	460
	Montebelo	90
GIRARDOT	El Peñon	900
	La Fontana de Madera	48
<b>TOTAL CASAS</b>		<b>1922</b>
<b>Total</b>		<b>6007</b>
<b>Porcentaje de Participacion</b>		<b>15%</b>
<b>Total casas a impactar</b>		<b>901,05</b>

**Fuente:** AMARILO, Etapa Las Palmas (<http://amarilo.com.co/proyectos/ricaurte>). BUEN VIVIR, Etapa Reserva Peñaliza (<https://www.buenvivir.co/proyecto/ricaurte/>). BUEN VVIR, Etapa Montebelo (<https://www.buenvivir.co/proyecto/ricaurte>). URBANZA, Etapa Reserva del Peñón (<https://www.urbansa.co/apartamentos/cundinamarca/girardot>). Cabo Verde. (<https://www.caboverdecondominios.com/>). La Fontana de Madeira. (<http://www.lafontanademadeira.com/proyecto.htm>).

De acuerdo a la información recolectada la población es de 6.007 de los cuales se tomará la muestra de la siguiente manera

FORMULA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 PQN}{NE^2 + Z^2 PQ}$$

P= La probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q= La probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

E= Error de estimación 8%

Z= Nivel de confianza 92%

N= Población objetivo 6007

$$n = \frac{Z^2 PQN}{N E^2 + Z^2 PQ}$$

$$n = \frac{(0,92)^2 (0.50) (0.50) (6007)}{(6007) (0.08)^2 + (0.92)^2 (0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{1282,881498}{34,45887512 + 0,213564425}$$

**n= 37**

## **8. ANÁLISIS DEL MERCADO**

### **8.1 PROBLEMA DE ESTUDIO DE MERCADO**

Definir las condiciones de satisfacción para los clientes en la prestación de servicios domésticos.

### **8.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Recolectar la información que permita conocer las características necesarias para la viabilidad del proyecto.
- Identificar el nicho de mercado objetivo de los estratos 4, 5, 6.
- Establecer la forma específica en la que operará la empresa de servicios domésticos.
- Determinar la estrategia de mercadeo y comercialización idónea, para la empresa operadora de servicios domésticos.
- Diseñar estrategias innovadoras que permitan obtener un posicionamiento frente a los competidores directos e indirectos.

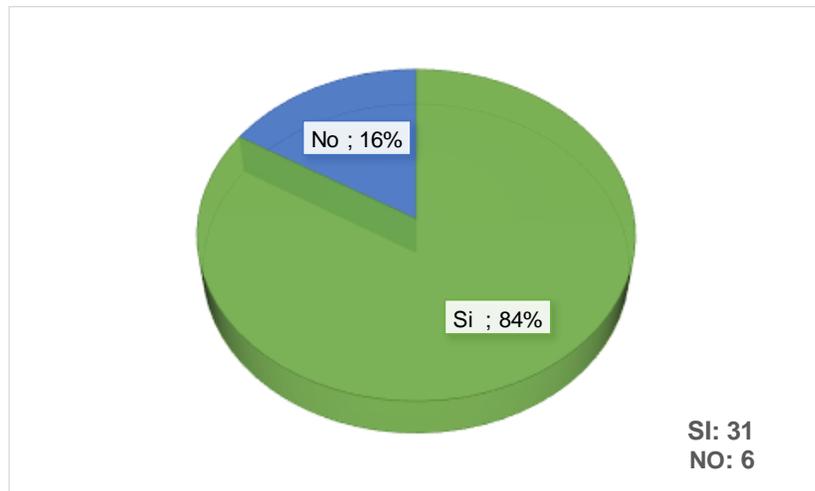
### **8.3 INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

#### **Encuesta**

Encuesta realizada a empleadores sobre las condiciones laborales que poseen sus empleadas de servicio doméstico, en el cuestionario se diseñaron 10 preguntas que establecían el tipo de contrato, la forma de pago, expectativa del precio y del servicio.

## 1. ¿Posee empleada de servicio doméstico?

Figura 2 Pregunta No. 1

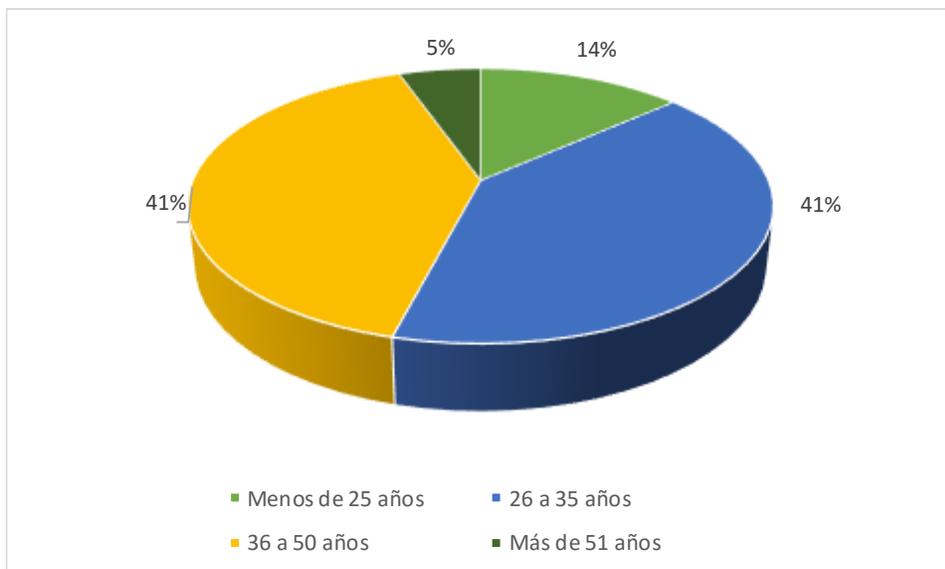


Fuente: Elaboración Propia

Se identifica en las respuestas de la primera pregunta, que el 84% de las personas encuestadas, poseen empleada del servicio doméstico, por ende, se analiza que existe mercado para la ejecución del proyecto.

## 2. Edad

Figura 3 Pregunta No. 2

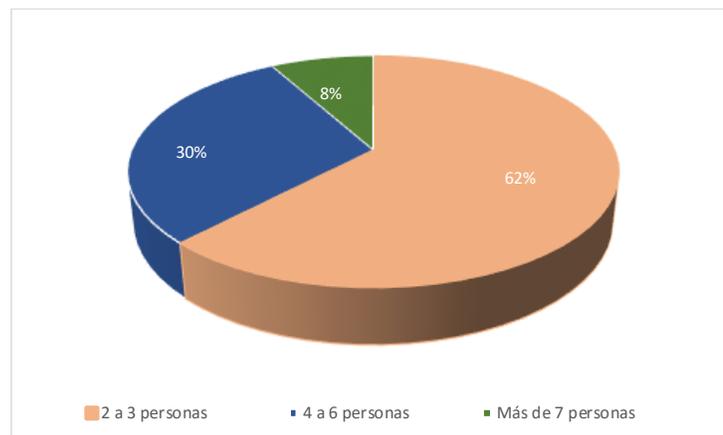


Fuente: Elaboración Propia

Los resultados de esta pregunta, muestran que la edad promedio en la cual las personas buscan obtener el servicio; está dado en dos rangos establecidos, de 26 a 35 años con un porcentaje del 41% y de la misma manera para el rango de 36 a 50 años.

3. ¿Cuántas personas se comprende su grupo familiar?

Figura 4 Pregunta No. 3

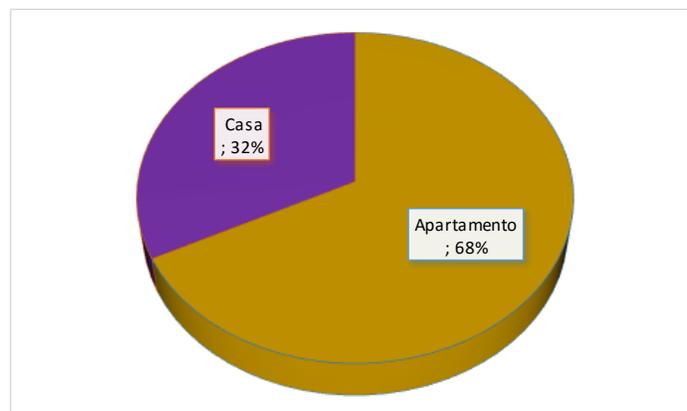


Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con las respuestas dadas por la muestra de la población, se puede establecer que la cantidad de integrantes de una familia promedio que adquieren este servicio es de 2 a 3 personas, que representa el 62% del total de encuestados.

4. ¿Qué tipo de vivienda tiene?

Figura 5 Pregunta No.4

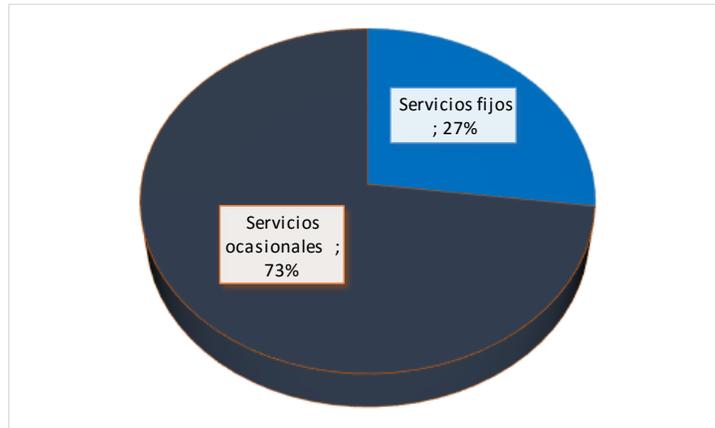


Fuente: Elaboración Propia

En la relación con las respuestas de esta pregunta, se reconoce que el 67,06% de la muestra de población, vive en un apartamento, por lo cual se analiza que las personas adquieren servicios domésticos en su mayoría.

5. ¿Qué tipo de servicio tiene con su empleada doméstica?

Figura 6 Pregunta No. 5



Fuente: Elaboración Propia

Se establece que 73% de los encuestados adquieren servicios domésticos ocasionales, se puede inferir que la categoría de servicio de mayor demanda pertenece a la de servicios ocasionales.

6. ¿Cómo efectúa la utilización del servicio doméstico?

Figura 7 Pregunta No. 6

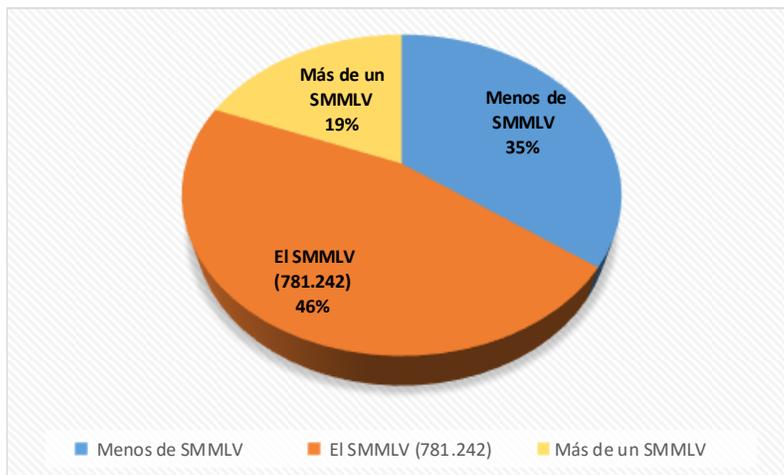


Fuente: Elaboración Propia

La utilización del servicio con mayor frecuencia es por días. Que representa el 57% de las respuestas de la muestra de población.

7. Si su empleada es de servicios fijos ¿cuánto es su pago?

Figura 8 Pregunta No. 7

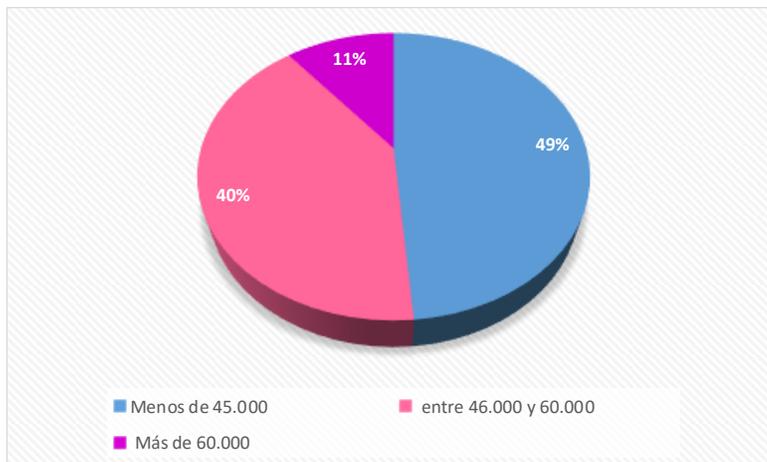


Fuente: Elaboración Propia

Se identifica que el pago promedio del servicio a las empleadas es del salario mínimo mensual legal vigente, de acuerdo a las respuestas realizadas por la muestra de población dieron resultado en un 46%.

8. Si su empleada es de servicios ocasionales ¿cuánto es su pago?

Figura 9 Pregunta No. 8

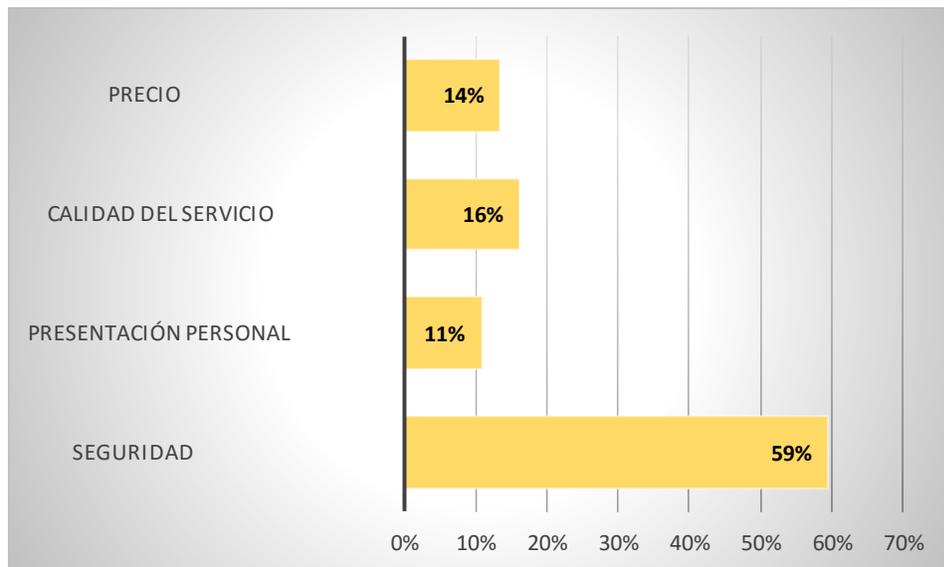


Fuente: Elaboración Propia

Se puede concluir que las personas que usan servicios ocasionales, realizan un pago promedio a las empleadas entre 46.000 y 60.000; en un 48,4% de las respuestas realizadas.

9. De las siguientes opciones marque las que crea necesarias para contratar un servicio domestico

Figura 10 Pregunta No. 9

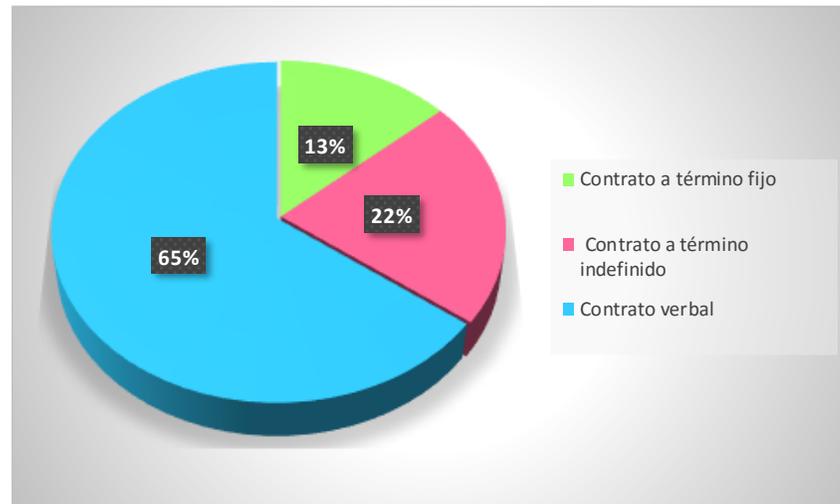


Fuente: Elaboración Propia

En relación con las respuestas dadas, se identifica que el 59% de los resultados, las personas creen que el factor determinante para la contratación del servicio doméstico es la seguridad, y anteriormente relevante a éste es la presentación personal de la empleada.

10. ¿Cuál es el tipo de contrato que posee con la empleada de servicio doméstico?

Figura 11 Pregunta No.10



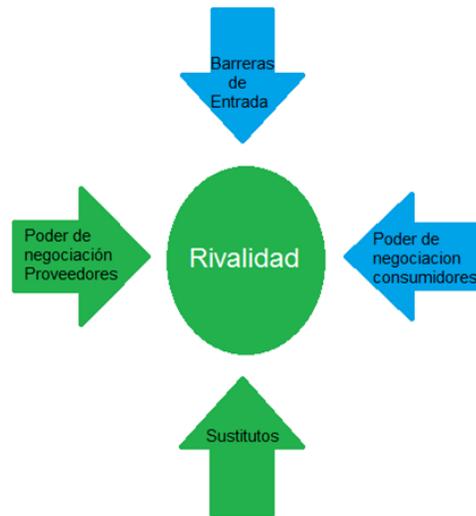
Fuente: *Elaboración Propia*

Se analiza que la modalidad más utilizada para acceder al servicio, es un contrato verbal, con un porcentaje de participación del 65% del total de la muestra en la pregunta realizada; se puede identificar que las personas contratan a las empleadas sin estipular unos acuerdos por escrito.

#### **8.4 ANÁLISIS DEL SECTOR**

Para el desarrollo de este análisis se dispone a realizar las cinco fuerzas de Michael Porter, debido a que las organizaciones se ven afectadas según el autor, por fuerzas externas competitivas, como lo son: Rivalidad (competidores), barreras de entradas (nuevos participantes), proveedores, sustitutos y consumidores.

Figura 12 5 Fuerzas Michael Porter



Fuente: Elaboración Propia

**Poder de negociación del consumidor:** “se define como la potestad que posee el cliente para elegir otro producto y/o servicio de la competencia”<sup>14</sup>, se identifica que el cliente tiene pocas opciones de obtención del servicio de aseo domestico para su hogar, aunque se determina que puede existir alta rotación de personal debido a que el empleado puede ser sustituido de manera inmediata, la brecha que existe entre una persona que adquiere el servicio y una que lo presta, en términos económicos es sumamente alta, pero esto no garantiza una continuidad en el servicio prestado.

**Poder de negociación del proveedor:** “El proveedor es el aliado de la organización, y este a su vez posee cierta potestad para negociar, el precio de venta de sus productos, las condiciones de entrega, fechas de pago de los servicios que presta, su propuesta de valor y las unidades a comprar”.<sup>15</sup>

Se realiza salvedad de este factor teniendo en cuenta que la organización no posee proveedores.

<sup>14</sup> Activa Conocimiento, Las Cinco Fuerzas de porter <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>

<sup>15</sup> *Ibíd.*, p. 25.

**Amenaza de nuevos competidores:** Existen organizaciones dedicadas a la prestación de servicios de aseo institucional en la región del alto magdalena. Probablemente, estas empresas de servicios especializados en aseo en otras organizaciones puedan integrarse al segmento del mercado al que se está enfocando la compañía; debido a que en el sector no existe reglamentación precisa por parte del Estado Colombiano para ingresar en mercado, cualquier persona sea natural en calidad de empleado independiente o jurídica puede ofrecer sus servicios al mercado objetivo.

Además, la inversión inicial que se requiere para el desarrollo de la prestación del servicio no es muy alta, dependiendo de las características del servicio y la propuesta de valor a ofrecer, también varía si es persona natural o jurídica.

**Productos sustitutos:** Se considera que los servicios sustitutos que prestan agencias dedicadas al suministro de personal a personas naturales (outsourcing), el personal estaría en plena disposición del cliente sin establecerse procesos de supervisión y control por parte de la agencia.

Actualmente, los avances tecnológicos no son una barrera para introducirse en el mercado ya que el sector se encuentra en un proceso de crecimiento lento y no existen tecnologías que sustituyan la mano de obra en actividades del aseo del hogar completamente.

**Rivalidad en el sector:** se identifica que existen de manera directa personas que en calidad de empleado independiente de manera informal prestan sus servicios en actividades del aseo en el hogar, a otras personas que tienen el poder adquisitivo para acceder a este servicio. De acuerdo con lo anteriormente mencionado existen una gran participación en el mercado, por ende, los precios de los servicios ofrecidos tienden a la baja existe un grado de rivalidad alto.

Por otra parte, no se cuenta con una organización que preste servicios directamente a personas naturales en la región del Alto Magdalena, por lo cual este canal

inicialmente podría ser monopolizado, de lo cual tiende a aumentar el precio y el grado de rivalidad es bajo.

## 8.5 ANÁLISIS DEL MERCADO

Tabla 2 Estratificación del Mercado

<b>ESTRATIFICACION SOCIO-ECONOMICA</b>	
Cuatro	0,71%
Cinco	0,18%
Seis	0,03%
<b>Poblacion 2017 Girardot</b>	<b>106.283</b>
Estrato 4	755
Estrato 5	191
Estrato 6	32
<b>Total estratos</b>	<b>978</b>

Fuente: Castro Munar, Diego Armando. Diagnostico económico de la ciudad de Girardot.([www.eumed.net/libros-gratis/2009a/511/DIAGNOSTICO%20ECONOMICO%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20GIRARDOT%20CONCLUSIONES.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2009a/511/DIAGNOSTICO%20ECONOMICO%20DE%20LA%20CIUDAD%20DE%20GIRARDOT%20CONCLUSIONES.htm)).

## 8.6 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Tabla 3 Características de la Población

<b>CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACION</b>	
Edad	21 - 70 años
Estrato	4 – 6
Ocupación	empresario, funcionario publico
Nivel educativo	Profesional
Ingresos mensuales	39 o más SMMV
Lugarde residencia	Bogotá DC, con casa de recreo en la región del alto magdalena

Fuente: *Elaboración Propia*

Se determina que en el sector se encuentran empresas que prestan servicios de subcontratación para la ciudad de Girardot, como Casa Limpia, grupo Eulen, Sodexo, entre otras; pero estas empresas no prestan sus servicios a personas naturales por lo cual son competencia indirecta de nuestra empresa.

La población de la ciudad de Girardot es de “106.887 personas de las cuales la

población de estratos 4, 5 y 6 de la ciudad es del 0.71%, 0.18%, y 0.03%,r respectivamente.”<sup>16</sup>

## **8.7 DEFINICIÓN DEL MERCADO OBJETIVO.**

El mercado objetivo definido para la presente idea de negocio, esta segmentado en los estratos 4,5 y 6 del municipio de Girardot y población flotante. Otro aspecto importante es que su núcleo familiar se comprenda de más de 3 personas, que sus viviendas tengan más de 2 habitaciones, y las casas o apartamentos sean grandes. Por lo que, este tipo de familias buscan suplir una necesidad que son las labores del hogar, y en su estilo de vida se les facilita la contratación de una empleada de servicio doméstico.

## **8.8 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

### **8.8.1 Competencia Directa.**

Dentro de las empresas que representan para el modelo de negocio de Integra Servicios como una competencia en la actividad comercial; actualmente no existe en la región una organización que se dedique a esta prestación de servicios domésticos para personas naturales.

---

<sup>16</sup> Castro Munar, Diego Armando. GIRARDOT; UN PROGRESO A LA POBREZA Y DESIGUALDAD. en Observatorio de la Economía Latinoamericana, número 64 <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/co/06/dacm.htm> D.A. (2006)

Tabla 4 Competencia Directa

COMPETENCIA DIRECTA			
NOMBRE DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	SISTEMA DE PAGO	DESCRIPCIÓN
DOMESTICAS DE COLOMBIA	Bogotá DC	Efectivo- Consignación	Esta empresa ofrece a sus clientes personal de servicio doméstico calificado, de acuerdo al perfil que desee el cliente, hace un filtro de seguridad a los empleados, pero no se establece una suscripción de suministro de servicios, se paga \$175.000 (ciento setenta y cinco mil pesos) anuales, por mostrarle al cliente las opciones posibles de empleado y entre el usuario y el empleado acuerdan las condiciones laborales, el usuario puede cambiar de empleado tres veces el primer mes.

Fuente: Elaboración Propia

### 8.8.2 Competencia Indirecta.

En la ciudad de Girardot se encuentran empresas que prestan el servicio para otras organizaciones, las cuales no poseen una sucursal en la región, se administran desde sedes regionales en Ibagué o Bogotá las cuales son las siguiente

Tabla 5 Competencia Indirecta

COMPETENCIA INDIRECTA			
NOMBRE DE LA EMPRESA	UBICACIÓN	SISTEMA DE PAGO	DESCRIPCIÓN
SUMMAR PRODUCTIVIDAD	Cali, Valle	Consignación	Esta empresa esta enfocada en el suministro de personal, funciona mas como un outsourcing y no esta enfocada netamente a la prestacion de servicios de aseo, generalmente lo realiza para otras empresas.
SODEXO	Bogotá DC	Consignación	Es una multinacional que presta servicios de bienestar para los empleados, de otras organizaciones y como complemento establece el servicio de aseo para otras empresas
CASA LIMPIA	Bogotá DC	Consignación	Es una compañía nacional que presta servicios de aseo para otras orgazanizaciones, su enfoque esta dado en hacer procesos de selección, certificados en seguridad para sus clientes.
GRUPO EULEN	Bogotá DC	Consignación	Es una multinacional española dedicada a prestar servicios enfocados al mantenimiento localtivo y aseo en otras empresas, ha desarrollado una gama de servicios muy diferenciadora de las demas empresas.
DIAMANTE	Cali, Valle	Consignación	Es una empresa nacional de servicios de aseo para otras organizaciones enfocada en el suministro de insumos de limpieza y desinfeccion con maquinaria especializada.

Fuente: Elaboración Propia

## **8.9 ANÁLISIS DEL CONSUMO**

Según “el estudio Global sobre el cuidado del hogar realizado por Nielsen en el 2015, una Multinacional dedicada a la medición de criterios de mercadeo, identifica que el 8% de los consumidores colombianos pagan por servicios de aseo en su hogar.”<sup>17</sup>

Solo 3 años después de la creación de la ley 1562 del 2012 que controla la participación en aportes a seguridad social, se empieza a regular específicamente la operatividad del servicio doméstico, con lo cual se analiza que existe un estímulo de crecimiento continuo en el sector.

Además, se refleja un contexto legal e histórico general de la adquisición de servicios de aseo por parte del consumidor, existe la disposición en obtenerlos, lo que justifica, un estímulo de consumo.

## **8.10 ESTRATEGIA DE MERCADO**

El modelo de negocio está basado en un sistema de suscripción de servicios en el cual se establecerá la promesa de venta de la siguiente manera:

- El usuario podrá escoger a la persona que se ajuste al perfil que esté buscando (edad, competencias enfocadas al aseo o a la cocina, presentación personal, entre otras).
- El servicio se pagará mensual de manera anticipada.
- Se realizarán revisiones periódicas de control de calidad en la prestación del servicio y encuestas de satisfacción.
- El cliente debe firmar la planilla de control de asistencia y cumplimiento de horario del colaborador
- El colaborador no puede exceder el tiempo estipulado por el cual se adquirió el servicio, al excederse se cobra el recargo por hora.

---

<sup>17</sup> NIELSEN, Así son los hábitos de limpieza en los hogares colombianos, (en línea) 16 de mayo del 2016 (revisado el 26 de agosto del 2018). Disponible en internet: <https://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/Asi-son-los-habitos-de-limpieza-en-los-hogares-colombianos.html>

- El usuario no podrá disponer del colaborador en actividades que no correspondan a las que se han pactado en la suscripción de servicios.
- El usuario podrá cambiar al colaborador en un máximo dos veces por mes.

## **8.11 ESTRATEGIA DE PRODUCTO**

- Estrategia de impacto al medio ambiente

Se implementará un programa de capacitación sobre la recolección y clasificación de residuos a las empleadas denominado “Cuidemos desde casa el planeta”, el cual pretende incentivar el cuidado del medio ambiente de dos formas:

En el lugar de trabajo de las empleadas del servicio doméstico, se realizará la capacitación en recolección y clasificación de residuos orgánicos como el vidrio, papel, plástico o cartón, se establecerá el procedimiento de la manera en que deben realizar la clasificación

Para el personal administrativo en la localidad de la empresa se ejecutará de la siguiente manera; se realizará una capacitación de la reutilización de la papelería, y a su vez se establecerá un instructivo de ejecución documental para reutilización del papel, la clasificación de los residuos los provenientes de reciclaje del mismo. (organización y empaque de papelería inservible).

- Tipos de servicios:

De acuerdo a las necesidades del mercado se determina que el producto es un servicio intangible y se asignan las categorías de la siguiente manera:

Tabla 6 Plan de Servicios

<b>Plan A Servicio Fijo</b>	<b>Tiempo hora</b>	<b>Frecuencia por semana</b>	<b>Mensual</b>	<b>Horas mensual</b>
	4 horas por día	1	4	16
	8 Horas por día	1	4	32
	4 horas diarias	6	30	120
	8 horas diaria	6	30	240
<b>Plan B Servicio Ocasional</b>	<b>Tiempo hora</b>	<b>frecuencia por semana</b>	<b>Mensual</b>	<b>horas mensual</b>
	4 horas ocasional	1	1	4
	8 horas ocasional	1	1	8

Fuente: Elaboración Propia

Servicios Fijos:

Tabla 7 Servicios Fijos A1

<b>Plan A1</b>	<b>Esp. del Servicio 4 Horas por día</b>
<b>Servicios Fijos</b>	✓ lavado de baños
	✓ Organización de cuartos
	✓ Barrido y trapeado de pisos
	✓ Limpieza de polvo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8 Servicios Fijos A2

<b>Plan A2</b>	<b>Esp. del Servicio 8 por día</b>
<b>Servicios Fijos</b>	✓ Lavado de baños
	✓ Organización de cuartos
	✓ Limpieza de pisos
	✓ Limpieza de polvo
	✓ Arreglo de cocina opcional
	✓ Aseo de patio de ropas, y el garaie

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9 Servicios Fijos A3

Plan A3	Esp. del Servicio 4 Horas diarias
<b>Servicios Fijos</b>	✓ Organizar cuartos todos los días
	✓ Lavado de baños tres veces a la semana
	✓ Limpieza de polvo todos los días
	✓ Arreglo de cocina opcional y preparación de alimentos opcional

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10 Servicios Fijos A4

Plan A4	Esp. del Servicio 8 Horas diarias
<b>Servicios Fijos</b>	✓ Arreglo de cuartos todos los días
	✓ Limpieza de baños 3 veces por semana
	✓ Limpieza de polvo todos los días
	✓ Limpieza de garaje y patio de ropas
	✓ Limpieza de pisos
	✓ Arreglo de cocina todos los días
	✓ Preparación de alimentos todos los días
	✓ Lavado y planchado opcional

Fuente: Elaboración Propia

Servicios Ocasionales:

Tabla 11 Servicios Ocasionales B1

Plan B1	Esp. del Servicio 4 Horas Ocasional:
<b>Servicios Ocasionales</b>	✓ Lavado de baños.
	✓ Organización de cuartos.
	✓ Barrido y trapeado de pisos.
	✓ Limpieza de polvo.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12 Servicios Ocasionales B2

Plan B2	Esp. del Servicio 8 Horas Ocasional
<b>Servicios Ocasionales</b>	✓ Lavado de baños.
	✓ Organización de cuartos.
	✓ Limpieza de pisos.
	✓ Limpieza de polvo.
	✓ Arreglo de cocina opcional.
	✓ Aseo de patio de ropas, y el garaje.

Fuente: Elaboración Propia

### 8.12 ESTRATEGIA DE PRECIO

La estrategia de precio que se utilizará es de prestigio; debido a que está determinada de acuerdo con el modelo de negocio, se acuerda que estará por encima de la competencia debido que es una empresa especializada de servicios en este sector, también estará enfocada a clientes de estratos socioeconómicos altos. Fluctuara el precio de acuerdo con el índice del precio al consumidor.

Para el precio de venta se determinó el costo del servicio, y se estimó un margen de utilidad por los servicios ofertados esto para el año base 2019, Para los siguientes años se proyectó una tasa de crecimiento teniendo en cuenta el IPC de los últimos 5 años, el cual se promedió y arrojó un resultado del 4.44% que se toma de base para el año 2019, para los años siguientes se tuvo en cuenta el aumento o disminución de cada año tomando un promedio y dando como resultado el 0.54%, al cual se estimó adicionalmente un 0.5% como eficiencia del servicio

Tabla 13 Estrategia de Precio

Productos Manufacturados por la Empresa	Precio Venta Und. Año 2019	Precio Venta Und. Año 2020	Precio Venta Und. Año 2021	Precio Venta Und. Año 2022	Precio Venta Und. Año 2023
Plan servicios fijos A1	100.699	105.712	111.541	118.293	126.088
Plan servicios fijos A2	175.824	184.576	194.755	206.543	220.154
Plan servicios fijos A3	659.340	692.159	730.331	774.534	825.576
Plan servicios fijos A4	1.294.704	1.359.148	1.434.105	1.520.904	1.621.132
Plan servicios ocasionales B1	29.970	31.462	33.197	35.206	37.526
Plan servicios ocasionales B2	43.956	46.144	48.689	51.636	55.038

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 14 Promedio de Inflación

PROMEDIO INFLACION ANUAL DE LOS ULTIMOS 5 AÑOS EN COLOMBIA		
AÑO	INFLACION	VARIACION DE AUMENTO O DISMINUCION
2017	4,09%	-1,66%
2016	5,75%	-1,02%
2015	6,77%	3,11%
2014	3,66%	1,72%
2013	1,94%	
<b>TOTAL PROMEDIO</b>		<b>4,44%</b>
<b>PROMEDIO AUMENTO O DISMINUCION</b>		<b>0,54%</b>

Fuente: Banco de la republica ( <http://www.banrep.gov.co/>)

Dando como resultado la siguiente tasa porcentual por año:

Tabla 15 Tasa Porcentual de Crecimiento

Tasa de Crecimiento en Ventas	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
	4,9%	5,5%	6,0%	6,6%	7,1%

Fuente: Elaboración Propia

## 8.13 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Tabla 16 Estrategia de Promoción

Nombre de la campaña	Descripción	Meta	costo unitario	Costo
<b>Segundo Año Las Increíbles del Hogar.</b>	Evento masificador de clientes, dinámico y propósito donde se establecerá un lugar y una fecha, habrá premios, refrigerio. premios para los clientes que inviten y asistan (un día de spa con todos los servicios incluidos).	50 nuevos clientes en categoría fija	\$ 1.200.000	\$ 1.900.000
			\$ 300.000	
			\$ 400.000	
<b>Tercer Año Refiérenos y gana.</b>	Se realizará de la siguiente manera: Sistema de incentivación del usuario, que consiste en que si un cliente tiene un conocido y hace que se suscriba en alguno de los servicios ofrecidos gana un día de aseo gratis, o kit de implementos de aseo, solo puede ganar 2 días al mes	50 nuevos clientes en categoría fija	\$ 50.000	\$ 1.903.690
			\$ 35.000	
			\$ 768.690	
			\$ 1.050.000	
<b>Cuarto Año Aumenta tu servicio y gana</b>	Para los clientes que poseen un servicio doméstico ocasional, que transfieran su servicio a uno fijo, participara en el sorteo de unas boletas de cine, con todo pago incluye comida.	70 transferecia de servicio en categoría fija	\$ 420.000	\$ 540.000
			\$ 120.000	
<b>Quinto Año Una mañana inesperada</b>	Se realizará de la siguiente manera: Desayunos sorpresa para los clientes más antiguos, un reconocido cantante que despertara nuestro cliente, solo aplica para los clientes más antiguos, cuyo fin es agradecer a los clientes por su permanencia en el servicio.	fidelizacion de clientes	\$ 300.000	\$ 480.000
			\$ 120.000	
			\$ 60.000	
<b>Total Gastos de Promocion</b>				<b>\$ 4.823.690</b>

Fuente: Elaboración Propia

11Tabla 17 Estrategia de Publicidad

<b>Estrategia</b>	<b>Tareas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor Total Estrategia</b>
Comunicación indirecta mediante anuncios por redes sociales, creando una fan page en facebook, instagram, twitter	Diseño del anuncio	1	\$ 120.000	\$ 120.000	\$ 135.000
	Impresión del volante	10.000	\$ 200	\$ 2.000.000	
	creacion de usuarios en redes sociales	3	\$ 15.000	\$ 15.000	
Repartir volantes (toma de almacenes de cadena, centros comerciales, condominios y/o conjuntos residenciales y vías de alta afluencia vehicular)	Diseño de volantes	1	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 1.350.000
	Impresión del volante	1000	\$ 550	\$ 550.000	
	Activar zonas de influencia (supermercados, condominios, conjuntos)	5	\$ 150.000	\$ 750.000	
Realizar perifoneo en zona de conjuntos, condominios, almacenes de cadena, centros comerciales.	Realizacion de audio comercial	1	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 300.000
	Establecer los lugares de activacion del perifoneo	5	\$ 30.000	\$ 150.000	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18 Publicidad Anual

<b>Estrategia</b>	<b>Valor Total Estrategia por Año</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Comunicación indirecta mediante anuncios por redes sociales, creando una fan page en facebook, instagram, twitter	\$ 405.000	\$ 405.000	\$ 422.820	\$ 443.961	\$ 468.379	\$ 496.950
Repartir volantes (toma de almacenes de cadena, centros comerciales, condominios y/o conjuntos residenciales y vías de alta afluencia vehicular)	\$ 17.100.000	\$ 17.100.000	\$ 17.852.400	\$ 18.745.020	\$ 19.775.996	\$ 20.982.332
Publicación de anuncio publicitario en canales de televisión regional. Aviso de durabilidad al aire de 10 segundos	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000	\$ 2.192.400	\$ 2.302.020	\$ 2.428.631	\$ 2.576.778
<b>Total Presupuesto Anual en Mercadeo y Publicidad</b>		<b>\$ 19.605.000</b>	<b>\$ 20.467.620</b>	<b>\$ 21.491.001</b>	<b>\$ 22.673.006</b>	<b>\$ 24.056.059</b>

Inflación Proyectada		4,4%	5,0%	5,5%	6,1%	6,6%
----------------------	--	------	------	------	------	------

Fuente: *Elaboración Propia*

## 8.14 ESTRATEGIA DE MARCA

Se pretende impulsar la marca en los usuarios como un servicio amigable, innovador, dinámico y seguro buscando posicionarse de la siguiente manera:

Enfoque principal:

Manejo de redes sociales con expertos en marketing digital, para el desarrollo de la marca en el cual se implementarán avisos, consejos, videos exponiendo el mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios, con la utilización del servicio.

Diseño de una plataforma que permita reservar los servicios de aseo para los usuarios y a su vez sirva de base de datos para las posibles empleadas de la organización.

Figura 13 Logo de la Marca



*Fuente: Elaboración Propia*

### 8.14.1 Diseño de la marca

Figura 14 Diseño de la Marca



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la con la misión, visión y valores corporativos, se toma la decisión de implementar el color verde debido a que éste, está más relacionado con la organización.

Tabla 19 Cuantificación de estrategias para la plataforma

Objetivo	Estrategia	Tareas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Valor Total Estrategia
Facilitar el acceso del servicio a los clientes y a los posibles empleados ingresar sus datos para proceso de selección.	Implementación de sistema de información en línea que permita a los usuarios pagar y reservar los servicios ofrecidos por la empresa y además aspirantes a vacantes en la organización, puedan ingresar sus datos para proceso de selección.	Diseño de pagina	1	\$ 15,000,000	\$ 15,000,000	\$ 17,200,000
		Mantenimiento pagina	1	\$ 200,000	\$ 200,000	
		Ingeniero de sistemas	1	\$ 2,000,000	\$ 2,000,000	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20 Gastos Anuales de la Plataforma

Estrategia	Valor Total Estrategia por Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Implementación de sistema de información en línea que permita a los usuarios pagar y reservar los servicios ofrecidos por la empresa y además aspirantes a vacantes en la organización, puedan ingresar sus datos para proceso de selección.	\$ 21,600,000	\$ 21,600,000	\$ 7,550,400	\$ 7,965,672	\$ 8,451,578	\$ 9,009,382
Total Presupuesto Anual en Mercadeo y Publicidad		\$ 21,600,000	\$ 7,550,400	\$ 7,965,672	\$ 8,451,578	\$ 9,009,382
Inflación Proyectada		4.4%	5.0%	5.5%	6.1%	6.6%

Fuente: Elaboración Propia

## 8.13 ESTIMACIÓN DE VENTA

Tabla 21 Estimación de las Ventas

Productos Manufacturados por la Empresa	Cantidad Vendida Año 2019	Cantidad Vendida Año 2020	Cantidad Vendida Año 2021	Cantidad Vendida Año 2022	Cantidad Vendida Año 2023
Plan servicios fijos A1	1440	1.519	1.611	1.717	1.839
Plan servicios fijos A2	720	760	806	859	920
Plan servicios fijos A3	240	254	270	288	309
Plan servicios fijos A4	120	127	135	144	155
Plan servicios ocasionales B1	1440	1.519	1.611	1.717	1.839
Plan servicios ocasionales B2	720	760	806	859	920
<b>TOTAL</b>	<b>4680</b>	<b>4.937</b>	<b>5.234</b>	<b>5.577</b>	<b>5.973</b>

Fuente: Elaboración Propia

Se proyecta para el año base 2019 las unidades de ventas por servicios domésticos fijos y ocasionales, se elaboró teniendo como base, el análisis realizado en el que se tuvo en cuenta la capacidad instalada del segmento de conjuntos residenciales de estratos 4 5 y 6, en el que se determinó la necesidad de estos servicios y es aproximadamente 930 casas mensuales , para los siguientes años se tuvo en cuenta la misma tasa de crecimiento del precio de venta

## 9. ESTUDIO TECNICO E INGENIERIA DEL PROYECTO

### Objetivos

- Identificar la localización optima de la empresa.
- Establecer los procesos en el cual se realizará la operatividad del servicio.
- Realizar los requerimientos en planta.

### 9.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto establece la capacidad de operatividad a través del tiempo. Por ende, se pretende analizar el tamaño óptimo de operatividad; inicialmente se dispondrán de seis (6) empleadas de servicio doméstico para cubrir 147 servicios al mes.

### 9.2 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La localización del proyecto se divide en dos fases que corresponde a la macro-localización; es donde será la ubicación del proyecto y la micro-localización que se refiere a la fijación del sitio donde funcionará la empresa.

### 9.3 MACRO LOCALIZACIÓN

Tabla 22 Macro Localización

Criterio	Peso	Ricaurte		Girardot		Flandes	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Accesibilidad y vías.	0,30	2	0,6	4	1,2	3	0,9
Características de la población.	0,20	3	0,6	6	1,2	2	0,4
Actividades económicas de la zona.	0,30	5	1,5	7	2,1	4	1,2
Seguridad	0,20	4	0,8	6	1,2	1	0,2
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>3,5</b>		<b>5,7</b>		<b>2,7</b>

Fuente: Elaboración Propia

El factor de accesibilidad garantiza que la ciudad donde se ubique la empresa tendrá una población más desarrollada en el nicho de mercado clave para el desarrollo y crecimiento sostenible de la operación, también porque con ello se garantizará una buena salida de los empleados.

#### 9.4 MICRO LOCALIZACIÓN

Tabla 23 Micro Localización

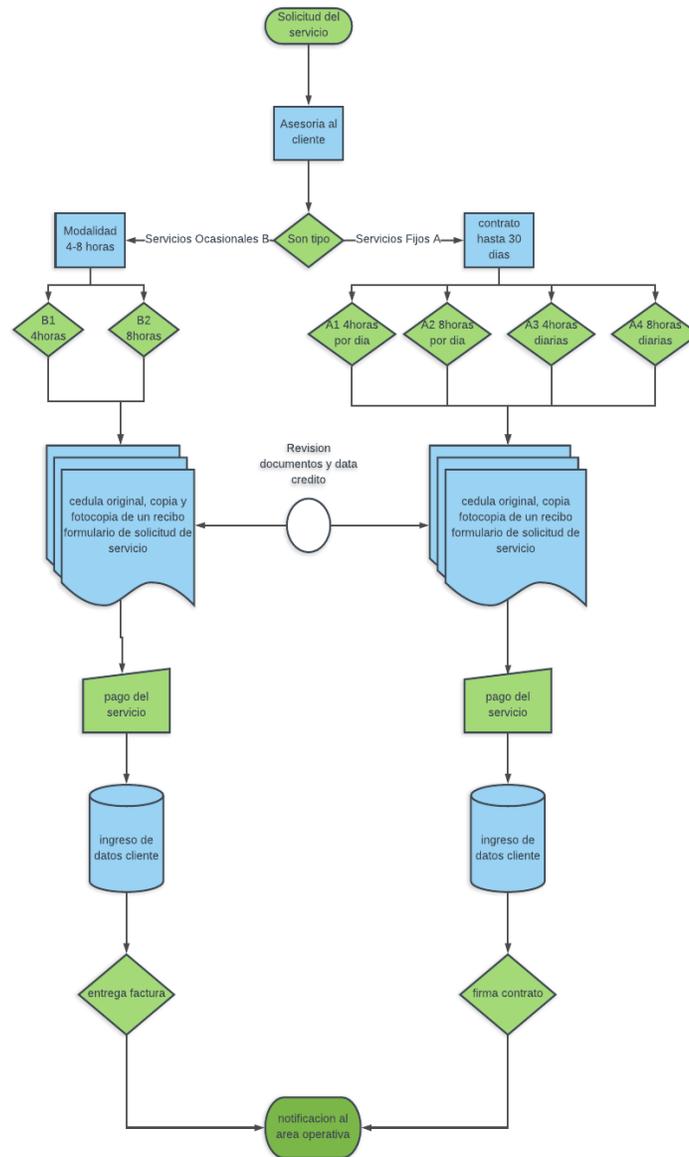
Criterio	Peso	B.Centro		B.Santa Isabel		B.Sucre	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Accesibilidad y vías.	0,30	6	1,8	9	2,7	8	2,4
Servicios publicos	0,20	2	0,4	5	1	3	0,6
Actividades económicas de la zona.	0,30	10	3	7	2,1	6	1,8
Seguridad	0,20	5	1	6	1,2	7	1,4
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>6,2</b>		<b>7,0</b>		<b>6,2</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Se toma como factor más importante la accesibilidad y vías porque una accesibilidad a la hora de ingresar y salir de la ciudad garantiza una mejora en el desplazamiento de los empleados y de las labores comerciales, que a su vez mejoran las posibilidades de captación de nuevos mercados potenciales que identifican inmediatamente la ubicación de las instalaciones y facilita llegar a ellas puestos que son centrales y muy concurridas.

## 9.5 DIAGRAMA DE FLUJO

Figura 15 Diagrama de Flujo



Fuente: Elaboración Propia

## 9.6 REQUERIMIENTO EN ACTIVOS FIJOS

Tabla 24 Balance de Papelería

Balance de Papelería			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Archivadores Az	8	4.700	37.600
Caja x 10 Resma tamaño carta	2	110.000	220.000
Caja x 10 Resma tamaño oficio	1	110.000	110.000
Caja Esferos	3	5.500	16.500
Caja Resaltadores	2	8.300	16.600
<b>Total Herramientas</b>			<b>400.700</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25 Balance de Equipos de Oficina

Balance de Equipos de Oficina							
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Técnica	Vida Útil Esperada	Valor de Liquidación	Fecha de Liquidación
Escritorio oficina	2	789.900	1.579.800	10 Años	10 Años	420.000	ene-2028
Silla giratoria	2	129.000	258.000	10 Años	10 Años	60.000	ene-2028
Archivadores	3	249.000	747.000	10 Años	10 Años	110.000	ene-2028
<b>Total Equipos de Oficina</b>			<b>2.584.800</b>			<b>590.000</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26 Balance de Equipos de Computación y Comunicación

Balance de Equipos de Computación y Comunicación							
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Técnica	Vida Útil Esperada	Valor de Liquidación	Fecha de Liquidación
Caja registradora	1	\$ 659.000	\$ 659.000	5 años	3 años	\$ 230.000	ene-2021
Computador	2	\$ 1.540.000	\$ 3.080.000	5 Años	1 años	\$ 1.350.000	ene-2021
Impresora Laser	1	\$ 629.000	\$ 629.000	5 años	3 años	\$ 300.000	ene-2021
Celular	2	\$ 209.900	\$ 419.800	5 años	3 años	\$ 120.000	ene-2021
Datafono	1	\$ 750.000	\$ 750.000	5 años	3 años	\$ 350.000	ene-2021
Camaras de seguridad	1	\$ 845.000	\$ 845.000	5 Años	3 Años	\$ 200.000	ene-2021
<b>Total Equipos de Computación y Comunicación</b>			<b>\$ 6.382.800</b>			<b>\$ 2.550.000</b>	

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27 Balance Consolidado de Requerimientos de Activos Fijos

Balance Consolidado de Requerimientos en Activos Fijos					
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Técnica	Valor de Liquidación
Herramientas	1	400.700	400.700		
Equipos de oficina	1	2.584.800	2.584.800	10 Años	590.000
Equip. de comp. y com.	1	6.382.800	6.382.800	3 Años	2.550.000
Varios	1	5.000.000	5.000.000	5 Años	4.000.000
<b>Total Requerimientos en Activos Fijos</b>			<b>14.368.300</b>		<b>7.140.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 9.7 REQUERIMIENTO PARA OPERACIÓN

Tabla 28 Nomina de Empleadas de Servicio Doméstico

COSTO DE UNA EMPLEADA	
<b>SALARIO BASICO</b>	
SALARIO MINIMO	781.242
AUX DE TRANSPORTE	83.140
<b>TOTAL SALARIO</b>	<b>864.382</b>
<b>APORTES PARAFISCALES EMPLEADOR</b>	
PENSION	93.749
RIESGOS	4.078
CAJA DE COMPENSACION	31.250
<b>TOTAL APORTES EMPLEADOR</b>	<b>129.077</b>
<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	
PRIMA	72.032
CESANTIAS	72.032
VACACIONES	32.552
INT A LAS CESANTIAS	8.644
<b>TOTAL PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>185.259</b>
<b>DOTACION</b>	<b>20.000</b>
<b>TOTAL COSTO EMPLEADA MENSUAL</b>	<b>1.198.718</b>
<b>TOTAL COSTO DIA</b>	<b>39.957</b>
<b>TOTAL COSTO HORA</b>	<b>4.995</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29 Nomina por Prestación de Servicios

Balance de Personal			
Cargo	N° de Puestos	Remuneracion Mensual	Remuneracion Mensual Total
Gerente	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Aboogado (a)	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Contador (a)	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Psicologo (a)	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Supervisor	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.500.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 30 Gastos de Legalización

<b>GASTOS DE LEGALIZACIÓN</b>	
<b>ITEM</b>	<b>COSTO</b>
REGISTRO MERCANTIL	\$ 240.000
ABOGADO ASESOR	\$ 300.000
PRODESARROLLO	\$ 80.000
SAYCO Y ACIMPRO	\$ 230.000
<b>Total gastos de legalización</b>	<b>\$ 850.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 31 Gastos Preoperativos

<b>GASTOS DE PREOPERATIVS</b>	
<b>ITEM</b>	<b>COSTO</b>
PLATAFORMA	\$ 15.000.000
LOGO MARCA	\$ 50.000
ARRIENDO	\$ 1.000.000
<b>Total gastos de legalización</b>	<b>\$ 16.050.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 32 Otros Gastos

<b>OTROS GASTOS</b>	
Agua	80,000
Energia	150,000
Internet -Telefono	120,000
Total	350,000

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 33 Adecuaciones de Obras Físicas

<b>Balance de Obras Físicas</b>					
<b>Descripción Construcción</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Especificación Técnica</b>	<b>Tamaño</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Adecuación oficina	Global	Pintura	1	680.000	680.000
Adecuación oficina	Global	Electricidad	1	200.000	200.000
<b>Total Requerimiento en Obras Físicas</b>					<b>880.000</b>

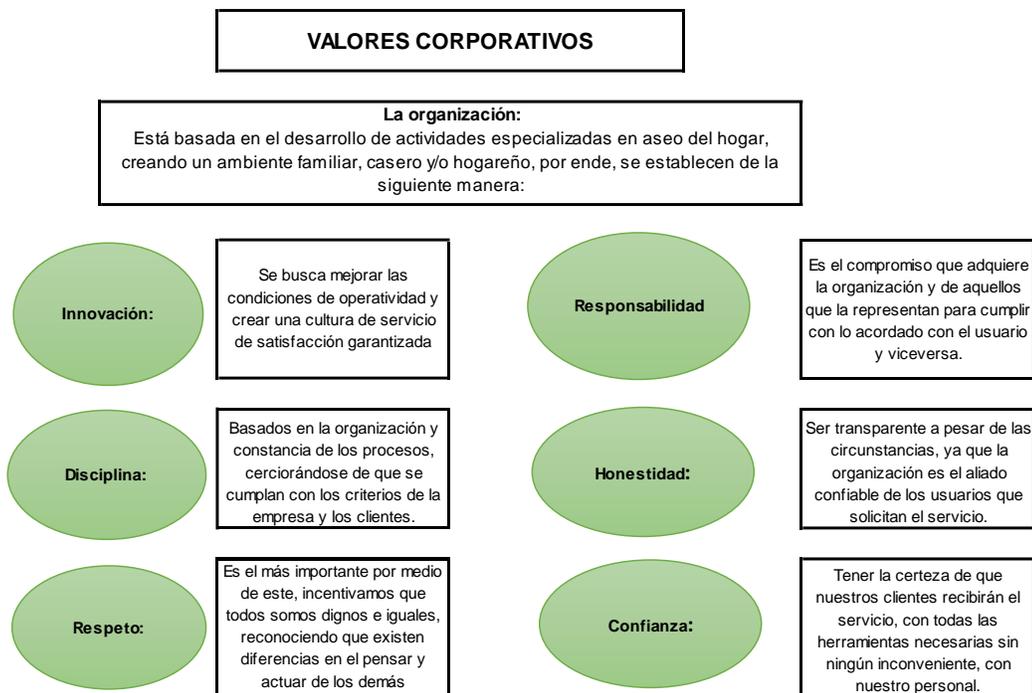
Fuente: *Elaboración Propia*

## 10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

### 10.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

#### 10.1.1 Valores y principios corporativos.

Figura 16 Valores Corporativos



Fuente: Elaboración Propia

#### 10.1.2 Propósitos corporativos.

- **Misión**

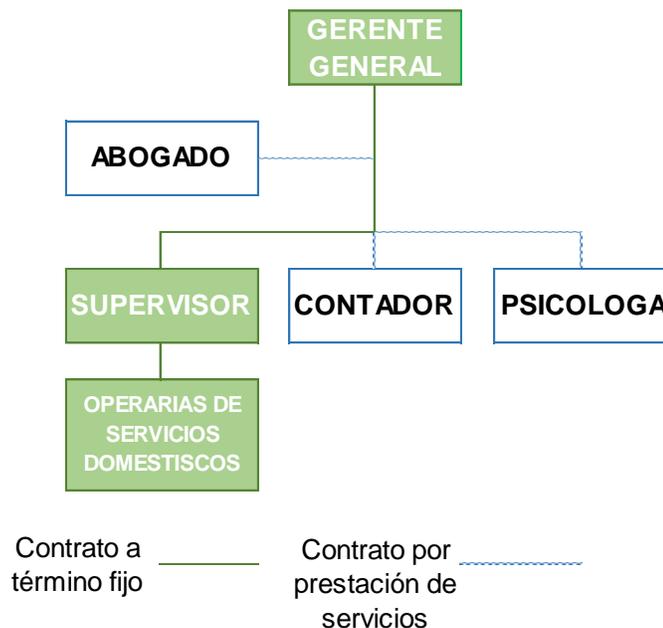
Brindar a los usuarios soluciones integrales especializadas en aseo del hogar, creando condiciones de ambiente confiables, con alta calidad por medio de capacitación, ejecución y control de actividades para este servicio.

- **Visión**

Ser la empresa líder en la prestación del servicio de aseo para el hogar, más reconocida en la Región del Alto Magdalena para el 2023.

### 10.1.3 Organigrama.

Figura 17 Organigrama



Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con el Organigrama anterior, se determina que el Gerente, el Abogado, el Contador, la Psicóloga y el Supervisor serán contratados a través de un contrato de prestación de servicios, debido a que su cargo laboral no influye de manera directa a la operatividad del negocio y la ley laboral colombiana permite la flexibilización de los vínculos laborales para contratar personal.

Las empleadas del servicio serán contratadas directamente con la empresa debido a que se considera darles una estabilidad y oportunidad laboral, seguridad y confianza por que influyen directamente en la prestación del servicio.

## 10.2 MANUAL DE FUNCIONES

### 10.2.1 Gerente

I. IDENTIFICACION					
DIA	MES	AÑO	NOMBRE DEL CARGO	PUNTOS	CODIGO
26	8	2018	GERENTE		1
DEPARTAMENTO			SECCION		
ADMINISTRATIVO			GERENCIA GENERAL		
			ELABORADO POR: DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA		
NATURALEZA DE CARGO					
Mantener la operación eficiente de la empresa, orientado al servicio al cliente, Diseñar planes, programas, estrategias, actividades y procedimientos de trabajo para garantizar a utilización objetiva de los recursos humanos, financieros y materiales disponibles. Estimular el trabajo en equipo de los colaboradores, motivar a los colaboradores para que ejecuten su trabajo excepcionalmente.					
II. FUNCIONES					
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Ser el responsable de la dirección de la organización enfocado a cumplir los objetivos corporativos.</li><li>2. Supervisar la operación de la organización en general.</li><li>3. Asignar las actividades estratégicas a cada departamento correspondiente</li><li>4. Coordinar esfuerzos con los demás colaboradores logrando un buen servicio y buenas relaciones.</li><li>5. Impartir instrucciones claras.</li><li>6. Estimular y motivar una cultura de trabajo en equipo.</li><li>7. Tomar de decisiones a nivel general para cumplir los objetivos organizacionales.</li><li>8. Entregar todas las herramientas necesarias a los colaboradores para que ellos puedan cumplir a cabalidad sus funciones.</li><li>9. Revisar indicadores de gestión a nivel empresa.</li><li>10. Atender las dudas, inquietudes, quejas y reclamos de los clientes internos y externos de la organización, y demás funciones que se le puedan asignar.</li></ol>					

Fuente: Elaboración Propia

## 10.2.2 Abogado

I. IDENTIFICACION					
DIA	MES	AÑO	NOMBRE DEL CARGO	PUNTOS	CODIGO
26	8	2018	ABOGADO		2
DEPARTAMENTO			SECCION		
JURIDICO			DERECHO LABORAL, COMERCIAL, DEL CONSUMIDOR.		
			ELABORADO POR: DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA		
NATURALEZA DE CARGO					
Brindar respuestas bajo el marco legal y jurídico, a los clientes y colaboradores en casos dados y relacionados con la organización, defenderla legalmente de acuerdo con las normas del estado.					
II. FUNCIONES					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Representar y defender a la organización en asuntos de diversa índole ante un tribunal judicial.</li> <li>2. Revisar y redactar los contratos laborales y comerciales de la organización de acuerdo con la normatividad.</li> <li>3. Proveer mediaciones para las disputas legales con clientes, empleados o proveedores</li> <li>4. Garantizar el cumplimiento de las regulaciones y la normatividad.</li> <li>5. Asesorar jurídicamente al representate legal en asuntos que lo requieran.</li> <li>6. Dar respuesta a los casos específicos que se presenten de acuerdo con la ley a los usuarios, colaboradores y otras instituciones.</li> <li>7. Realizar informes de gestión de los casos presentados.</li> <li>8. Realizar una rendición de cuentas al gerente sobre la gestión legal ejecutada acerca de los casos presentados legal y jurídicamente, y demás funciones que se le asignen.</li> </ol>					

Fuente: Elaboración Propia

### 10.2.3 Contador

I. IDENTIFICACION					
DIA	MES	AÑO	NOMBRE DEL CARGO	PUNTOS	CODIGO
26	8	2018	CONTADOR		4
DEPARTAMENTO			SECCION		
FINANZAS			FINANZAS		
			ELABORADO POR: DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA		
NATURALEZA DE CARGO					
Ser el responsable de la administración de los recursos económicos y financieros, evaluar la situación financiera de la organización para la toma de decisiones y cumplir eficientemente con los objetivos corporativos.					
II. FUNCIONES					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar planes, estrategias y actividades para la ejecución eficiente de los recursos financieros.</li> <li>2. Administrar los recursos de acuerdo a al presupuesto que se realice.</li> <li>3. Realizar el presupuesto anual.</li> <li>4. Codificar y efectuar el registro contable de documentos.</li> <li>5. Recibir los ingresos, cheques nulos y órdenes de pago asignándole el número de comprobante.</li> <li>6. Supervisar y registrar los requerimientos y movimientos de recursos por los demás departamentos.</li> <li>7. Dirigir, organizar y controlar Los pagos realizados a proveedores y empleados.</li> <li>8. Asegurar el pago respectivo de los impuestos y los informes requeridos por las normas de funcionamiento de la empresa, estén completos.</li> <li>9. Supervisar, evaluar y proponer alternativas de captación de recursos económicos para el financiamiento de la actividad operativa.</li> <li>10. Asesorar a la Gerencia General sobre temas financieros y de inversiones, así como en el análisis, revisión y ejecución de sus facultades financieras y demás funciones que se le asignen.</li> </ol>					

Fuente: Elaboración Propia

#### 10.2.4 Psicólogo (a)

I. IDENTIFICACION					
DIA	MES	AÑO	NOMBRE DEL CARGO	PUNTOS	CODIGO
26	8	2018	PSICOLOGO (A)		4.2
DEPARTAMENTO			SECCION		
HUMANA			SELECCIÓN, CONTRATACION, NOMINA, CAPACITACION Y SGSST		
			ELABORADO POR: DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA		
NATURALEZA DE CARGO					
Ser la encargada de mantener armónicamente la gestión humana de la organización de manera eficiente y eficazmente.					
II. FUNCIONES					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar entrevistas de selección para todos los cargos de la organización.</li> <li>2. Aplicar las respectivas pruebas psicotécnicas a los aspirantes de los cargos solicitados.</li> <li>3. Solicitar la realización de los exámenes médicos necesarios del colaborador.</li> <li>4. Proveer los documentos necesarios para la contratación del personal.</li> <li>5. Realizar informe de selección de personal.</li> <li>6. Autorizar la contratación del personal al auxiliar de contratación, cuando se haya realizado la selección.</li> <li>7. Remitir a sus respectivas áreas de trabajo cuando esté contratado el personal.</li> <li>8. Propiciar los espacios y las herramientas necesarias para la realización de capacitaciones.</li> <li>9. Diseñar un sistema de incentivación para los colaboradores.</li> <li>10. Garantizar de que los procesos del departamento se lleven a cabalidad y sin contratiempos y dificultades.</li> <li>11. Tener una actitud de servicio al cliente interno.</li> <li>12. Supervisar la inducción corporativa a los nuevos colaboradores.</li> <li>13. Reportar la nómina general de la organización al contador y demás funciones que se asignen.</li> </ol>					

Fuente: Elaboración Propia

### 10.2.5 Supervisor del Servicio

I. IDENTIFICACION					
DIA	MES	AÑO	NOMBRE DEL CARGO	PUNTOS	CODIGO
26	8	2018	SUPERVISOR DE SERVICIO		4.2
DEPARTAMENTO			SECCION		
OPERATIVO			SERVICIO		
			ELABORADO POR: DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA		
NATURALEZA DE CARGO					
Ser el encargado de ejecutar y supervisar la agenda de servicios, programando a las operarias de aseo eficientemente.					
II. FUNCIONES					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planear la organización de cronogramas de trabajo.</li> <li>2. Realizar requisiciones de personal a Gestión Humana.</li> <li>3. Reportar los devengos de los colaboradores a su cargo.</li> <li>4. Supervisar la ejecución del servicio realizado por los colaboradores a su cargo.</li> <li>5. Realizar informes de gestión.</li> <li>6. Realizar encuestas de satisfacción del servicio.</li> <li>7. Manejar personal que este a su cargo.</li> <li>8. Garantizar que los procesos se lleven a cabo, cumpliendo los procedimientos de la organización.</li> <li>9. Solicitar dotación de los colaboradores a su cargo.</li> <li>10. Proveer las herramientas de trabajo necesarias a los colaboradores a su cargo.</li> <li>11. Revisar los indicadores de gestión operativa.</li> <li>12. Realizar reuniones con el equipo de trabajo.</li> <li>13. Realizar capacitaciones, a los empleados a su cargo de acuerdo con los temas establecidos por la organización y demás funciones que se le asignen.</li> </ol>					

Fuente: Elaboración Propia

## 10.2.6 Empleadas de Servicio Doméstico

I. IDENTIFICACION					
DIA	MES	AÑO	NOMBRE DEL CARGO	PUNTOS	CODIGO
26	8	2018	EMPLEADAS DE SERVICIO DOMESTICO		4.2
DEPARTAMENTO			SECCION		
OPERATIVO			SERVICIO		
			ELABORADO POR: DIANA FERNANDA PULIDO GUTIERREZ OSCAR JAVIER FUENTES HERRERA		
NATURALEZA DE CARGO					
Garantizar la realización del servicio de aseo cumpliendo con las actividades y los procedimientos establecidos por la organización.					
II. FUNCIONES					
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar las actividades de aseo, limpieza y desinfección en los lugares asignados de acuerdo a los procedimientos de la organización.</li> <li>2. Reportar irregularidades, quejas y reclamos que realice el usuario.</li> <li>3. Portar adecuadamente su uniforme de servicio.</li> <li>4. Preparar los ambientes asignados para que estén en condiciones de uso.</li> <li>5. Recolectar los residuos sólidos que se encuentren en el lugar de limpieza.</li> <li>6. Lavar pisos, baños y paredes.</li> <li>7. Tener una actitud de servicio al cliente.</li> <li>8. Mantener la limpieza, aseo e higiene, en los lugares asignados.</li> <li>9. Llenar los formatos que la empresa entregue para la verificación y asistencia al lugar de trabajo asignado.</li> <li>10. Entregar los documentos diligenciados al coordinador de servicio una vez al mes.</li> <li>11. Recibir capacitaciones socializadas por el coordinador de servicio y demás funciones que se le asignen.</li> </ol>					

Fuente: Elaboración Propia

### 10.3 TRAMITES DE LEGALIZACIÓN

En el crecimiento formal de la compañía es necesario realizar los diferentes trámites en las entidades del estado como:

- Formación de la sociedad Fuentes – Pulido.
- Formulario de matrícula mercantil.
- Registro de la DIAN.
- Formulario de RUT.
- Impuesto de industria y comercio.
- Afiliación a bomberos.
- Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales.
- Fondos de pensiones y cesantías.
- Aportes parafiscales.
- Registro reteica.

#### 10.3.1 Normatividad que regula la operación de la empresa:

- En cuanto a la empresa:
  - ✓ **Decreto 410 del 1971 (código de comercio):** Establece el tipo de sociedad que se creará para el establecimiento de la organización (libro II título I de las Sociedades Comerciales).
- En cuanto al usuario:
  - ✓ **Ley 1480 del 2011 (ley del consumidor):** Regula la responsabilidad corporativa que posee la organización con los usuarios y viceversa.
  - ✓ **Ley 1481 del 2012 (ley de Habeas data):** Determina los procedimientos de tratamiento de datos personales de los clientes, debido que para la obtención del servicio se requiere el manejo adecuado de la información personal de los usuarios.
- En cuanto a los empleados y colaboradores del servicio doméstico:

- ✓ **Ley 50 de 1990 (código sustantivo del trabajo):** Se establecen las condiciones generales de los empleados de la organización, sus responsabilidades y derechos hacia con la empresa y viceversa.
- ✓ **Ley 1562 del 2012 (inclusión de empleadas domésticas a riesgos laborales):** Establece la obligación del pago de ARL por parte de los empleados a empleadas del servicio doméstico.
- ✓ **Ley 1778 del 2016 (pago de prima a empleadas domésticas):** Establece la inclusión del pago de prima de servicios a empleadas domesticas

## 11 ESTUDIO FINANCIERO

### Objetivo

- Determinar la viabilidad monetaria del proyecto **INTEGRA SERVICIOS** estableciendo un modelo financiero.

Tabla 34 Inversión Inicial

Descripción Activos	Valor Total	Administración	Ventas	Producción CIF
Dinero Disponible en Caja	677769,9	100%		
Dinero Disponible en Bancos	\$ 6.099.929	100%		
Equipos de Oficina	\$ 2.584.800	60%	30%	10%
Herramientas	\$ 400.700	60%	30%	10%
Equipo de Computación y Comunicación	\$ 6.382.800	60%	30%	10%
Diferidos Corto Plazo 12 Meses	\$ 15.900.000	80%	10%	10%
Diferidos Largo Plazo 60 Meses	\$ 42.508.690	40%	20%	40%
<b>Subtotal sin Disponible</b>	<b>\$ 67.776.990</b>			
Imprevistos 10%	6.777.699			
<b>Total Inversión Inicial Requerida</b>	<b>\$ 74.554.689</b>			

*Fuente: Elaboración Propia*

El dinero disponible en caja y bancos es el efectivo que se proyectará, que la empresa va tener a la hora de iniciar el proyecto, los equipos de oficina, las herramientas, los equipos de comunicación y computación, son los activos fijos que requiere la entidad para el desarrollo de su actividad económica, los cuales están detallados en el estudio técnico, los costos generados por cada uno de estos activos están distribuidos proporcionalmente en cada una de las áreas de acuerdo a su uso en cada proceso así: 60% en gastos administrativos, 30% gastos de ventas, y 20% costos del servicio. Adicionalmente para la inversión inicial se tendrá unos costos diferidos a corto plazo que son necesarios para la formulación de la empresa (Tabla 36) los cuales tendrán un valor de \$15.900.000 estos se pagarán en un periodo de 12 meses.

Tabla 35 Diferidos a Corto Plazo

Clasificación Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Diferidos Corto Plazo	Registro mercantil	1	\$ 240.000	\$ 240.000
Diferidos Corto Plazo	Abogado asesor	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Diferidos Corto Plazo	Creacion de pagina web con logo	1	\$ 15.050.000	\$ 15.050.000
Diferidos Corto Plazo	Prodesarrollo	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Diferidos Corto Plazo	Sayco y acimpro	1	\$ 230.000	\$ 230.000
Diferidos Corto Plazo				\$ -
<b>Total</b>				<b>\$ 15.900.000</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Los costos diferidos a largo plazo los cuales tendrán un valor de \$42.508.990 estos se pagarán en un periodo de 60 meses.

Tabla 36 Diferidos a Largo Plazo

Clasificación Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Diferidos Largo Plazo	Remodelación y adecuaciones edific.	1	\$ 880.000	\$ 880.000
Diferidos Largo Plazo	Campaña publicitaria de lanzamiento	1	\$ 41.628.690	\$ 41.628.690
<b>Total</b>				<b>\$ 42.508.690</b>

*Fuente: Elaboración Propia*

Para cumplir con el presupuesto se tuvo en cuenta un 10% de imprevistos que tienen un valor de \$ 6.777.699

Una vez visto lo anterior; la inversión inicial del proyecto será de \$ **74.554.689** la cual se financiará de la siguiente manera; con un aporte de socios de \$ 30.000.000 y un préstamo financiero de \$ 44.554.689 con el que se proyecta una tasa de interés de 1.80% mensual a un periodo de 24 meses.

Tabla 37 Financiación

Descripción	Valor	Tasa Interés	Plazo
Aporte de los Socios	\$ 30.000.000		
Préstamo Financiero	\$ 44.554.689	1,80%Mensual	24 Meses

Fuente: Elaboración Propia

Los ingresos del proyecto están determinados de acuerdo a la tabla 14 estrategias de precio, y a la tabla 22 estimación de ventas, dando como resultado los siguientes ingresos proyectados:

Tabla 38 Ingresos

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
	Ingresos por Ventas				
Plan servicios fijos A1	\$ 145.006.848	\$ 160.575.773	\$ 179.693.344	\$ 203.108.293	\$ 231.875.867
Plan servicios fijos A2	\$ 126.593.280	\$ 140.277.486	\$ 156.972.519	\$ 177.420.035	\$ 202.541.390
Plan servicios fijos A3	\$ 158.241.600	\$ 175.808.297	\$ 197.189.423	\$ 223.065.934	\$ 255.103.082
Plan servicios fijos A4	\$ 155.364.480	\$ 172.611.782	\$ 193.604.161	\$ 219.010.190	\$ 251.275.410
Plan servicios ocasionales B1	\$ 43.156.800	\$ 47.790.409	\$ 53.480.162	\$ 60.448.897	\$ 69.010.675
Plan servicios ocasionales B2	\$ 31.648.320	\$ 35.069.372	\$ 39.243.130	\$ 44.355.009	\$ 50.635.347
TOTAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 660.011.328</b>	<b>\$ 732.133.118</b>	<b>\$ 820.182.739</b>	<b>\$ 927.408.357</b>	<b>\$ 1.060.441.771</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 39 Costo de Venta.

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
	Valor Anual				
Salario MOD	\$ 293.734.800	\$ 308.355.450	\$ 325.361.253	\$ 345.053.743	\$ 367.792.784
Auxilio de Transporte MOD	\$ 31.259.520	\$ 32.815.463	\$ 34.625.235	\$ 36.720.928	\$ 39.140.837
Carga Prestacional MOD	\$ 184.896.727	\$ 194.099.961	\$ 204.804.574	\$ 217.200.371	\$ 231.513.876
Arrendamiento	\$ 6.000.000	\$ 6.298.650	\$ 6.646.021	\$ 7.048.271	\$ 7.512.752
Papelería	\$ 96.000	\$ 100.778	\$ 106.336	\$ 112.772	\$ 120.204
Agua	\$ 192.000	\$ 201.557	\$ 212.673	\$ 225.545	\$ 240.408
Luz	\$ 1.080.000	\$ 1.133.757	\$ 1.196.284	\$ 1.268.689	\$ 1.352.295
Servicio de telefonía e internet	\$ 144.000	\$ 151.168	\$ 159.504	\$ 169.159	\$ 180.306
Implementos de aseo y servicios generales	\$ 540.000	\$ 566.879	\$ 598.142	\$ 634.344	\$ 676.148
Otros costos y gastos	\$ 1.800.000	\$ 1.889.595	\$ 1.993.806	\$ 2.114.481	\$ 2.253.826
Supervisor	\$ 16.800.000	\$ 17.636.220	\$ 18.608.858	\$ 19.735.159	\$ 21.035.706
Psicologo (a)	\$ 14.400.000	\$ 15.116.760	\$ 15.950.449	\$ 16.915.850	\$ 18.030.605
Depreciación Producción	\$ 242.615	\$ 242.615	\$ 242.615	\$ 242.615	\$ 242.615
Amortización Diferidos Producción	\$ 4.990.695	\$ 3.400.695	\$ 3.400.695	\$ 3.400.695	\$ 3.400.695
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>\$ 556.176.357</b>	<b>\$ 582.009.547</b>	<b>\$ 613.906.445</b>	<b>\$ 650.842.621</b>	<b>\$ 693.493.056</b>

Fuente: Elaboración Propia

Para determinar los costos de ventas en la parte salarial se tomó en cuenta el número de empleadas que se necesitan para cumplir con las ventas estimadas, tomando como base el salario mínimo más prestaciones sociales y aumentando año tras año de acuerdo al IPC proyectado.

Los otros costos de venta se determinaron teniendo en cuenta su participación en cada una de las áreas de la empresa dada así:

Tabla 40 Otros Costos de Venta

Descripción	Valor Mensual	Costos de Venta
Arrendamiento	\$ 1.000.000	50%
Papelería	\$ 80.000	10%
Agua	\$ 80.000	20%
Luz	\$ 150.000	60%
Servicio de telefonía e internet	\$ 120.000	10%
Implementos de aseo y servicios generales	\$ 90.000	50%
Otros costos y gastos	\$ 500.000	30%
Gerente	\$ 1.500.000	0%
Aboogado (a)	\$ 1.200.000	0%
Supervisor	\$ 1.400.000	100%
Contador (a)	\$ 1.200.000	0%
Psicologo (a)	\$ 1.200.000	100%

*Fuente: Elaboración Propia*

Para el caso de la depreciación se determinó el uso de los activos fijos dentro de cada uno dentro de las áreas del proyecto.

Para los gastos administrativos se determinó la participación en cada uno de los rubros dando como resultado el año base, para los siguientes años se tuvo en cuenta la proyección del IPC.

Tabla 41 Gastos de Administración

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
	Valor Anual				
Arrendamiento	\$ 3.600.000	\$ 3.779.190	\$ 3.987.612	\$ 4.228.963	\$ 4.507.651
Papelería	\$ 480.000	\$ 503.892	\$ 531.682	\$ 563.862	\$ 601.020
Agua	\$ 480.000	\$ 503.892	\$ 531.682	\$ 563.862	\$ 601.020
Luz	\$ 360.000	\$ 377.919	\$ 398.761	\$ 422.896	\$ 450.765
Servicio de telefonía e internet	\$ 792.000	\$ 831.422	\$ 877.275	\$ 930.372	\$ 991.683
Implementos de aseo y servicios generales	\$ 216.000	\$ 226.751	\$ 239.257	\$ 253.738	\$ 270.459
Otros costos y gastos	\$ 1.800.000	\$ 1.889.595	\$ 1.993.806	\$ 2.114.481	\$ 2.253.826
Gerente	\$ 18.000.000	\$ 18.895.950	\$ 19.938.062	\$ 21.144.813	\$ 22.538.256
Aboogado (a)	\$ 14.400.000	\$ 15.116.760	\$ 15.950.449	\$ 16.915.850	\$ 18.030.605
Contador (a)	\$ 14.400.000	\$ 15.116.760	\$ 15.950.449	\$ 16.915.850	\$ 18.030.605
Depreciación Producción	\$ 1.455.690	\$ 1.455.690	\$ 1.455.690	\$ 1.455.690	\$ 1.455.690
Amortización Diferidos Producción	\$ 16.120.695	\$ 3.400.695	\$ 3.400.695	\$ 3.400.695	\$ 3.400.695
<b>Total Gastos Operacionales de Administración</b>	<b>\$ 72.104.385</b>	<b>\$ 62.098.516</b>	<b>\$ 65.255.420</b>	<b>\$ 68.911.072</b>	<b>\$ 73.132.275</b>

Descripción	Valor Mensual	Gatos de Administración
Arrendamiento	\$ 1.000.000	30%
Papelería	\$ 80.000	50%
Agua	\$ 80.000	50%
Luz	\$ 150.000	20%
Servicio de telefonía e internet	\$ 120.000	55%
Implementos de aseo y servicios generales	\$ 90.000	20%
Otros costos y gastos	\$ 500.000	30%
Gerente	\$ 1.500.000	100%
Aboogado (a)	\$ 1.200.000	100%
Supervisor	\$ 1.400.000	0%
Contador (a)	\$ 1.200.000	100%
Psicologo (a)	\$ 1.200.000	0%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 42 Gastos de Venta

Descripción	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual	Valor Anual
Arrendamiento	\$ 2.400.000	\$ 2.519.460	\$ 2.658.408	\$ 2.819.308	\$ 3.005.101
Papelería	\$ 384.000	\$ 403.114	\$ 425.345	\$ 451.089	\$ 480.816
Agua	\$ 288.000	\$ 302.335	\$ 319.009	\$ 338.317	\$ 360.612
Luz	\$ 360.000	\$ 377.919	\$ 398.761	\$ 422.896	\$ 450.765
Servicio de telefonía e internet	\$ 504.000	\$ 529.087	\$ 558.266	\$ 592.055	\$ 631.071
Implementos de aseo y servicios generales	\$ 324.000	\$ 340.127	\$ 358.885	\$ 380.607	\$ 405.689
Otros costos y gastos	\$ 2.400.000	\$ 2.519.460	\$ 2.658.408	\$ 2.819.308	\$ 3.005.101
Depreciación Departamento Ventas	\$ 727.845	\$ 727.845	\$ 727.845	\$ 727.845	\$ 727.845
Amortización Diferidos Producción	\$ 3.290.348	\$ 1.700.348	\$ 1.700.348	\$ 1.700.348	\$ 1.700.348
<b>Total Gastos Operacionales de Ventas</b>	<b>\$ 10.678.193</b>	<b>\$ 9.419.694</b>	<b>\$ 9.805.275</b>	<b>\$ 10.251.773</b>	<b>\$ 10.767.347</b>

Descripción	Valor Mensual	Gatos de Ventas
Arrendamiento	\$ 1.000.000	20%
Papelería	\$ 80.000	40%
Agua	\$ 80.000	30%
Luz	\$ 150.000	20%
Servicio de telefonía e internet	\$ 120.000	35%
Implementos de aseo y servicios generales	\$ 90.000	30%
Otros costos y gastos	\$ 500.000	40%
Gerente	\$ 1.500.000	0%
Aboogado (a)	\$ 1.200.000	0%
Supervisor	\$ 1.400.000	0%
Contador (a)	\$ 1.200.000	0%
Psicologo (a)	\$ 1.200.000	0%

Fuente: Elaboración Propia

Para los gastos de venta se determinó la participación en cada uno de los rubros, dando como resultado el año base, para los siguientes años se tuvo en cuenta la proyección del IPC.

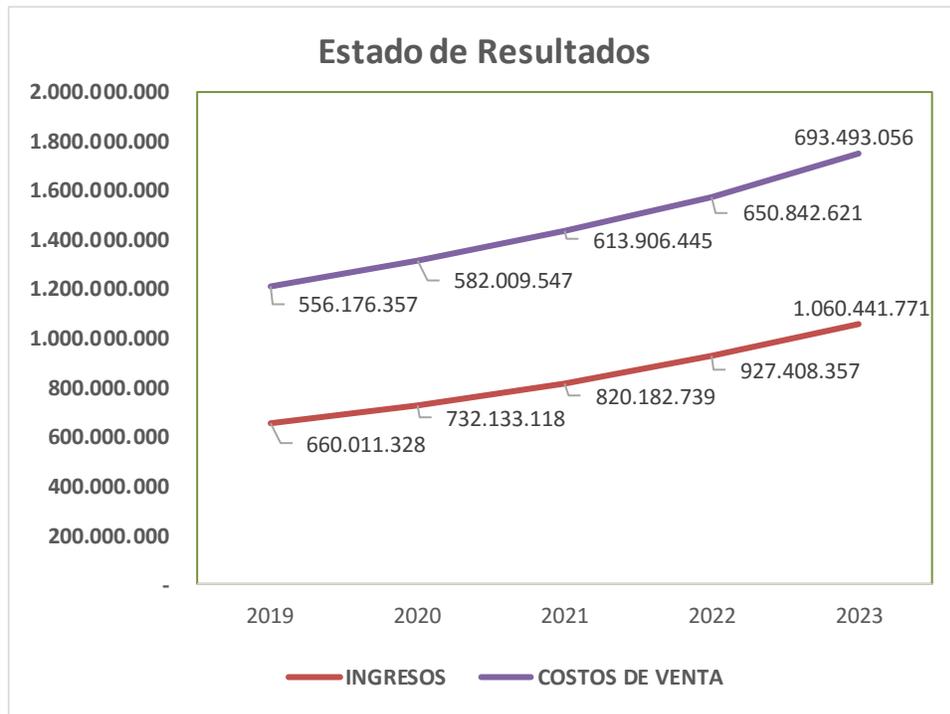
Tabla 43 Estado de Resultados Proyectado a 5 Años

Descripción Rubros	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ingresos por Ventas de Productos Manufacturados	\$ 660.011.328	\$ 732.133.118	\$ 820.182.739	\$ 927.408.357	\$ 1.060.441.771
Ingresos por Ventas de Mercancías no Fabricadas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ 660.011.328</b>	<b>\$ 732.133.118</b>	<b>\$ 820.182.739</b>	<b>\$ 927.408.357</b>	<b>\$ 1.060.441.771</b>
Costo de Materia Prima Directa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo de Mano de Obra Directa	\$ 509.891.047	\$ 535.270.874	\$ 564.791.062	\$ 598.975.041	\$ 638.447.497
Costo de Materia Prima Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costo de Mano de Obra Indirecta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos Indirectos de Fabricación	\$ 46.285.310	\$ 46.738.674	\$ 49.115.383	\$ 51.867.580	\$ 55.045.559
Costos de Mercancía no Fabricada por la Empresa	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Costos de Producción y Venta</b>	<b>\$ 556.176.357</b>	<b>\$ 582.009.547</b>	<b>\$ 613.906.445</b>	<b>\$ 650.842.621</b>	<b>\$ 693.493.056</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 103.834.971</b>	<b>\$ 150.123.571</b>	<b>\$ 206.276.294</b>	<b>\$ 276.565.735</b>	<b>\$ 366.948.715</b>
Gastos Operacionales de Administración	\$ 72.104.385	\$ 62.098.516	\$ 65.255.420	\$ 68.911.072	\$ 73.132.275
Gastos Operacionales de Ventas	\$ 10.678.193	\$ 9.419.694	\$ 9.805.275	\$ 10.251.773	\$ 10.767.347
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 82.782.578</b>	<b>\$ 71.518.211</b>	<b>\$ 75.060.695</b>	<b>\$ 79.162.845</b>	<b>\$ 83.899.623</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 21.052.393</b>	<b>\$ 78.605.360</b>	<b>\$ 131.215.598</b>	<b>\$ 197.402.891</b>	<b>\$ 283.049.093</b>
<b>Más OTROS INGRESOS</b>					
Arrendamientos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Intereses	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Menos OTROS EGRESOS</b>					
Gastos Financieros	\$ 7.729.628	\$ 2.978.647	\$ -	\$ -	\$ -
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 13.322.765</b>	<b>\$ 75.626.713</b>	<b>\$ 131.215.598</b>	<b>\$ 197.402.891</b>	<b>\$ 283.049.093</b>
Menos Impuesto de Renta 33%	\$ 4.396.512	\$ 24.956.815	\$ 43.301.147	\$ 65.142.954	\$ 93.406.201
<b>Utilidad Después de Impuestos</b>	<b>\$ 8.926.252</b>	<b>\$ 50.669.898</b>	<b>\$ 87.914.451</b>	<b>\$ 132.259.937</b>	<b>\$ 189.642.892</b>
Reserva Legal 10%	\$ 892.625	\$ 5.066.990	\$ 8.791.445	\$ 13.225.994	\$ 18.964.289
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 8.033.627</b>	<b>\$ 45.602.908</b>	<b>\$ 79.123.006</b>	<b>\$ 119.033.943</b>	<b>\$ 170.678.603</b>

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo a lo expresado en el estado de resultados, se puede determinar que la utilidad neta del 2019 será del 1.22%, y se evidencia que año tras año va en aumento quedando en el 2023 con una utilidad del 16.10%. También se analiza con esta proyección que los ingresos aumentaran proporcionalmente a los costos lo cual garantizará una rentabilidad durante los primeros 5 años.

Figura 18 Crecimiento de los Ingresos sobre los Costos



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 44 Balance General Clasificado Proyectado a 5 Años

Descripción Rubros	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Disponible	\$ 6.777.699	\$ 65.433.614	\$ 199.578.105	\$ 396.717.626	\$ 645.472.294	\$ 962.078.771
Inventario de Materias Primas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ 55.000.944	\$ 61.011.093	\$ 68.348.562	\$ 77.284.030	\$ 88.370.148
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 6.777.699</b>	<b>\$ 120.434.558</b>	<b>\$ 260.589.198</b>	<b>\$ 465.066.187</b>	<b>\$ 722.756.324</b>	<b>\$ 1.050.448.918</b>
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificaciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de Oficina	\$ 2.584.800	\$ 2.584.800	\$ 2.584.800	\$ 2.584.800	\$ 2.584.800	\$ 2.584.800
Herramientas	\$ 400.700	\$ 400.700	\$ 400.700	\$ 400.700	\$ 400.700	\$ 400.700
Equipo de Computación y Comunicación	\$ 6.382.800	\$ 6.382.800	\$ 6.382.800	\$ 6.382.800	\$ 6.382.800	\$ 6.382.800
Flota y Equipo de Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -2.426.150	\$ -4.852.300	\$ -7.278.450	\$ -9.704.600	\$ -12.130.750
<b>Total Prop. Planta y Equipo</b>	<b>\$ 9.368.300</b>	<b>\$ 6.942.150</b>	<b>\$ 4.516.000</b>	<b>\$ 2.089.850</b>	<b>\$ -336.300</b>	<b>\$ -2.762.450</b>
Gastos Pagados por Anticipado	\$ 58.408.690	\$ 34.006.952	\$ 25.505.214	\$ 17.003.476	\$ 8.501.738	\$ -
<b>Total Activo Diferido</b>	<b>\$ 58.408.690</b>	<b>\$ 34.006.952</b>	<b>\$ 25.505.214</b>	<b>\$ 17.003.476</b>	<b>\$ 8.501.738</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 74.554.689</b>	<b>\$ 161.383.660</b>	<b>\$ 290.610.412</b>	<b>\$ 484.159.513</b>	<b>\$ 730.921.762</b>	<b>\$ 1.047.686.468</b>
Bancos Nacionales		\$ 24.652.835	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Proveedores Nacionales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cuentas por Pagar		\$ 15.408.061	\$ 16.174.997	\$ 17.067.048	\$ 18.100.031	\$ 19.292.823
Impuesto de Renta por Pagar		\$ 4.396.512	\$ 24.956.815	\$ 43.301.147	\$ 65.142.954	\$ 93.406.201
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>-</b>	<b>44.457.408</b>	<b>41.131.812</b>	<b>60.368.195</b>	<b>83.242.985</b>	<b>112.699.024</b>
Bancos Nacionales	\$ 44.554.689	\$ -0				
<b>Total Pasivo a Largo Plazo</b>	<b>\$ 44.554.689</b>	<b>\$ -0</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 44.554.689</b>	<b>\$ 44.457.408</b>	<b>\$ 41.131.812</b>	<b>\$ 60.368.195</b>	<b>\$ 83.242.985</b>	<b>\$ 112.699.024</b>
Aportes Sociales	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000
Utilidades Acumuladas		\$ -	\$ 8.033.627	\$ 53.636.535	\$ 132.759.541	\$ 251.793.484
Reserva Legal Acumulada			\$ 892.625	\$ 5.959.615	\$ 14.751.060	\$ 27.977.054
Reserva Legal		\$ 892.625	\$ 5.066.990	\$ 8.791.445	\$ 13.225.994	\$ 18.964.289
Utilidad del Ejercicio		\$ 8.033.627	\$ 45.602.908	\$ 79.123.006	\$ 119.033.943	\$ 170.678.603
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 30.000.000</b>	<b>\$ 38.926.252</b>	<b>\$ 89.596.150</b>	<b>\$ 177.510.601</b>	<b>\$ 309.770.537</b>	<b>\$ 499.413.430</b>
<b>PASIVO MAS PATRIMONIO</b>	<b>\$ 74.554.689</b>	<b>\$ 83.383.660</b>	<b>\$ 130.727.962</b>	<b>\$ 237.878.796</b>	<b>\$ 393.013.522</b>	<b>\$ 612.112.453</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 11 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Objetivo

Analizar que el proyecto “INTEGRA SERVICIOS” es financieramente viable

Tabla 45 Estado de Efectivo Proyectado a 5 Años

Descripción Rubros	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
<b>Ingresos de Efectivo</b>						
+ Ingresos recibidos del período		\$ 605.010.384	\$ 671.122.025	\$ 751.834.177	\$ 850.124.327	\$ 972.071.624
+ Ingresos recibidos cartera períodos anteriores		\$ -	\$ 55.000.944	\$ 61.011.093	\$ 68.348.562	\$ 77.284.030
+ Ingresos recibidos por aportes sociales	\$ 30.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Ingresos recibidos por préstamos solicitados	\$ 44.554.689	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Ingreso por venta de activos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Otros ingresos de recibidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= Total Efectivo Recibido Durante el Período</b>	<b>\$ 74.554.689</b>	<b>\$ 605.010.384</b>	<b>\$ 726.122.969</b>	<b>\$ 812.845.270</b>	<b>\$ 918.472.889</b>	<b>\$ 1.049.355.653</b>
<b>Egresos de Efectivo</b>						
+ Pagos realizados compras del período		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Pagos realizados compras períodos anteriores		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Pagos realizados nómina del período		\$ 494.482.986	\$ 519.095.877	\$ 547.724.014	\$ 580.875.010	\$ 619.154.674
+ Pagos realizados nómina períodos anteriores		\$ -	\$ 15.408.061	\$ 16.174.997	\$ 17.067.048	\$ 18.100.031
+ Pagos realizados otros costos y gastos período		\$ 24.240.000	\$ 25.446.546	\$ 26.849.923	\$ 28.475.015	\$ 30.351.518
+ Pago impuesto de renta año anterior		\$ -	\$ 4.396.512	\$ 24.956.815	\$ 43.301.147	\$ 65.142.954
+ Pago activos adquiridos	\$ 67.776.990	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
+ Pago de abonos a capital crédito		\$ 19.901.854	\$ 24.652.835	\$ -	\$ -	\$ -
+ Pago de intereses crédito		\$ 7.729.628	\$ 2.978.647	\$ -	\$ -	\$ -
+ Pago de impuesto a la renta año anterior		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= Total Efectivo Pagado Durante el Período</b>	<b>\$ 67.776.990</b>	<b>\$ 546.354.469</b>	<b>\$ 591.978.478</b>	<b>\$ 615.705.749</b>	<b>\$ 669.718.220</b>	<b>\$ 732.749.176</b>
<b>= Efectivo Generado en el Período</b>	<b>\$ 6.777.699</b>	<b>\$ 58.655.915</b>	<b>\$ 134.144.490</b>	<b>\$ 197.139.521</b>	<b>\$ 248.754.668</b>	<b>\$ 316.606.477</b>
+ Saldo Inicial de efectivo	0	\$ 6.777.699	\$ 65.433.614	\$ 199.578.105	\$ 396.717.626	\$ 645.472.294
<b>= Saldo final de efectivo</b>	<b>\$ 6.777.699</b>	<b>\$ 65.433.614</b>	<b>\$ 199.578.105</b>	<b>\$ 396.717.626</b>	<b>\$ 645.472.294</b>	<b>\$ 962.078.771</b>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 46 Valor Presente Neto y Tasa Interna de Retorno

	Proporción Capital	Inflación Promedio 5 años	Premio al Riesgo Inversión	WACC	WACC Proporcional
Capital Propio	40,24%	5,52%	10,00%	16,07%	6,46%
Capital Financiado	59,76%	5,52%	23,87%	30,70%	18,35%
<b>WACC Global del Proyecto</b>					<b>24,81%</b>

Descripción Rubros	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Flujo de Caja Neto Proyectado	\$ -74.554.689	\$ 15.852.286	\$ 36.944.950	\$ 98.842.339	\$ 143.187.825	\$ 200.570.780
<b>Valor Presente del Flujo Neto</b>	<b>\$ -74.554.689</b>	\$ 12.700.749	\$ 23.715.373	\$ 50.834.122	\$ 59.000.520	\$ 66.214.767
<b>PRI Periodo de Recuperación Inicial</b>		<b>\$ 61.853.940</b>	<b>\$ 38.138.566</b>	<b>\$ 9,0</b>	<b>Periodo de recuperacion de la inversión es de 2 años y 9 meses</b>	
<b>Valor Actual Neto de la Inversión (VAN)</b>	<b>\$ 137.910.843</b>					
<b>Tasa Interna de Retorno</b>	<b>35,59%</b>					

Fuente: Elaboración Propia

El proyecto "INTEGRA SERVICIOS" es financieramente viable porque el valor presente neto (VPN) restando la inversión, la utilidad en el quinto año es de \$137.910.843 y la tasa interna de retorno(TIR) es de 35.59% mayor al wacc que es 24.81% lo que el beneficio y costo para el año 2019 es de 1.01 veces. Por lo tanto, se recupera la inversión en dos años y nueve meses.

## Costo – Beneficio

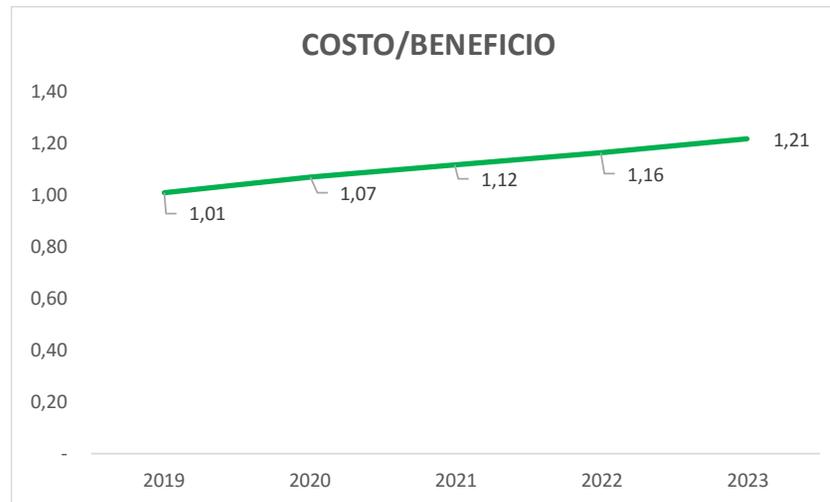
Tabla 47 Indicadores Financieros

<b>COSTO/ BENEFICIO</b>	Ingreso	\$ 660.011.328	\$ 732.133.118	\$ 820.182.739	\$ 927.408.357	\$ 1.060.441.771
	Egreso	\$ 651.085.076	\$ 681.463.220	\$ 732.268.288	\$ 795.148.420	\$ 870.798.879
		1,01	1,07	1,12	1,17	1,22

Fuente: Elaboración Propia

El costo-beneficio para el año 2019 se tendrá de 1.01 pesos de beneficio, por 1 de costo

Figura 19 Indicador Costo – Beneficio



Fuente: Elaboración Propia

## **12.1 EVALUACIÓN ECONÓMICO**

Inicialmente, el proyecto busca generar y facilitar una mejora continua en cada empleado, a través de la calidad, la innovación y la supervisión constante, ya que se tiene como objetivo fomentar excelencia en el desenvolvimiento socioeconómico; todo esto se logrará teniendo como base fundamental una capacitación, como también es pertinente manejar un respeto por las personas que adquieran el servicio. Se pretende generar un volumen de empleo que proporcione a su vez una calidad de vida a través de la capacidad adquisitiva; primeramente, se comenzara con 30 empleadas directas, los cuales brindaran un aporte fundamental en los consumidores indirectos como lo son las familias del municipio de Girardot y sus alrededores.

Se establecen contratos de suministro de servicios de publicidad y marketing con proveedores microempresarios, legalmente constituidos motivando la empleabilidad de manera indirecta. Por otra parte, los usuarios que adquieran el servicio, automáticamente quedaran exonerados de realizar pagos legales, ya que la empresa paga los servicios de prestación o indemnización en su debido caso, el consumidor solo se limitara a pagarle directamente a la empresa por el servicio que obtendrá.

## **12.2 EVALUACIÓN SOCIAL**

Se sabe que el tiempo de calidad en una familia es una pieza fundamental para su articulación, por consiguiente, al adquirir los servicios de la empresa, estas familias contarán con los escenarios para compartir entre ellos y así puedan realizar aquellas actividades, que permitan dedicarle tiempo tanto a sus hijos, a su conyugue o pareja. Así mismo las familias podrán disfrutar esos espacios, asumiendo con total plenitud y confianza que la empleada no tomara ningún objeto de valor que haya

dentro de su hogar, ya que la empresa otorgara un control de calidad y seguridad a su usuario.

A su vez con la realización de la empresa, se disminuirá inicialmente la tasa de desempleo en el municipio de Girardot, por consiguiente, causará una mejora económica tanto para el estado como para la sociedad, ya que se generará nuevos empleos, también se genera continuidad y estabilidad laboral para los empleados directos de la organización.

### **12.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL.**

Se implementará un programa de capacitación, para las empleadas del servicio doméstico en recolección y clasificación de residuos; la cual tiene como punto de partida crear un hábito de reutilización del cuidado del medio ambiente, motivando desde los hogares de los usuarios la cultura de reciclaje con el fin de que cada empleada transmita esa conducta, volviéndola una costumbre necesaria en los hogares.

Debido a que es necesario contribuir al mejoramiento ambiental; para lograr lo anteriormente dicho, es de suma importancia implantar estos hábitos desde la ejecución en la empresa; desde ahí se iniciara con la realización de procesos documentales, que incentiven la acción de reciclar y clasificar correctamente los residuos ya sea orgánicos, plásticos e inorgánicos, si se pretende que las empleadas adopten este hábito, se debe iniciar procesos limpios y acciones ambientales desde la empresa, que generen como consecuencia el buen manejo de dichos elementos.

## 13 CONCLUSIONES

En el estudio de mercado se identifica que en la región del Alto Magdalena existe suficiente mercado potencial para desarrollar el modelo de negocio propuesto, existe el consumidor que está dispuesto a adquirir el servicio porque es novedoso, dinámico, y posee un valor agregado que se enfoca en brindar espacios agradables e higiénicos de su lugar más importante, su hogar. Es un modelo de negocio que tiene pocos competidores, bastantes oportunidades porque se pretende establecer procesos de estandarización, calidad, seguridad, control y capacitación en la prestación del servicio, que actualmente no se presenta para incursionar en el sector, creando una propuesta de valor innovadora en el desarrollo de las actividades del hogar con toda la infraestructura requerida.

Así mismo, en el estudio técnico se determina la capacidad máxima que puede llegar a tener el negocio y si cubre la demanda adecuadamente, además se estableció la localización óptima para la ubicación estratégica del negocio, de acuerdo con la actividad comercial del mismo.

También se define en el estudio administrativo la planeación estratégica de la organización, la cual demuestra que inicialmente, el negocio tendrá una estructura básica, en la operación de la empresa, los requerimientos legales y jurídicos necesarios para la ejecución del proyecto.

Además, en la evaluación del proyecto, se analiza la viabilidad del negocio de acuerdo a la tasa interna de retorno que es mayor que la tasa mínima de oportunidad (wacc) y el beneficio costo es mayor a 1, lo que permite resaltar que el proyecto es netamente rentable.

Se puede concluir que la empresa **Integra Servicios**, generara un impacto social económico y ambiental positivo a la hora de su creación.

## 14. ANEXOS

### Anexo 1 Cotización Plataforma



ESTRATEGIAS PARA EL ÉXITO EN INTERNET

### PROPUESTA DESARROLLO WEB

**Net Masters** es una empresa innovadora con más de 7 años de experiencia en el desarrollo de proyectos web de toda clase. A lo largo de este tiempo hemos creado blogs, sitios web corporativos y comunidades online de gran éxito, logrando que nuestros clientes obtengan mejores resultados con sus acciones y estrategias en Internet.

Con base en nuestra gran experiencia, le ofrecemos una amplia gama de servicios creados especialmente para ayudarle a usted y a su empresa a **lograr el éxito en internet**.

SERVICIO	VALOR
Desarrollo de plataforma web optimizada para dispositivos móviles, que permita: <ul style="list-style-type: none"><li>• Ofrecer servicios domésticos</li><li>• Realizar reservas online</li><li>• Crear perfiles de empleados domésticos</li><li>• Dejar comentarios y calificaciones en los perfiles</li><li>• Realizar transacciones online</li></ul>	\$15'000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$15'000.000</b>

## 15. CRONOGRAMA

Actividades	Meses							
	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Noviembre
revisión bibliográfica								
diseño anteproyecto								
presentación del anteproyecto								
aprobación y corrección								
realización estudio de mercado								
realización estudio técnico								
realización estudio administrativo y legal								
realización de estudio financiero								
entrega de informe								
revisión jurados								
correcciones de informe final								
presentación informe final y sustentación								

## 16. BIBLIOGRAFIA

PORTAFOLIO. Empleadas domésticas siguen bajo informalidad (en línea), 16 de mayo del 2016 (revisado el 1 de julio del 2018). Disponible en internet: <http://www.portafolio.co/economia/empleo/empleadas-domesticas-siguen-informalidad-495921>.

HERRERA, María Fernanda. Cae contratación de empleadas domésticas en Colombia (en línea), 26 de junio del 2018 (revisado el 1 de julio del 2018). Disponible en internet: <https://www.rcnradio.com/economia/cae-contratacion-de-empleadas-domesticas-en-colombia>.

Sapag Nassir Chain. (2014). Preparación y evaluación de proyectos. (6a. Ed.) McGraw-Hill Interamericana.

Net masters. Nuestra Historia. Girardot.info. <https://www.girardot.info/recomendados/nuestra-historia/> (marzo 16 del 2015).

EL TIEMPO. ASEO, UN SERVICIO CON HISTORIA. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-512785>" (Septiembre 27 del 1996).

Vásquez Aguilar, Javier. (2003) Definiciones de organización empresarial. <https://www.gestiopolis.com/definiciones-organizacion-empresarial/> [28 de febrero de 2018].

Sarmiento Rivera, Denisse Gisella. Concepto Minitrabajo 47061 de 2012- Servicio doméstico. [http://consultaslaborales.com.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=341:concepto-mintrabajo-47061-de-2012-servicio-domestico&catid=1:laboral&Itemid=86](http://consultaslaborales.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=341:concepto-mintrabajo-47061-de-2012-servicio-domestico&catid=1:laboral&Itemid=86).( 2013).

S., D. (2006). Administración de la calidad. (1a. Ed.) Pearson Educación. Página 381. Tomado de <http://e-biblioteca.ucundinamarca.edu.co:2108>.

Morales, Gabriel. TALENTO HUMANO" EL MEJOR ACTIVO" <http://talentohumanoindustrialb.blogspot.com/2013/09/talento-humano-la-definicion-detalento.html> (septiembre 16 del 2013).

Blog personal autor no identificado. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE PROYECTOS. <http://estudiodefacticidaddeproyectos.blogspot.com.co> (septiembre 27 del 2010).

Enciclopedia de Conceptos "Emprendimiento". Recuperado de: <http://concepto.de/emprendimiento/>(2017).

Gonzales García, Fernando. Conceptos Sobre Innovación. Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería.[http://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC\\_PE\\_Conceptos\\_Innovacion.pdf](http://www.acofi.edu.co/wpcontent/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf) (2012)

Vásquez Rojas, Claudia Estructura organizacional, tipos de organización y organigramas [en línea]. <<https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>>. (2012).

Activa Conocimiento, Las Cinco Fuerzas de porter <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>

Ibíd., p. 25.

Castro Munar, Diego Armando. GIRARDOT; UN PROGRESO A LA POBREZA Y DESIGUALDAD. en Observatorio de la Economía Latinoamericana, número 64 <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/co/06/dacm.htm> D.A. (2006).

NIELSEN, Así son los hábitos de limpieza en los hogares colombianos, (en línea) 16 de mayo del 2016 (revisado el 26 de agosto del 2018). Disponible en internet: <https://www.nielsen.com/co/es/insights/news/2016/Asi-son-los-habitos-de-limpieza-en-los-hogares-colombianos.html>.