

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA EL SECTOR RESIDENCIAL DEL MUNICIPIO DE
EL SOCORRO, SANTANDER**

**CAROLINA RUEDA HERNÁNDEZ
YESENIA ELOISA REYES RUEDA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2023**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA EL SECTOR RESIDENCIAL DEL MUNICIPIO DE
EL SOCORRO, SANTANDER**

**CAROLINA RUEDA HERNÁNDEZ
YESENIA ELOISA REYES RUEDA**

Trabajo de grado para optar al título de Profesional en Gestión Empresarial

Director

**Hugo Armando Gutiérrez de Piñerez Arismendi
Magíster en Ingeniería Civil**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA**

2023

DEDICATORIA

Han sido años de esfuerzos y sacrificios, me queda agradecer principalmente a Dios por haberme dado la vida, darme fuerzas para afrontar los problemas que se me presentaban y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre por su apoyo, comprensión, consejos, amor y quien ha sabido formarme con buenos hábitos y valores, lo cual me han ayudado a seguir adelante en los momentos difíciles.

A mis compañeros por brindarme su afecto y apoyo para lograr mis metas.

A mis profesores por el acompañamiento y los conocimientos compartidos que ayudaron en mi formación profesional como personal.

YESENIA ELOISA REYES RUEDA

DEDICATORIA

Este logro es el fruto de mi dedicación y esfuerzo, respaldado en gran medida por todos los seres queridos que forman parte esencial de mi vida. Quiero expresar un reconocimiento especial:

A mis padres, cuyo amor inquebrantable, constante apoyo y sacrificio incansable han sido fundamentales en este camino.

A mi esposo, agradecimiento especial por ser mi pilar y principal soporte a lo largo de mi travesía académica.

A mis amados hijos por inspirarme continuamente a dar lo mejor de mí.

A mis amigos y compañeros de estudio, quienes me brindaron su amistad, ánimo y ayuda incondicional en los momentos difíciles.

A mis profesores por su paciencia y orientación, así como a todas las personas que creyeron en mí y me motivaron a alcanzar tan anhelado objetivo.

CAROLINA RUEDA HERNÁNDEZ

AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestros agradecimientos, como futuras profesionales:

A Dios, padre creador, que nos ha permitido hacer parte de una sociedad, nos ha dado la fortaleza necesaria para convertirnos en agentes de un cambio positivo, basados en valores éticos y morales.

Al los docentes y tutores, por estar siempre dispuestos a compartir sus conocimientos e impulsarnos a afrontar todas la tareas y desafíos diarios.

A nuestras familias, por ser la fuente de inspiración y fortaleza, que incondicionalmente, han estado ahí para apoyarnos y no desfallecer.

A nuestros amigos, quienes, con una palabra de ánimo, nos han alentado para seguir por el rumbo del éxito y han confiado en nuestras capacidades.

Gracias a todos por ayudarnos a cumplir el sueño de ser profesionales.

CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	18
1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR	20
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	20
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	31
2.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	31
2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del servicio.....	31
2.1.1.1 Descripción.....	31
2.1.1.2 Usos y especificaciones	31
2.1.2 Atributos diferenciadores.....	31
2.2 SEGMENTO DE MERCADO.....	32
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA	33
2.3.1 Necesidades de información.	33
2.3.2 Tipo de estudio.....	33
2.3.3 Enfoque.....	33
2.3.4 Fuentes de información	33
2.3.5 Técnicas de investigación	34
2.3.6 Instrumento para la recolección de información	35
2.3.7 Modo de aplicación	35
2.3.8 Cálculo de la muestra.....	35
2.3.9 Alcance.....	36
2.3.10 Tiempo de aplicación.....	36
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados	36
2.3.12 Estimación de la demanda efectiva	50
2.3.13 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.....	50
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN	56

2.6.3 Selección de los canales de comercialización.....	57
2.7 ESTRATEGIAS PARA FIJACIÓN DE PRECIOS	57
2.7.1 Análisis de precios de la competencia.....	57
2.7.2 Estrategias de fijación de precios.....	58
2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES	59
2.8.1 Estrategias de comunicación.....	59
2.8.1.1 Logotipo.....	60
2.8.1.2 Eslogan	61
2.8.1.3 Análisis de medios.....	61
2.8.1.4 Selección de medios	63
2.8.1.5 Estrategias Publicitarias	63
2.8.2 Presupuesto de comunicación	64
2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento	64
2.8.2.2 Presupuesto de operación.....	64
3. ESTUDIO TÉCNICO	66
3.1 TIPO DE PROYECTO	66
3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO	66
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.....	66
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave	69
3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST).....	73
3.2.4 Análisis Ambiental.	76
3.2.5 Recursos Clave	76
3.2.5.1 Talento humano.	76
3.2.5.2 Infraestructura	77
3.2.5.3 Materiales, insumos o mercancías	78
3.2.6 Distribución de planta.	78
3.2.7 Localización.....	79
3.2.7.1 Macro localización.....	80

3.2.7.2 Micro localización	81
3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio.	83
3.3.2 Capacidad instalada.	84
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.....	84
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	85
4.1.1 Constitución y formalización.....	85
4.2.1 Misión.....	88
4.2.2 Visión.....	89
4.2.3 Valores Corporativos.	89
4.2.4 Organigrama.	92
4.2.5 Asignación salarial	92
5. ESTUDIO FINANCIERO	94
5.1.1 Inversión Fija	94
5.1.1.1 Maquinaria y equipo	95
5.1.1.2 Muebles y enseres.	95
5.1.1.3 Equipo de cómputo y comunicaciones	96
5.1.1.4 Total Inversión fija.	97
5.1.2 Inversión diferida.	97
5.1.2.1 Estudios económicos y ambientales.....	97
5.1.2.2 Gastos de organización.....	97
5.1.2.3 Gastos de Montaje.	98
5.1.2.4 Capacitación.....	98
5.1.2.5 Instalación y puesta en marcha.....	98
5.1.2.6 Adecuación de la oficina.....	98
5.1.2.7 Total inversión activos diferidos	99
5.2 COSTOS Y GASTOS	99
5.2.1 Costos de prestación del servicio o costos de comercialización.	99
5.2.1.1 Costos fijos.....	99

5.2.1.2 Costos variables.....	100
5.2.1.3 Costos totales.....	100
5.2.2 Gastos de administración y ventas.....	100
5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas	101
5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas	102
5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas.	103
5.3.1 Periodo de capital de trabajo.....	103
5.3.2 Estructura del crédito.....	103
5.3.2.1 Amortización del crédito	103
5.3.2.2 Gastos financieros.....	105
5.5.1 Recursos propios.	107
5.5.2 Recursos de financiación.	107
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	108
5.7.1 Estado de Resultados proyectado.....	109
5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	110
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado	113
5.8.1 Razones financieras.....	115
5.8.1.1 Razones de liquidez	115
5.8.1.2 Razones de operación.....	116
5.8.1.3 Razones de rentabilidad.....	116
5.8.1.4 Razones de endeudamiento.....	117
5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	117
5.8.2.1 Tasa Interna de retorno (TIR).....	118
5.8.2.2 Valor presente Neto (VPN).....	118
5.8.2.3 Período de recuperación.....	119
5.8.2.4 Punto de equilibrio.....	120
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO	121
CONCLUSIONES.....	123

RECOMENDACIONES	124
BIBLIOGRAFÍA	125
ANEXOS.....	114

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Estratificación del municipio de El Socorro.....	32
Tabla 2. Ponderación por estratificación.	36
Tabla 3. Estrato socioeconómico de la vivienda.....	37
Tabla 4. Sector ubicación vivienda.....	38
Tabla 5. Promedio ingresos mensuales hogar	38
Tabla 6. Contrata personal para la limpieza.....	39
Tabla 7. Frecuencia de contratación de personal.....	40
Tabla 8. Preferencia para contratar personal de limpieza	41
Tabla 9. Conoce una empresa de servicios de aseo en el Socorro	42
Tabla 10. Ventajas y desventajas de contratar una empresa de aseos	43
Tabla 11. Medio para contratar el servicio de aseo.....	44
Tabla 12. Tiempo utilizado en el aseo.....	45
Tabla 13. Precio del servicio de aseo.....	46
Tabla 14. Disposición para contratar el servicio de aseo	47
Tabla 15. Medio de pago.....	48
Tabla 16. Medio de comunicación utilizado.....	49
Tabla 17. Proyección de los hogares en El Socorro.....	51
Tabla 18. Demanda actual proyectada.....	51
Tabla 19. Demanda efectiva proyectada.....	52
Tabla 20. Ventajas y desventajas de los medios.....	62
Tabla 21. Presupuesto publicidad de lanzamiento	64
Tabla 22. Presupuesto publicidad de operación.....	65
Tabla 23. Ficha técnica del servicio	67
Tabla 24. Mano de obra directa.....	76
Tabla 25. Mano de obra indirecta	76
Tabla 26. Nómina de administración y ventas.....	77
Tabla 27. Equipos de cómputo y comunicación	77

Tabla 28. Muebles y enseres	77
Tabla 29. Maquinaria y equipo	78
Tabla 30. Ponderación localización de la empresa	81
Tabla 31. Capacidad total diseñada	83
Tabla 32. Capacidad instalada	84
Tabla 33. Capacidad utilizada y proyectada.....	84
Tabla 34. Maquinaria y equipo	95
Tabla 35. Muebles y enseres	96
Tabla 36. Equipo de cómputo y comunicaciones	96
Tabla 37. Total, inversión fija.....	97
Tabla 38. Adecuación de la rifa	98
Tabla 39. Total, inversión activos diferidos	99
Tabla 40. Costos fijos.....	100
Tabla 41. Costos variables.....	100
Tabla 42. Costos totales.....	100
Tabla 43. Nómina administrativa	101
Tabla 44. Gastos fijos de administración y ventas	102
Tabla 45. Gastos variables de administración y ventas	102
Tabla 46. Gastos totales de administración y ventas	103
Tabla 47. Amortización del crédito	103
Tabla 48. Gastos financieros capital de trabajo.....	106
Tabla 49. Resumen del capital de trabajo	106
Tabla 50. Inversión total	106
Tabla 51. Fuentes de financiación.....	107
Tabla 52. Precio de venta del servicio de aseo	108
Tabla 53. Estado de resultados proyectado	109
Tabla 54. Flujo de fondos proyectado	110
Tabla 55. Estado de situación financiera inicial y proyectado	113
Tabla 56. Razones de liquidez	115
Tabla 57. Razones de operación.....	116

Tabla 58. Razones de rentabilidad	116
Tabla 59. Razones de endeudamiento.....	117
Tabla 60. Valor recuperado TIR	118
Tabla 61. Periodo de recuperación	119
Tabla 62. Punto de equilibrio.....	120
Tabla 63. Datos Punto de equilibrio	120
Tabla 64. Punto de equilibrio por costos	120

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Estrato socioeconómico de la vivienda	37
Gráfico 2. Sector ubicación vivienda	38
Gráfico 3. Promedio ingresos mensuales por hogar	39
Gráfico 4. Contrata personal para la limpieza	40
Gráfico 5. Frecuencia de contratar personal	41
Gráfico 6. Preferencia para contratar el personal.....	42
Gráfico 7. Conoce una empresa prestadora de servicios de aseo	43
Gráfico 8. Ventajas y desventajas	44
Gráfico 9. Medio por el cual contrata los servicios de aseo	45
Gráfico 10. Tiempo utilizado en un aseo	46
Gráfico 11. Precio por cada servicio de aseo	47
Gráfico 12. Disposición para contratar el servicio de aseo.....	48
Gráfico 13. Medio de pago	49
Gráfico 14. Medio de comunicación	50

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Figura 1. Canal directo	56
Figura 2. Diagrama de procesos contratación personal	70
Figura 3. Diagrama de procesos contratación del servicio	71
Figura 4. Diagrama de procesos prestación del servicio	72
Figura 5. Plano de la empresa	79
Figura 6. Macro localización	80
Figura 7. Micro localización de la empresa.	82
Figura 8. Punto de equilibrio.....	121

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA EL SECTOR RESIDENCIAL DEL MUNICIPIO DE EL SOCORRO, SANTANDER

AUTORES

DESCRIPCIÓN

La elaboración del proyecto “Factibilidad para la Creación de una empresa prestadora de servicios de limpieza para el sector residencial del municipio de El Socorro, Santander”, hace parte de los desafíos, como estudiantes y como futuras emprendedoras y profesionales. La investigación se basó en el estudio de las necesidades de las familias de los estratos 3, 4 y 5, de la zona urbana, la cual tendrá su ubicación y radio de acción el municipio de El Socorro, Santander. La idea de crear este tipo de empresa se basa en la necesidad de satisfacer una demanda del servicio y de la generación de empleos directos, formales y permanentes, garantizando al empleado la oportunidad de tener estabilidad económica, además, porque el municipio carece de una empresa especializada en la prestación de servicios de limpieza.

A partir, del estudio de mercados, se elaboró un estudio técnico, en el cual se relacionó, los diferentes requerimientos de estructura física, insumos, maquinaria, muebles y enseres y recursos humanos. Además, seguidamente, se elaboró el estudio administrativo y legal, teniendo en cuenta las disposiciones legales y formales para el emprendimiento y que sea competitivo en el sector. Una vez, realizados los anteriores estudios, se elaboró el estudio y análisis financiero, para determinar los recursos económicos necesarios para poner en marcha el proyecto y de paso determinar la viabilidad del mismo, llegando a la conclusión, de que no solo es viable, sino que es una idea emprendedora innovadora, que contribuirá al desarrollo social, económico y cultural del municipio de El Socorro.

PALABRAS CLAVES: Aseo, Emprendimiento, Factibilidad, Innovación, Limpieza, Mercado, Residencial

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY PROVIDING CLEANING SERVICES FOR THE RESIDENTIAL SECTOR OF THE MUNICIPALITY OF EL SOCORRO, SANTANDER

AUTHORS

DESCRIPTION

The elaboration of the project "Feasibility for the Creation of a company that provides cleaning services for the residential sector of the municipality of El Socorro, Santander", is part of the challenges, as students and as future entrepreneurs and professionals. The research was based on the study of the needs of families in strata 3, 4 and 5, in the urban area, which will have its location and radius of action in the municipality of El Socorro, Santander. The idea of creating this type of company is based on the need to satisfy a demand for the service and the generation of direct, formal and permanent jobs, guaranteeing the employee the opportunity to have economic stability, in addition, because the municipality lacks a company specialized in providing cleaning services.

From the market study, a technical study was prepared, in which the different requirements of physical structure, inputs, machinery, furniture and fixtures, and human resources were related. In addition, then, the administrative and legal study was prepared, taking into account the legal and formal provisions for the venture and that it is competitive in the sector. Once the previous studies were carried out, the financial study and analysis was prepared to determine the economic resources necessary to start the project and, incidentally, determine its viability, reaching the conclusion that it is not only viable, but also which is an innovative entrepreneurial idea, which will contribute to the social, economic and cultural development of the municipality of El Socorro.

KEY WORDS: Cleaning, Entrepreneurship, Feasibility, Innovation, Cleaning, Market, Residential

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento trae consigo una serie de aventuras y desafíos para el conocimiento del ser humano, es empezar con una idea creada en la mente para luego ser plasmada en un documento con todas las bases del aprendizaje durante una carrera profesional, pero el desafío más grande es lograr que no solo se queda en una idea y en un documento que servirá de base para otros estudiantes sino para poner en práctica y lograr ser líder de su propia iniciativa empresarial.

La creación de una empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza, surgió de la necesidad de crear desarrollo en el municipio de El Socorro, aprovechando la mano de obra, fomentando las buenas prácticas e incentivando a la población al uso adecuado de los recursos naturales, con el fin de crear armonía y orden en los hogares, mejorando calidad de vida y tiempo libre a los participantes del proceso.

En la primera parte del presente documento se presentó, de manera amplia las generalidades sobre la historia, evolución y tendencias del sector de aseos en Colombia y en el municipio, el marco legal y marcos de referencias relacionados con el tema.

Se realizó el estudio de mercados, donde se recolecta la información necesaria para identificar y obtener los datos, sistematizarlos y organizarlos. La información se tomó de fuentes primarias, las cuales se obtienen de la encuesta aplicada a la demanda y de entrevistas realizadas a la oferta. También se requirió de fuentes secundarias como: libros, informes, revistas y trabajos relacionados con el tema.

De acuerdo a los resultados obtenidos del estudio de mercados se determinaron los requerimientos técnicos, para la ejecución del proyecto, también se analizaron, aspectos como la capacidad con la que cuenta la empresa para responder a una demanda insatisfecha y tener una participación en el mercado de manera objetiva.

Para el presente proyecto también, fue necesario el estudio administrativo y legal, con el fin de enmarcarlo en un ámbito empresarial que éste registrado ante los entes legales y tributarios, además para darle un reconocimiento y una identidad a nivel local y nacional para lograr su posicionamiento.

Por último, y teniendo en cuenta los demás estudios, se determinaron las necesidades económicas y financieras para poner en marcha el proyecto y así obtener la viabilidad del proyecto y la recuperación de la inversión de la vida útil del mismo.

1. ANÁLISIS GENERAL DEL SECTOR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

El aseo y limpieza en los hogares del mundo es inherente al ser humano, desde su creación, surge la necesidad de estar en un lugar organizado, aseado y limpio para darle armonía y belleza. Generalmente, se contrataba al personal para los oficios varios del hogar, quien se encargaba de la limpieza de las casas. El informalismo en la prestación de los servicios de aseo y limpieza es muy común, en pocas oportunidades se contrata a empresas especializadas.

Las actividades de servicios, sean profesionales, técnicos, administrativos y de apoyo, se han venido consolidando, como uno de las principales fuentes económicas que contribuyen al desarrollo, crecimiento y generación de empleo de la población en general. Según indicadores económicos del DANE¹, la prestación de servicios representa el 40,1% de la participación del sector económico a nivel nacional. Con ésta gran participación en la economía colombiana, la prestación de servicios han venido ganando terreno, en especial, la prestación de servicios de aseo general en los hogares a nivel nacional que se ha incrementado en los últimos años, convirtiéndose en una tendencia positiva, reflejando el aceleramiento, en especial de las grandes ciudades; según el periódico económico La República, el área de servicios de aseo general, le aporta 2% al PIB nacional del país y genera más de 200.000 empleos.

Colombia, ha evolucionado el concepto de trabajos relacionados con la limpieza y el aseo de espacios tanto para los hogares como para las empresas. En los hogares se denomina empleadas domésticas; en las pymes, se denominan: personal de limpieza; y, en los

¹ ((DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Indicadores económicos. [En línea]. 2022. [Citado el 13 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/67-espanol/servicios-dane/indicadores-economicos>), s.f.)

edificios: personal de aseo. La prestación de estos servicios ha incorporado individuos mejor formados y capacitados para administrar eficaz y eficientemente al personal relacionado con actividades de limpieza y de igual forma, las personas que realizan estas funciones de limpieza, han evolucionado en sus tareas domésticas; logrando de manera conjunta, satisfacer las necesidades de los clientes y cumpliendo sus expectativas².

El sector al que pertenece la idea de negocios a desarrollar es la de los servicios, la cual hace parte del sector terciario de la economía, cuyo código, según la Dian y la cámara de comercio es el 8121, que incluye la limpieza general no especializada de todo tipo de edificios, tales como: oficinas, casas o apartamentos, fábricas, almacenes, instituciones, etc. La prestación de servicio de aseo y limpieza se presta en varias modalidades, ya sea por horas, por días o meses, de manera interna o externa, dependiendo el paquete adquirido y las tareas a realizar, generalmente, realizada por mujeres.

A nivel nacional, según informe de Casalimpia S.A., la edad promedio de las personas que hacen parte del sector de aseo, limpieza, desinfección y mantenimiento, está concentrado en un 90% entre los 18 y 40 años, al igual que en su mayoría son mujeres, y solo el 10% son hombres, lo que significa que es una labor más de mujeres que de hombres, teniendo en cuenta que por costumbre, han sido labores concentradas en el sexo femenino, sin desconocer que cualquier género puede realizar esas labores domésticas.

Una persona que presta servicios de aseo en Colombia debe contar con valores como la responsabilidad porque tendrá que realizar tareas en una oficina o en un hogar que necesitarán programarse de acuerdo a las solicitudes de los individuos que lo requieran.

² ((ADMINLIMPIA. «Cómo funcionan los servicios de aseo en Colombia.» Limpia Fácil. [En línea]. 19 de mayo de 2021. [Citado el 8 de octubre de 2022]. <https://limpiafacil.com.co/como-funcionan-los-servicios-de-aseo-en-colombia/>.), s.f.)

El municipio de El Socorro, se ha caracterizado por el empleo informal para estos oficios, donde la contratación se hace a través del servicio doméstico, por horas o por días, sin ninguna dependencia laboral, poniendo en riesgo la economía y seguridad personal de las partes, dentro del ámbito legal y de seguridad social.

El informalismo de la prestación de servicio de aseo se debe a factores económicos, sociales y culturales; por un lado, influye en la economía de cada hogar, porque los ingresos de cada hogar, no son suficientes para el pago de personal, con todas las prestaciones y garantías de ley; por otro lado, en lo social, el ingreso de extranjeros venezolanos al municipio, ha aumentado la oferta de empleo informal, quienes, por obtener ingresos, se vuelven competencia para otras personas, sin importar que les paguen de manera justa. Por último, en lo cultural, se viene de costumbres ambiguas que contratan personal doméstico, y asignan una contraprestación arbitraria, sin tener en cuenta lo estipulado por la ley.

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

Aunque el aseo y limpieza se relaciona con el orden, a través de la historia, las prácticas de saneamiento eran prácticamente inexistentes. Los primeros datos que se tiene en cuanto a la práctica de funciones de saneamiento se remontan al menos 7.000 años atrás (Vicente, 2018). Por ejemplo, en las civilizaciones de babilonios, egipcios, griegos y romanos. Los arqueólogos encontraron jabón hace uno 4.800 años en lo que entonces era Babilonia. El jabón era un producto de primera necesidad para la antigua civilización, que lo utilizó con fines médicos y de limpieza. También descubrieron que el agua contaminada podía causar enfermedades. Trajeron agua fresca todos los días. El Médico Hipócrates descubrió que la limpieza podría prevenir las infecciones.

Durante el Imperio Romano, se presentaron grandes progresos en cuestión de saneamiento, se construyeron los primeros acueductos para poder traer agua potable, también surgieron los sistemas de alcantarillado y la construcción de baños públicos. Sin

embargo, al caer el Imperio Romano, todos esos avances en cuestión de limpieza y aseo, quedó perdido, no fue transmitido a las siguientes generaciones.

En la época del Medioevo, hubo un verdadero retroceso, los pueblos masificados de personas, llenos de suciedad y basura, debido a ello la contaminación del aire y del agua, ocasionaron la propagación de enfermedades y epidemias que se salían de control, ocasionado por la falta de higiene y de estructuras físicas para el saneamiento. Por ende, las personas tampoco se aseaban y su apariencia muy descuidada. En esa época surgieron enfermedades como la tuberculosis, el cólera, la difteria, la viruela, la fiebre amarilla, que eran el producto de la carencia de higiene personal y de la limpieza de las casas y calles, trayendo consigo, muerte y desolación. La peor epidemia durante este periodo fue la peste negra, de 1.346 a 1.361, su propagación fue tan letal, que acabó con el 60% de la población europea.

Lo anterior, no solo sucedía en Europa, también en América, las condiciones de vida eran deplorables, las epidemias, mataban a gran parte de la población, disminuyendo así el promedio de vida de los seres humanos. Solo hasta principios del siglo XIX se descubrieron los gérmenes y las enfermedades que transmitían fueron identificados, dando origen a los jabones, desinfectantes y productos farmacéuticos comenzaron a desarrollarse, dando origen al cambio en la mentalidad de saneamiento, limpieza e higiene no solo personal, sino también de los hogares.

Esto fue el comienzo de los cambios con respecto al saneamiento, limpieza e higiene, y las prácticas de salud pública, tales como la recolección de basura, tratamiento de aguas, los departamentos de salud pública y los reglamentos, así como el baño personal, se convirtieron en parte de la cultura. La tasa de mortalidad en los niños cayó, y el promedio de vida aumentó.

La época de la revolución industrial, a comienzos del siglo XX, también contribuyó al servicio de aseo y limpieza de los hogares, cuando los británicos y estadounidenses

inventaron las primeras aspiradoras con maquinaria a propulsión, fueron creadas a gasolina y en versiones eléctricas. Utilizaron mangueras largas para alcanzar el interior de los hogares. Es importante, resaltar que estas máquinas, también han tenido su evolución de manera positiva, son más versátiles y livianas, con mucha facilidad de operarlas y transportarlas. Desde entonces la industria de la limpieza del hogar ha crecido constantemente para dar servicio a una población mucho más grande y con más eficiencia que nunca. Servicios de limpieza para el hogar que los profesionales han normalizado con sistemas y productos de limpieza en todo el mundo mejorando los resultados hacia una higiene total. El cambio más grande en la historia de esta industria es su reciente disponibilidad a un público más amplio. Durante gran parte de la historia de la limpieza profesional, el servicio se limitaba a las altas esferas de la sociedad.³

En Colombia, la prestación del servicio de aseo, a través de una empresa, comenzó en el Valle hace aproximadamente 70 años con la aparición inicialmente de 2 ó 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.⁴

Así, la prestación del servicio de aseo y limpieza en los hogares, ha venido ganando representación en la economía colombiana, la tecnología, la introducción de nuevas técnicas y la ingeniería en los insumos hacen parte de una oportunidad de negocio. Por otra parte, con la emergencia sanitaria, producida por el COVID-19, ha contribuido al

³ Ibidem

⁴ ((EL TIEMPO. Aseo, un servicio con historia. [En línea]. Bogotá. 27 de septiembre de 1996. [Citado el 20 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-512785>.), s.f.)

cambio de estilo de vida, en lo referente a la higiene y aseo general de los hogares con el uso de nuevos productos para evitar la propagación del virus.

Por otra parte, es más favorable para las familias la contratación del personal a través de una empresa dedicada a la prestación de los servicios de aseo, que contratar de manera permanente el personal donde los gastos son mayores.

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

El sector de la prestación del servicio de aseo en los hogares, tiene una tendencia positiva, debido al cambio de estilos de vida de las personas. La industria a domicilio hace parte de la transformación digital, de negocios virtuales y de cambios en la economía, aportando seguridad, practicidad y comodidad a las personas. Las empresas colombianas dedicadas a este tipo de servicios, se caracterizan por la calidad del personal, quienes cuentan con la experiencia y confianza, además les garantizan estabilidad laboral, a través de la seguridad social y las prestaciones sociales, con contratos a término indefinido, generando calidad de vida y mejores condiciones para sus familias. Estas empresas cuentan con un gran portafolio de servicios que están en constantes cambios y mejoramiento para prestar un servicio con calidad humana y responsabilidad.

Acompañado de la prestación de los servicios de aseo y limpieza, viene los artículos de aseo, donde el gasto creció el 12,24% en abril⁵; unas empresas tuvieron que fortalecer su producción en medio de la pandemia; otras, variaron su portafolio para incursionar en este segmento. Colombia se convirtió en uno de los epicentros de la industria de cosméticos y aseo en América Latina. Por su parte, la Andi destaca que, en 2019, el subsector de aseo expandió el tamaño de su mercado en 2% con respecto al año anterior.

⁵ (EL ESPECTADOR. Limpieza a domicilio, una tendencia en crecimiento. [En línea]. Bogotá. 27 de junio de 2021. [Citado el 21 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.pressreader.com/>., s.f.)

En plena cuarentena, la canasta de bienestar, que incluye los artículos de aseo, registró un crecimiento en varios indicadores respecto al mismo periodo del 2019⁶. Lo anterior, ha contribuido al progreso económico y a las alianzas estratégicas de las empresas del sector.

1.4 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Una empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza a los hogares, es una gran alternativa de emprendimiento, que permite no solo generar empleo, sino que aporta seguridad, confianza y buen manejo del tiempo a las personas que contratan el servicio a través de una empresa especializada.

La tecnología también juega un papel muy importante en el proceso de la prestación del servicio, la creación de una App, una página web y las redes sociales, fortalecen el mercado y contribuyen a una captación de personal de manera más ágil y segura.

Es un sector que ha prevalecido en la informalidad, pero que por factores legales y sociales se ha venido fortaleciendo y ganando terreno en la participación económica de Colombia, con la formalización de las empresas dedicadas a la prestación del servicio de aseo en el hogar.

Pero paradójicamente, el sector de aseo, mantenimiento y limpieza, ofrece un alto nivel de oportunidades de empleo, pero existe una gran escasez de personal doméstico. Según María del Pilar Rodríguez, directora ejecutiva de Fenaseo, hay 600 vacantes a

⁶ (COSMÉTICOS Y BIENESTAR. El sector aseo: protagonista para el bienestar durante la pandemia. En línea]. junio de 2020. [Citado el 22 de septiembre de 2022]. Disponible en internet: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2020/Juni>, s.f.)

nivel nacional para los servicios de aseo general, mantenimiento y desinfección en ciudades como Bogotá, Cali y Barranquilla. Además, agrega que existe un alto número de vacantes para el empleo formal, pero que, sin embargo, la tasa de la informalidad es muy alta también y quizá es por la falta de conocimiento de las oportunidades ante el empleo formal en el sector.⁷

Producto de la pandemia, el sector de aseo general y servicios de la desinfección aumentaron en un 22% su demanda en sectores como el de la salud. Y, además, por volver más competitiva esta área de servicios de aseo general, que le aporta 2% al PIB nacional del país y genera más de 200.000 empleos.

Por otro lado, según consulta en el Registro Único Empresarial y social – RUES-, en el municipio de El Socorro, solo aparece el registro de una empresa ASEO & ASEO S.A. E.S.P.,⁸ pero está en liquidación, lo cual puede ser una buena oportunidad para la formalización de una empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza en el municipio, con radio de operación en la región.

El municipio de El Socorro, tiene una tendencia positiva muy lenta, lo cual resulta como una amenaza para la ejecución del proyecto, debido al estilo de vida, a una cultura basada en la no contratación del personal de aseo, a través de una empresa especializada, por tanto, la consecución de los clientes será un desafío, que se llevará una ardua tarea de marketing y desarrollo empresarial.

⁷ Gutierrez N, Allison. 2022. Le estamos apostando al empleo formal y digno para las trabajadoras domésticas. *La República*. [En línea] 14 de febrero de 2022. [Citado el: 5 de abril de 2023.] <https://www.larepublica.co/empresas/le-estamos-apostando-al-empleo-formal-y-digno-para-trabajadoras-domesticas-3301495>.

⁸ (Registro Único Empresarial y Social - RUES-, Consulta empresarial y social. [En línea]. recuperado el 10 de abril de 2023. Disponible en: <https://www.rues.org.co/> , s.f.)

1.5 MARCO LEGAL

Hace referencia al control fiscal, legal y tributario en que se enmarca el proyecto para la ejecución. La empresa será vigilada y fiscalizada por la Superintendencia de Sociedades, la Dian, la Alcaldía municipal y la Cámara de comercio.

Ley 1595 del 21 de diciembre de 2012: Por medio de la cual se adopta el convenio sobre el trabajo decente para los trabajadores domésticos. A través del convenio se busca que los países firmantes adopten medidas para proteger los derechos laborales y de esta manera garantizar un trabajo digno.

Ley 1780 del 02 de mayo de 2016. "Por medio de la cual se promueve el empleo y el emprendimiento juvenil, se generan medidas para superar barreras de acceso al mercado del trabajo y se dictan otras disposiciones"

Ley 1788 de 2016. Mediante esta ley se establece el derecho de los trabajadores de servicio doméstico a que les sea pagada la prima de servicios, bajo las mismas condiciones de los demás trabajadores.

Decreto 1545 DE 1998, de agosto 4. "Por el cual se reglamentan parcialmente los Regímenes Sanitarios, del Control de Calidad y de Vigilancia de los Productos de aseo, higiene y limpieza de uso doméstico y se dictan otras disposiciones".

CST (Código sustantivo del trabajo): Establece la normatividad para la relación laboral entre empleador y empleado. Los deberes y obligaciones de las partes.

Decreto 721 de 2013. A través de este decreto el gobierno establece la obligación de los empleadores de afiliar a las cajas de compensación familiar a los empleados de servicio doméstico.

La norma ISO 45001 2018. Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Facilitar el proceso de implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo por parte de los empleadores y contratantes, asegurando el cumplimiento de las normas mínimas establecidas por el Sistema General de Riesgos Laborales para la protección de la integridad del personal que realiza el trabajo, labor o actividad, con la identificación de prácticas, procesos, situaciones peligrosas y de acciones de intervención en los riesgos propios de la actividad económica.

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

La empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza está delimitada para operar en el sector urbano del municipio de El Socorro, Santander, por encontrarse ubicado en un punto estratégico, geográficamente con conexión con otros los municipios vecinos y además por ser la capital de provincia, donde su convergencia poblacional es mayor.

El municipio del socorro está ubicado en la cuenca montañosa del oriente, a 1230 msnm (metros sobre el nivel del mar), estratégicamente se encuentra en un clima cálido del trópico, su temperatura máxima alcanza los 33 °C y la mínima 11 °C, con un promedio de 24 °C. Su pluviosidad se acentúa entre los meses de abril y octubre.

Cuenta con una extensión total: 122,1 km², una extensión del área urbana de 219,5 ha, y una extensión área rural de 11 990,5 ha. Está ubicado a 278 km (6 h) de la Capital de la República (Bogotá) y a 121 km (2.30 h) de la Capital del Departamento (Bucaramanga). Los límites territoriales del municipio son: al norte, con los Municipios de Cabrera y Pinchote; al sur, con Confines y Palmas del Socorro; al oriente, con Páramo; al occidente, con Simacota y Palmar. Su población según el DANE, está proyectada para el 2022 de 34.267 habitantes.⁹, de los cuales 28.430, pertenece al sector urbano.

⁹ (MUNICIPIO DE EL SOCORRO. Datos del municipio. [En línea]. [Recuperado el 8 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://www.municipio.com.co/municipio-socorro.html>), s.f.)

El proyecto se desarrollará en la zona urbana del municipio de El Socorro, en un local adecuado con la infraestructura y los espacios para el desarrollo de la idea de negocio, con acceso directo a la población.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.1.1 Descripción, Usos y especificaciones del servicio.

2.1.1.1 Descripción. La prestación del servicio de aseo y limpieza, hace parte del diario vivir, consiste en la eliminación de desechos, basura, impurezas y elementos patógenos, de los inmuebles, en toda su estructura física y elementos que hacen parte de ellos, utilizando los equipos tecnológicos como aspiradoras, abrillantadoras, limpiadores magnéticos entre otros, e incluyendo en el proceso del servicio el uso de productos biodegradables y amigables con el medio ambiente, los cuales serán suministrados por el cliente. El servicio de aseo comprende, la limpieza del polvo, limpieza de pisos, baños, cocina y limpieza en general, según lo requerido por el cliente.

2.1.1.2 Usos y especificaciones. El aseo y limpieza de los espacios y elementos de un inmueble, permiten mantener el orden y un ambiente sano. Mantener aseado los espacios del hogar, contribuyen a la estética y buena imagen de los mismos, además, con olor agradable y seguro. El aseo general, incluye limpieza de pisos, trapeado, eliminación del polvo, lavado de baños, limpieza de cocina, entre otros.

2.1.2 Atributos diferenciadores. En el mercado local, la prestación de servicios de aseo en los hogares, se hace de manera informal. La empresa contará con un portafolio de servicios, que integra la mano de obra, los elementos, materiales y maquinaria, especializada para tal fin. Además, va acompañado de la capacitación del personal en los procesos de limpieza, el uso de los insumos y la operación de los equipos de aseo.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

El servicio de aseo y limpieza tiene como usuarios a los hogares, no tiene intermediarios, con una segmentación limitada por el número de viviendas del municipio de El Socorro, que pertenezcan a los estratos 3, 4 y 5. Además, tiene una segmentación determinada por los ingresos del grupo familiar. Según proyección de las viviendas para el año 2022 es de 10.788, de las cuales 9.206 son del sector urbano del municipio.

Para el cálculo de los estratos se tuvo en cuenta la información suministrada por el señor Josué Cala Calvete, jefe de control interno de la Empresa Aguas del Socorro, donde se encuentran inscritos los usuarios con los respectivos inmuebles y de acuerdo con la base de datos de dicha entidad, los estratos 3, 4 y 5 estarían conformados por 2850 viviendas. Aunque en otras ciudades existe el estrato 6, en el municipio de El Socorro, solo está estratificado hasta el estrato 5.

2.2.1 Mercado potencial. El mercado potencial de la empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza en los hogares, está determinado por el número de hogares del municipio de El Socorro.

2.2.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo está determinado por el número de hogares del municipio de El Socorro, que pertenecen a los estratos 3, 4 y 5, conformados por 2850 hogares, con estabilidad laboral. Tal como se puede ver en la tabla 1.

Tabla 1. Estratificación del municipio de El Socorro

Estrato	Número de viviendas
1	423
2	6141
3	2321
4	492
5	37

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidades de información. De acuerdo a la información recolectada se puede identificar y obtener los datos, sistematizarlos y organizarlos. La información se tomará de fuentes primarias, las cuales se obtendrán de la encuesta aplicada a la demanda y de entrevistas aplicadas a la oferta. También se requiere de fuentes secundarias que se obtienen de libros, informes, revistas, entidades y trabajos relacionados con el tema.

La necesidad de información, está relacionada con las siguientes características y con el impacto del proyecto:

- Gustos y preferencias
- Frecuencia de aseo en los hogares
- Número de hogares dispuestos a adquirir el servicio
- Cuál es la competencia directa e indirecta
- Precios del mercado y competencia
- Medios publicitarios para dar a conocer el producto a la comunidad

2.3.2 Tipo de estudio. El tipo de estudio es descriptivo, porque se realiza la respectiva recolección de datos, en fuentes primarias y secundarias, para posteriormente, tabularlos, sistematizarlos y entregar un informe detallado de la información.

2.3.3 Enfoque. El enfoque es cuantitativo, porque a través de la tabulación de la encuesta se cuantifica la información recolectada y se presenta de manera estadística.

2.3.4 Fuentes de información. Para la recolección de la información, necesaria para realizar la investigación es necesario recurrir a fuentes primarias y secundarias.

Fuentes primarias: La información recolectada por los encuestados, entrevistados, el sondeo respectivo y las experiencias. Para lo cual se recurre a las siguientes formas:

Observación directa. Para determinar la conducta del consumidor y de los productores existentes, conociendo las necesidades del demandante y las costumbres del ofertante.

Cuestionario. Se determina para conocer directamente del consumidor, las necesidades a través una serie de preguntas que se le hacen, permitiendo conocer más del tema. También permite conocer la oferta, a través de entrevistas a las empresas prestadoras del servicio.

Fuentes secundarias: Para esta información se tendrá en cuenta las investigaciones realizadas sobre el tema, páginas de internet, libros, revistas y artículos. Las fuentes secundarias son las bases para la iniciación de una investigación, por tanto, son las primeras a las que se debe recurrir para documentarse y poder conocer a profundidad el tema que se va a explorar. Para la investigación en curso se recurrió a las siguientes fuentes:

- Enciclopedias
- Internet
- Proyectos de grado e investigaciones
- DANE
- Cámara de Comercio

2.3.5 Técnicas de investigación. Las técnicas de investigación utilizadas es la encuesta (Ver anexo A) y la entrevista.

La encuesta. Es una técnica, cuya finalidad es medir las características de la población mediante la recolección de datos, que se obtienen a través la información suministradas por los encuestados, para luego ser tabulados y analizadas de manera estadística. La información se recolecta a través de un cuestionario estructurado de preguntas cerradas y va dirigida a la demanda.

Entrevista. La entrevista se hace de manera directa, a través de un diálogo entre las dos partes, las preguntas son abiertas y se da la oportunidad de afianzar en lo que se está preguntando y va dirigida a la oferta que hay en el municipio.

2.3.6 Instrumento para la recolección de información. Se ha diseñado un cuestionario estructurado con 14 preguntas cerradas, con el fin de recolectar la mayor información posible.

2.3.7 Modo de aplicación. Para la aplicación de la encuesta y gracias a la evolución de la tecnología, al igual como consecuencia de la emergencia sanitaria, ocasionada por el COVID-19, se aplicó a través de las redes sociales, por teléfono y personalmente, previamente confirmación de las personas, con bases de datos personales y referenciados.

2.3.8 Cálculo de la muestra. Para la obtención de los datos, se tuvo en cuenta el muestreo por cuotas, con una población finita, teniendo en cuenta el número de viviendas del municipio, que pertenecen a los estratos 3, 4 y 5, del sector urbano, que suman 2850 viviendas. Como es un muestreo estratificado se distribuye de manera proporcionalmente. Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Se aplicó la siguiente fórmula del muestreo.

Proceso de muestreo:

$$N = \frac{N(P*Q)*(Z)^2}{(Z)^2*(P*Q) + e^2(N-1)}$$
$$N = \frac{2.850*(0.50*0.50)*(1.96)^2}{(1.96)^2*(0.50*0.50) + (0.05)^2*(2.850-1)}$$
$$N = \frac{2737,14}{8,0829}$$
$$N = 338,63 = 339 \text{ viviendas}$$

Donde:

n es el tamaño de la muestra;

Z es el nivel de confianza;

p es la variabilidad positiva;

q es la variabilidad negativa;

N es el tamaño de la población;

E es la precisión o el error.

Marco Muestral. Se aplicará la encuesta a 339 familias, de los estratos 3, 4 y 5 correspondientes al sector urbano del municipio de El Socorro. Representados en la tabla 2. Ponderación por estratificación.

Tabla 2. Ponderación por estratificación.

Estrato	No. De viviendas	Porcentaje	No. encuestados
3	2321	67%	226
4	492	23%	79
5	37	10%	34
Total	2850	100%	339

2.3.9 Alcance. Área urbana del municipio de El Socorro, Santander.

2.3.10 Tiempo de aplicación. Se aplicó en un periodo de 15 días, a partir del 21 de abril, hasta el 5 de mayo de 2023.

2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación, se presentará la tabulación y entrega de resultados de manera sistemática al total de la muestra, que corresponde a 339 encuestados. Para ello solo se tuvo en cuenta encuestar a las personas de las viviendas que pertenecen a los estratos 3, 4 y 5.

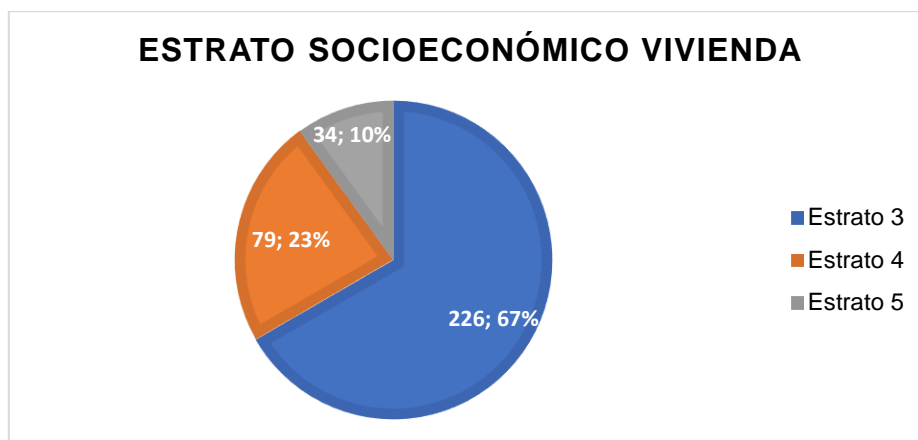
Análisis y presentación de resultados

Pregunta 1. ¿En cuál estrato socioeconómico se encuentra clasificada la vivienda en la que reside en El Socorro?

Tabla 3. Estrato socioeconómico de la vivienda

Pregunta 1	Estrato socioeconómico vivienda	Frecuencia
Estrato 3	226	67%
Estrato 4	79	23%
Estrato 5	34	10%
Total general	339	100%

Gráfico 1. Estrato socioeconómico de la vivienda



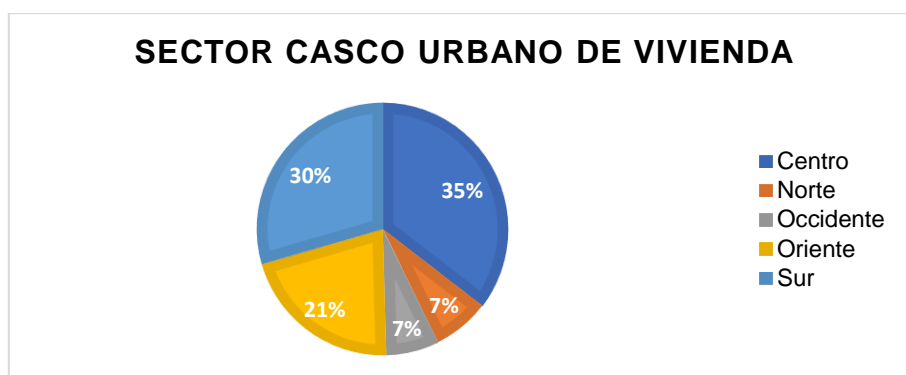
El municipio de El Socorro, tiene una estratificación desde el 1, hasta el 5, sin embargo, para el presente estudio se tuvo en cuenta, solo los estratos 3, 4 y 5, de los cuáles el mayor número de viviendas, con el 67%, se concentra en el estrato 3, el 23%, del estrato 4 y solo el 10%, el estrato 5.

Pregunta 2. ¿En qué sector del casco urbano del municipio del Socorro, se encuentra ubicada su vivienda?

Tabla 4. Sector ubicación vivienda

Etiquetas de fila	Sector casco urbano de vivienda	Frecuencia
Centro	120	35%
Norte	25	7%
Occidente	23	7%
Oriente	71	21%
Sur	100	29%
Total, general	339	100%

Gráfico 2. Sector ubicación vivienda



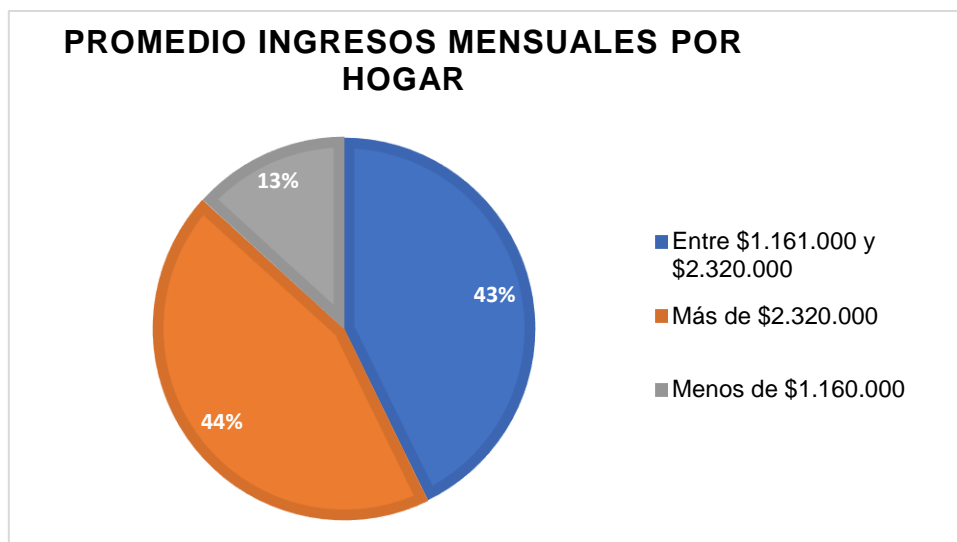
De acuerdo a los resultados obtenidos, la mayor concentración de viviendas en los estratos escogidos, se concentra en el norte y centro del municipio, con un porcentaje del 65%, mientras que, para el oriente, está el 21% y con una participación menor del 7%, cada uno el norte y occidente.

Pregunta 3. Indique la opción que represente los ingresos promedios mensuales de su hogar.

Tabla 5. Promedio ingresos mensuales hogar

Etiquetas de fila	Promedio de ingresos mensuales por hogar	Frecuencia
Entre \$1.161.000 y \$2.320.000	145	43%
Más de \$2.320.000	149	44%
Menos de \$1.160.000	45	13%
Total, general	339	100%

Gráfico 3. Promedio ingresos mensuales por hogar



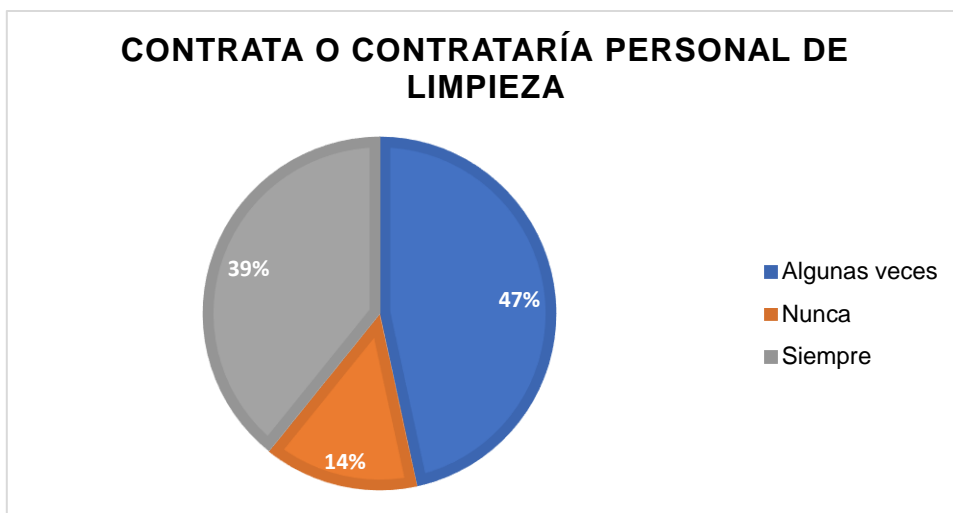
De acuerdo a lo anterior, los ingresos promedio de las familias del municipio de El Socorro, para los estratos 3, 4 y 5, con un 44%, está en más de \$2.320.000 y paralelamente, con un 43%, están entre \$1.161.000 y \$2.320.000, mientras que con un 13%, ganan menos de un salario mínimo, de lo cual se concluye que tienen muy buenos ingresos para contratar personal para el servicio de aseo y limpieza.

Pregunta 4. ¿Contrata usted personal para realizar labores de aseo y limpieza en la vivienda donde reside?

Tabla 6. Contrata personal para limpieza

Etiquetas de fila	Contrata personal de limpieza	Frecuencia
Algunas veces	158	47%
Nunca	48	14%
Siempre	133	39%
Total, general	339	100%

Gráfico 4. Contrata personal para la limpieza



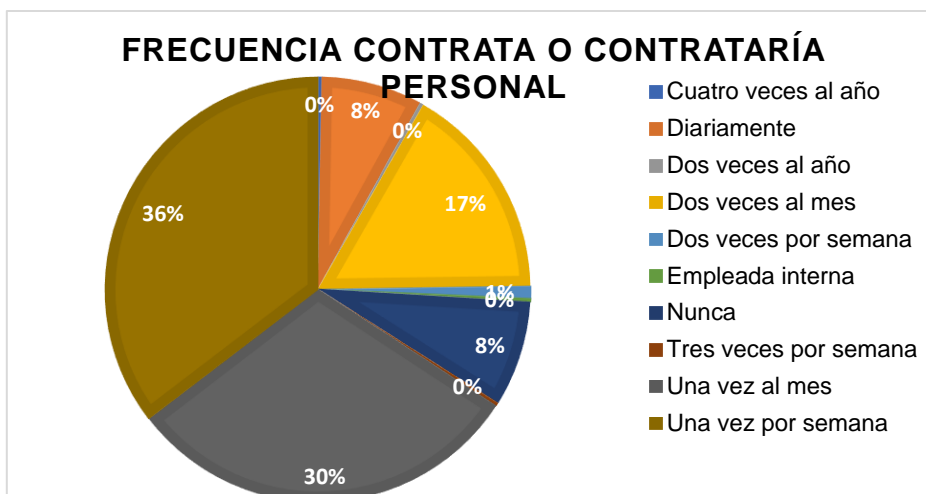
Análisis: De acuerdo a los resultados de la pregunta, se puede determinar que el 39%, siempre contrata personal para los servicios de aseo y limpieza para el hogar, con el 47%, algunas veces y el 14% nunca. Concluyendo que hay un alto porcentaje que utilizaría el servicio.

Pregunta 5. ¿Con qué frecuencia contrata el servicio de aseo y limpieza residencial?

Tabla 7. Frecuencia de contratación de personal

Etiquetas de fila	contrata personal	Frecuencia	Ponderación
Diariamente	26	7,7%	9360
Empleada interna	1	0,3%	360
Tres veces por semana	1	0,3%	156
Dos veces por semana	3	0,9%	312
Una vez por semana	120	35,4%	6240
Una vez al mes	103	30,4%	1236
Dos veces al mes	56	16,5%	1344
Cuatro veces al año	1	0,3%	4
Dos veces al año	1	0,3%	2
Nunca	27	8,0%	0
Total, general	339	100,0%	19014

Gráfico 5. Frecuencia de contratación del personal



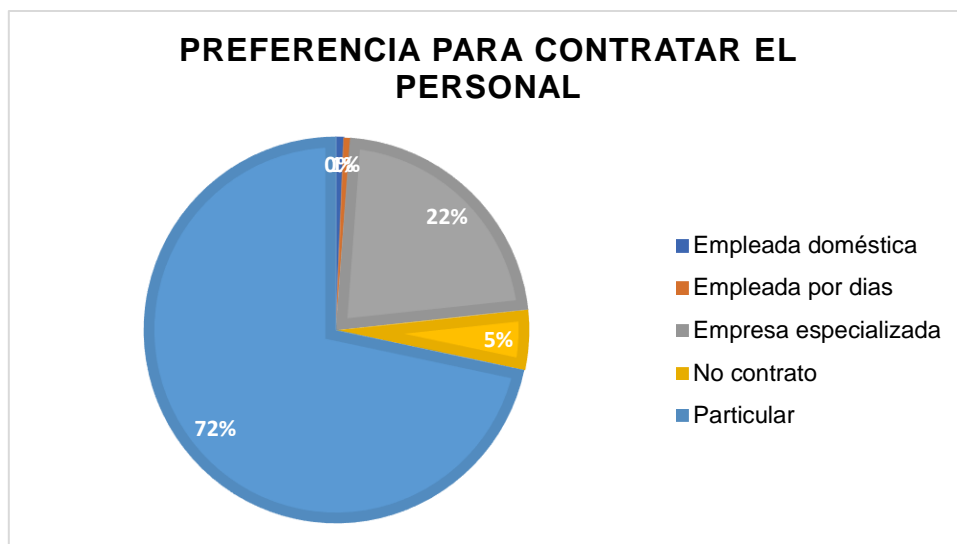
Los resultados están muy dispersos, sin embargo, con el 36%, las personas contratan una vez por semana el aseo de la vivienda, mientras que el 30%, una vez al mes, el 17%, dos veces al mes, siendo una frecuencia alta para tener en cuenta para el mercado objetivo para la empresa.

Pregunta 6. ¿De qué forma prefiere contratar el servicio de aseo y limpieza residencial?

Tabla 8. Preferencia para contratar personal de limpieza

Etiquetas de fila	Preferencia para contratar el personal	Frecuencia
Empleada doméstica	2	1%
Empleada por días	2	1%
Empresa especializada	75	22%
No contrato	17	5%
Particular	243	72%
Total, general	339	100%

Gráfico 6. Preferencia para contratar el personal



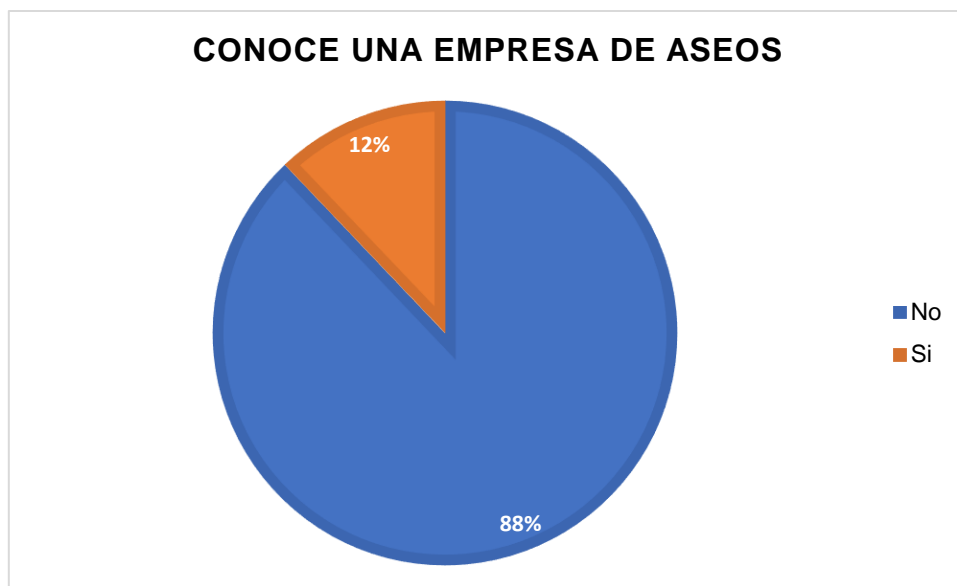
El municipio de El Socorro se caracteriza por la contratación informal, teniendo en cuenta que en la localidad no existe de una empresa especializada para tal fin, es así que el 72% de las personas encuestadas contratan el servicio de manera particular, sin embargo, el 22% lo hace a través de una empresa especializada, aunque también utilizan el servicio doméstico interno o por días, siendo una gran fortaleza la oportunidad de poder prestar el servicio de aseo, con mayor seguridad, es decir que el 94%, contrata personal para las labores domésticas.

Pregunta 7. ¿Conoce usted una empresa prestadora del servicio de aseo y limpieza residencial en el municipio del Socorro?

Tabla 9. Conoce una empresa de servicios de aseo en el Socorro

Etiquetas de fila	Conoce una empresa de aseos	Frecuencia
No	298	88%
Si	41	12%
Total general	339	100%

Gráfico 7. Conoce una empresa prestadora de servicios de aseo



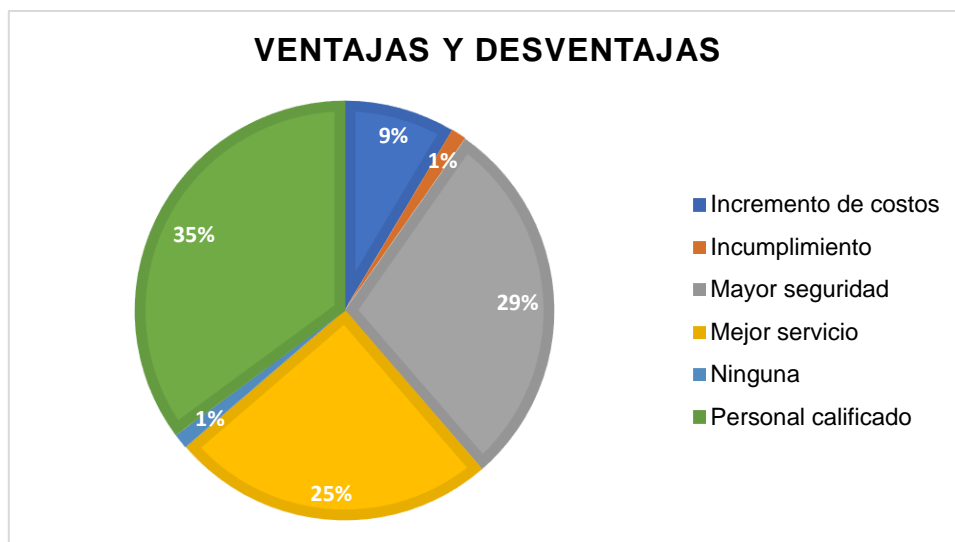
Con un 88%, de los encuestados, no conoce empresas prestadoras de servicios de aseo y limpieza, mientras que el 12%, si conocen. La creación de una empresa prestadora de servicios de aseo, será innovador.

Pregunta 8. ¿Usted considera que contratar el servicio de aseo y limpieza residencial con una empresa especializada, podría presentar ventajas o desventajas? Por favor marque la opción que considere más acertada.

Tabla 10. Ventajas y desventajas de contratar una empresa de aseos

Etiquetas de fila	Ventajas y desventajas	Frecuencia
Incremento de costos	29	9%
Incumplimiento	4	1%
Mayor seguridad	98	29%
Mejor servicio	85	25%
Ninguna	4	1%
Personal capacitado	119	35%
Total, general	339	100%

Gráfico 8. Ventajas y desventajas



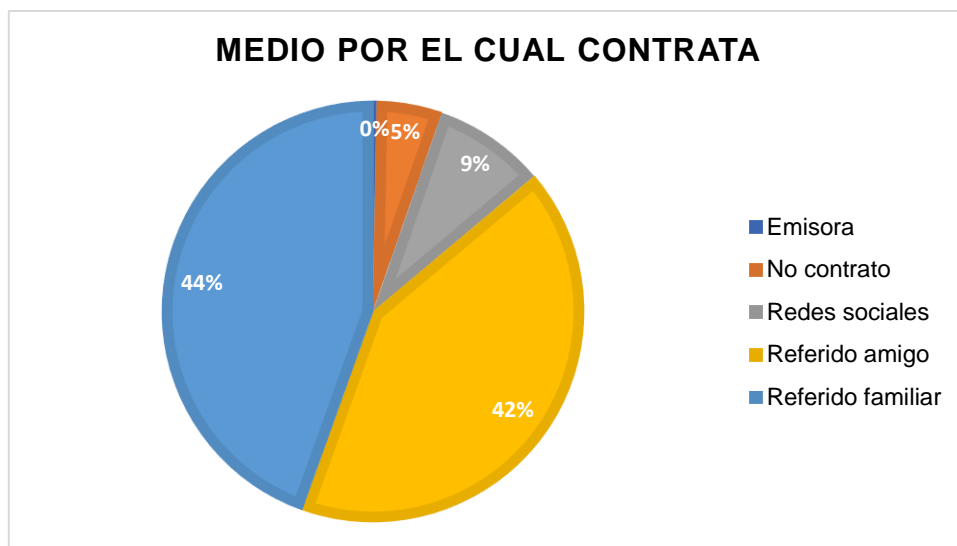
De acuerdo a los resultados obtenidos se puede determinar que el 35% de las personas encuestadas, consideran que contratar con una empresa trae ventajas, porque se cuenta con personal capacitado para prestar el servicio. Y por el contrario contratar de manera particular, trae mayor riesgo y menor seguridad.

Pregunta 9. ¿Por cuál medio busca el personal a contratar para el servicio de aseo y limpieza residencial?

Tabla 11. Medio para contratar el servicio de aseo

Etiquetas de fila	Medio por el cual contrata	Frecuencia
Emisora	1	0,3%
No contrato	17	5,0%
Redes sociales	29	8,6%
Referido amigo	141	41,6%
Referido familiar	151	44,5%
Total, general	339	100,0%

Gráfico 9. Medio por el cual contrata los servicios de aseo



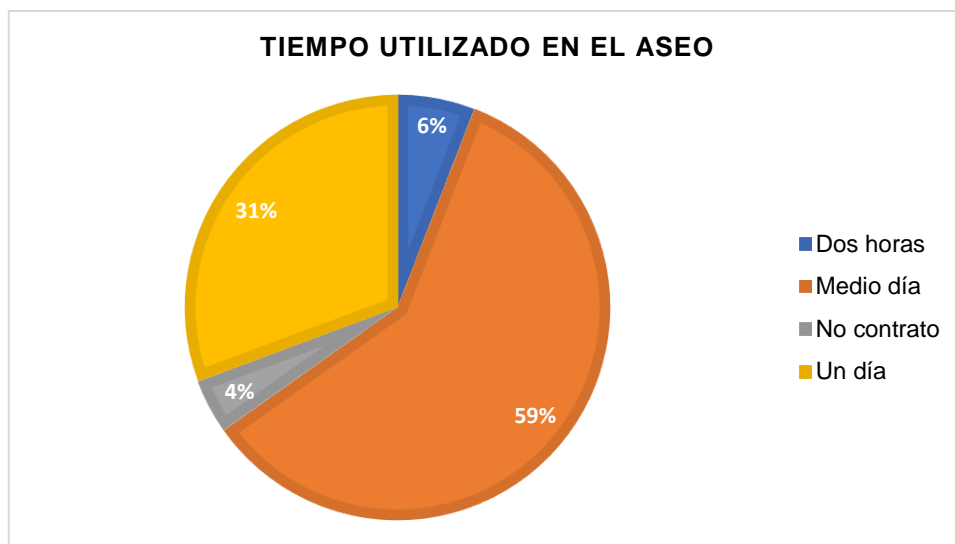
De acuerdo a los resultados obtenidos, el medio por el cual busca el servicio de aseo y limpieza a los hogares, es a través de referido familiar y a través de un amigo, tal como lo muestran los porcentajes con un 44% y un 42%, respectivamente, solo el 9% es a través de redes sociales, esto debido a que contratan a particulares, para el caso de una empresa especializada sería conveniente a través de redes sociales y el voz a voz.

Pregunta 10. ¿Cuánto tiempo gasta la persona que realiza el servicio de aseo y limpieza en la vivienda donde reside?

Tabla 12. Tiempo utilizado en el aseo

Etiquetas de fila	Tiempo utilizado en el aseo	Frecuencia
Dos horas	20	6%
Medio día	201	59%
Un día	104	31%
No sabe no responde	14	4%
Total, general	339	100%

Gráfico 10. Tiempo utilizado en un aseo



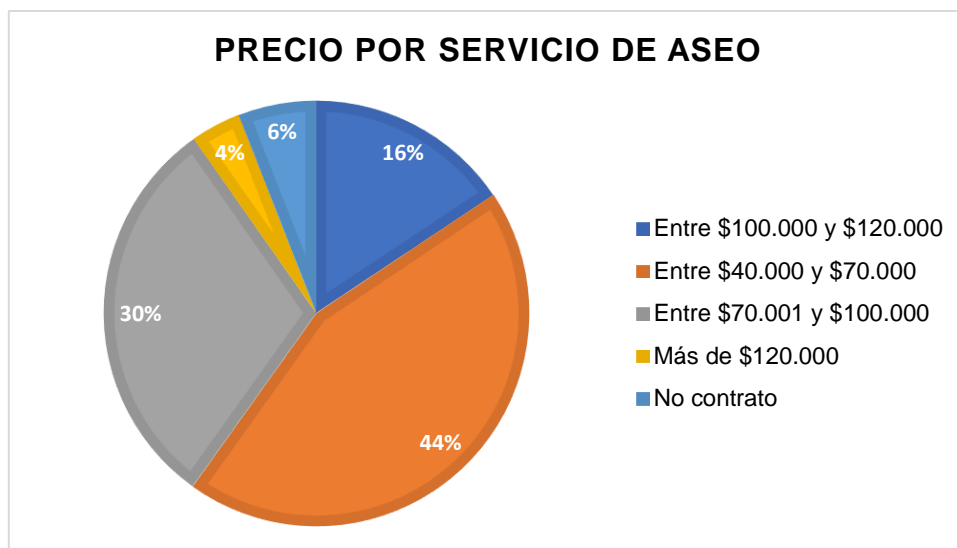
Es evidente que con el 59%, el tiempo utilizado en realizar un aseo en una vivienda, es de medio día y con el 31%, un día completo, es el tiempo prudencial, dependiendo las tareas que debe realizar y el estado del inmueble.

Pregunta 11. ¿Cuánto paga o estaría dispuesto a pagar por cada servicio de aseo y limpieza en la vivienda donde reside?

Tabla 13. Precio del servicio de aseo

Etiquetas de fila	Precio por servicio de aseo	Frecuencia	Ponderación
Entre \$100.000 y \$120.000	53	16%	17600
Entre \$40.000 y \$70.000	150	44%	24200
Entre \$70.001 y \$100.000	103	30%	25500
Más de \$120.000	13	4%	4800
No contrato	20	6%	0
Total general	339	100%	72.100

Gráfico 11. Precio por cada servicio de aseo



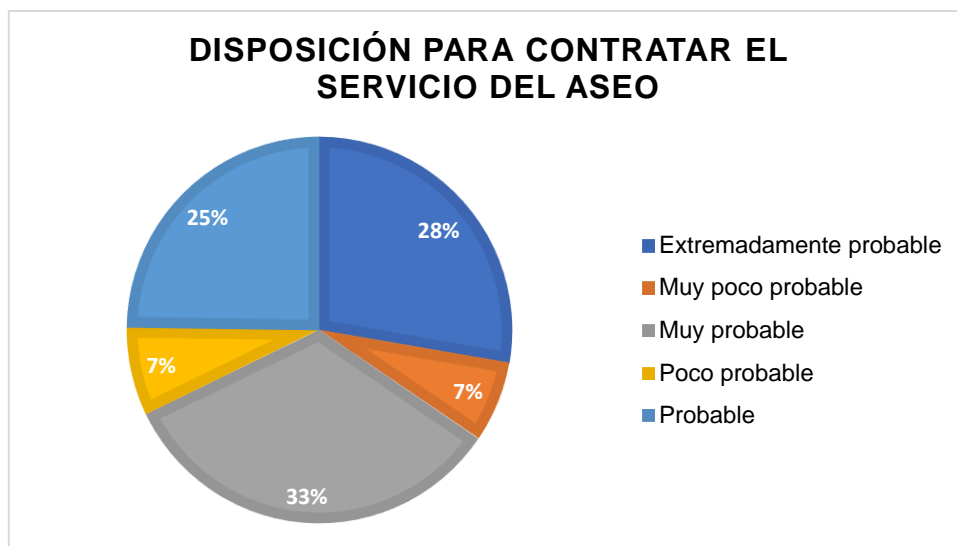
De acuerdo a los porcentajes arrojados, el 44%, pagan o estarían dispuestos a pagar un valor entre \$40.000 y \$70.000, mientras que el 30%, paga o pagaría entre \$70.000 y \$100.000, con el 16%, entre \$100.000 y \$120.000, son precios razonables para el pago de un servicio de aseo y limpieza, el cual se tiene en cuenta de acuerdo al salario mínimo legal vigente. Con un precio ponderado promedio de \$72.100.

Pregunta 12. ¿Qué tan dispuesto estaría en contratar el servicio de aseo y limpieza residencial a través de una empresa especializada?

Tabla 14. Disposición para contratar el servicio de aseo

Etiquetas de fila	Dispuesto a contratar el servicio	Frecuencia
Extremadamente probable	94	28%
Muy probable	113	33%
Poco probable	25	7%
Muy poco probable	23	7%
Probable	84	25%
Poco probable	25	7%
Total, general	339	100%

Gráfico 12. Disposición para contratar el servicio de aseo



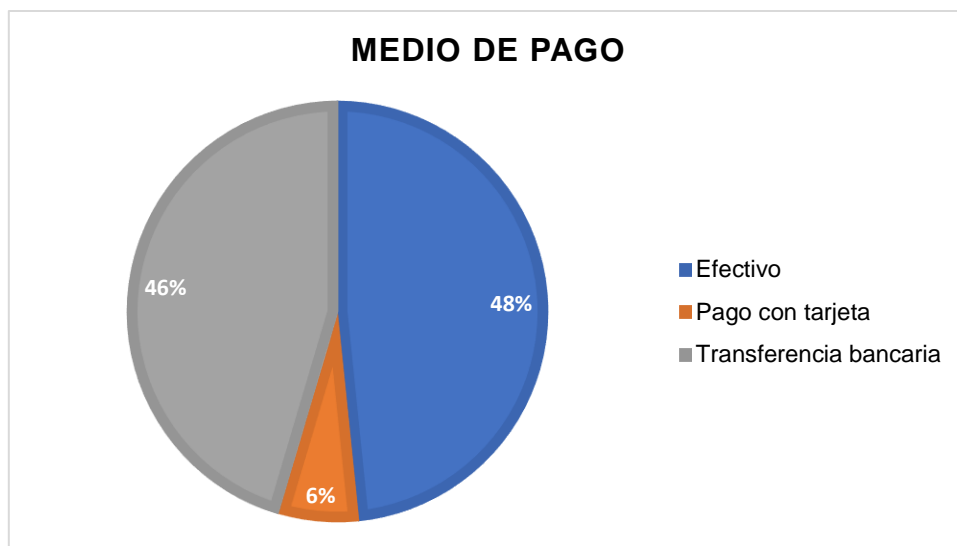
Es muy probable, que la población socorrana de los estratos 3, 4 y 5 contraten el servicio de aseo, a través de una empresa especializada, así lo demuestran los resultados de la encuesta, con un 33%, con el 28%, extremadamente posible, son resultados positivos para la idea de negocio, en conclusión, el 93% de los encuestados contratarían el servicio.

Pregunta 13. ¿Cuál medio de pago prefiere, o le gustaría utilizar para pagar los servicios de limpieza contratados?

Tabla 15. Medio de pago

Etiquetas de fila	Medio de pago	Frecuencia
Efectivo	164	48%
Pago con tarjeta	21	6%
Transferencia bancaria	154	45%
Total, general	339	100%

Gráfico 13. Medio de pago



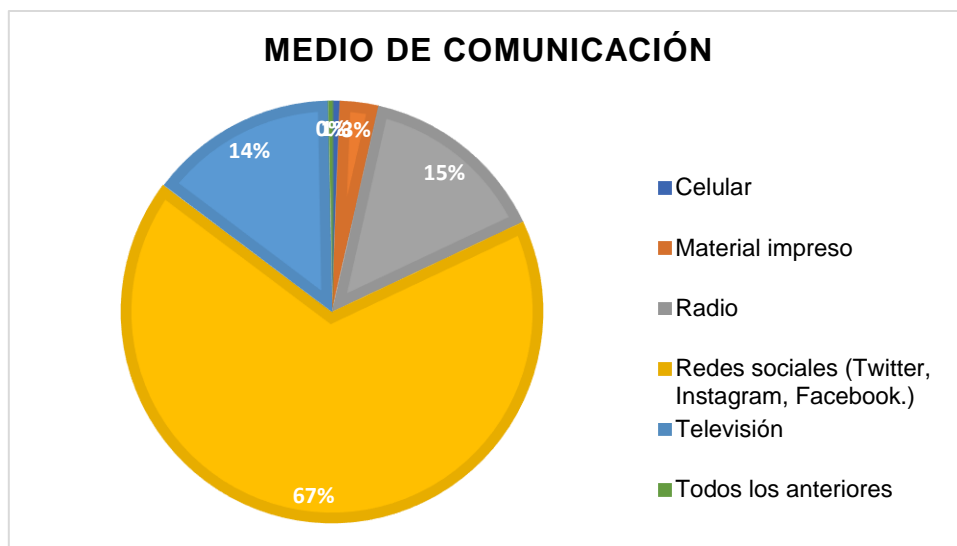
Los medios de pago más utilizados para el pago de los servicios de aseo y limpieza, es en efectivo con un 48% y por transferencia bancaria del 46%, es decir que son los medios más utilizados.

Pregunta 14. ¿Cuál medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

Tabla 16. Medio de comunicación utilizado

Etiquetas de fila	Medio de comunicación	Frecuencia
Celular	2	1%
Material impreso	10	3%
Radio	49	14%
Redes sociales (Twitter, Instagram, Facebook.)	228	67%
Televisión	49	14%
Todos los anteriores	1	0%
Total, general	339	100%

Gráfico 14. Medio de comunicación



Sin duda alguna, la tendencia son las redes sociales para difundir información y publicidad, así lo demuestra el resultado de la encuesta que con un 67%, prefiere las redes sociales y con el 14%, el celular y la radio. Son resultados para tener en cuenta en el momento de realizarle la publicidad a la empresa.

2.3.12 Estimación de la demanda efectiva. La demanda efectiva se calcula teniendo en cuenta la cantidad de servicios de aseos que la población objetivo toma en un año, y de acuerdo a la ponderación de la tabla 7, cantidad de servicios que contrata, da una demanda actual de 19.014 servicios de aseo a residencias, de los cuales el 93%, estarían dispuestos a contratar los servicios, por tanto, la demanda efectiva sería de la siguiente forma. Demanda efectiva anual= $19.014 \times 93\% = 17.683$ servicios de aseo.

2.3.13 Proyección de la demanda para los próximos cinco años. Para realizar la proyección de la demanda se tiene en cuenta un aumento del 2,52%, promedio en la proyección anual, para los próximos cinco años, según tabla.

Tabla 17. Proyección de los hogares en El Socorro

AÑO	Socorro	Total	%
2023	Hogares sector urbano	9.737	
2024	Total	10.005	2,75%
2025	Total	10.258	2,53%
2026	Total	10.515	2,51%
2027	Total	10.775	2,47%
2028	Total	11.027	2,34%
Promedio			2,52%

Fuente. DANE

Para proyectar la demanda se hace uso de la fórmula de valor futuro.

$$F = P (1+i)^n$$

Donde

F= Demanda proyectada

P= Demanda estimada: Actual (19.014 servicios) y Efectiva (17.683 servicios)

i= Tasa de crecimiento de los hogares en el municipio es de 2,52%

n= número del periodo (años).

Tabla 18. Demanda actual proyectada

Año	Fórmula	Número de unidades
0	$F = 19.014 (1 + 0.0252)^0$	19.014 servicios
1	$F = 19.014 (1 + 0.0252)^1$	19.493 servicios
2	$F = 19.014 (1 + 0.0252)^2$	19.984 servicios
3	$F = 19.014 (1 + 0.0252)^3$	20.488 servicios
4	$F = 19.014 (1 + 0.0252)^4$	21.004 servicios
5	$F = 19.014 (1 + 0.0252)^5$	21.534 servicios

Tabla 19. Demanda efectiva proyectada.

Año	Fórmula	Número de servicios
0	$F = 17.683 (1 + 0.0252)^0$	17.683
1	$F = 17.683 (1 + 0.0252)^1$	18.129
2	$F = 17.683 (1 + 0.0252)^2$	18.585
3	$F = 17.683 (1 + 0.0252)^3$	19.054
4	$F = 17.683 (1 + 0.0252)^4$	19.534
5	$F = 17.683 (1 + 0.0252)^5$	20.026

2.4 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En municipio de El Socorro, no existen empresas formalizadas que presten el servicio de aseo y limpieza. Para el caso de las empresas como entidades financieras, de salud y comercio, que requieren de personal para los servicios de aseo, lo hacen a través de empresas que están radicadas en otras ciudades.

Análisis de resultados de la observación directa. Desde el inicio de la puesta en contexto y aprobación, por parte de los evaluadores de la Universidad, de llevar a cabo la idea de negocio, para la creación de una empresa prestadora de aseo en los hogares del municipio de El Socorro, se empezó a mirar los diferentes comportamientos de los empleadores y de las prestadoras de servicios domésticos, llegando a las siguientes conclusiones:

Cada vez, son menos las familias que contratan personal para el servicio doméstico diario, lo hacen por horas o por tareas y con baja frecuencia. La oferta de mano de obra es cada vez menos, debido a que hay más oportunidades para estudiar, capacitarse y dedicarse a actividades diferentes al servicio doméstico. Por la legislación laboral, es común ver personas que se dedican al servicio doméstico con una contratación legal. El sector empresarial, siempre contrata empresas prestadoras de servicio de aseo y limpieza, mientras que los hogares lo hacen de manera directa.

Para recolectar la información de la oferta, se hizo consulta a través de internet, en el caso de las empresas prestadoras de servicios de aseo, constituidas a nivel nacional, sin embargo, para conocer un poco más el comportamiento y datos de interés se realizó una entrevista a las personas que prestan el servicio de aseo en las instituciones.

La entrevista se reestructuró en un cuestionario de diez preguntas, (Ver anexo B.) que se les hicieron a cinco personas, cuyos resultados arrojaron lo siguiente:

Pregunta 1. ¿A qué empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza pertenece?

De acuerdo a la información recolectada en el municipio de El Socorro, hace presencia las empresas, CASA LIMPIA S.A., ELITE ASEO SAS Y SEASIN.

Pregunta 2. ¿Hace cuánto tiempo trabaja para esa empresa?

Están en esas empresas muy poco tiempo, todas menos de dos años, lo cual quiere decir que al parecer no tienen estabilidad laboral permanente.

Pregunta 3. ¿Qué tipo de contrato tiene con la empresa?

Son contratadas por horas y por prestación de servicios. Los contratos, máximo a seis meses.

Pregunta 4. ¿Cuál es su jornada laboral?

Como son en entidades bancarias, educativas, de salud y empresariales, los horarios son diurnos, máximo hasta las seis de la tarde.

Pregunta 5. ¿Qué asignación salarial tiene mensual?

A todos les pagan sobre el salario mínimo legal vigente.

Pregunta 8. ¿Tiene todas las prestaciones de ley, seguridad social y estabilidad laboral?

En el caso de los entrevistados, a todos les tienen seguridad social y prestaciones sociales, pero contratos laborales a corto tiempo, a excepción de quienes tienen contrato por prestación de servicios.

Pregunta 9. ¿Tiene usted conocimiento del promedio de edad, que en esas empresas contratan el personal?

Una de ellas, dice que ha escuchado que mayores de 40 años no reciben, otra de ellas comenta que después de los 50 años no contratan. Las demás coinciden que no saben o que no les importa la edad.

Pregunta 10. ¿Si existiera una empresa prestadora de servicio de aseo y limpieza para los hogares, con domicilio principal en el municipio de El Socorro, usted solicitaría trabajo?

Todos los entrevistados están de acuerdo que, por supuesto lo solicitarían, teniendo en cuenta que será una empresa socorrana y que además se les va a ofrecer estabilidad laboral.

De acuerdo, a los resultados anteriores, el servicio de aseo que prestan las empresas en el municipio de El Socorro, es netamente a las empresas, que no tienen una estabilidad laboral, porque las están cambiando periódicamente, o que las entidades cambian de empresa prestadora del servicio.

En el servicio de aseos existen tan solo 120 compañías que están legalmente constituidas en Colombia y que operan bajo el modelo del empleo formal, de las más de 250.000 que están registradas bajo el código Ciiu (Descripción de actividades económicas) pero que tienen falencias en su reglamentación. (Gutiérrez N, 2022)

Una de esas 120 compañías es Casalimpia, que además hace parte de las 80 empresas agremiadas en la Federación Nacional de Empresas de Aseo (Fenaseo). Una empresa colombiana con 62 años en el mercado, que presta servicios integrales de limpieza general, mantenimiento, servicio de catering, ventas de productos de aseo y de vigilancia.

Actualmente, la empresa está generando más de 20.000 empleos directos y formales. Y una parte importante de su personal de trabajo son las mujeres, en su mayoría amas de casa, que prestan el servicio de aseo general y que son en últimas las que más se

encuentran trabajando en condiciones laborales no reglamentadas. Según el DANE, cerca de 680.000 mujeres en la informalidad; es decir, 80%.

Más, si se tiene en cuenta que este es un sector en el cual su personal laboral concentra un alto porcentaje que hace parte de grupos poblaciones vulnerables. Primero, es una industria en la que la mayoría (90%) son mujeres cabeza de hogar, y solo 10% son hombres. Además, 5% son personas adultas que están pronto a pensionarse, y el 5% restante son trabajadores que tienen alguna condición de discapacidad, o reinsertados del conflicto armado. Es decir, a diferencia de otros sectores, es una industria altamente inclusiva.

En 2021, Casalimpia mantuvo su liderazgo seguida de Brilladora El Diamante, mientras que Aseocolba ocupó el tercer lugar y Centro Aseo ascendió al cuarto lugar. Posteriormente se situaron Recuperar, Eco Servir, Servi Limpieza, Aseo y Sostenimiento, Brillaseo, Eulen Colombia, Elis Colombia, y Elite Facility Management. Mas atrás se posicionaron Easy Clean G&E, Servicios Integrados NP, Uno A Aseo Integrado, Grupo Empresarial Seiso, JDR Asistenciamos, LIMA, Ladoinsa, Induaseo, Eminser, J M Martínez, Cleaner, Americana de Servicios, El Punto de Aseo, Brillantex Multiservicios, Aseo Servicios, Linco, Aseos La Perfección, Mundoaseo, y Truly Nole Soluciones conjuntamente con Truly Nolen Valle y Truly Nolen Bogotá, entre otras. (La Nota, 2022).

Casalimpia, ofrece los servicios para el hogar, con un máximo de 8 horas, por un valor entre \$74.430 y \$82.700.

2.5 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO MÍNIMO VIABLE

2.5.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio. La prestación del servicio de aseo y limpieza se mantiene con las características idénticas, como se había formulado anteriormente.

2.5.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia. En el mercado local, la prestación de servicios de aseo a los hogares, se hace de manera informal. La empresa contará con un portafolio de servicios, que integra la mano de obra, materiales y maquinaria especializada para tal fin. Además, va acompañado de la capacitación del personal en los procesos de limpieza, el uso de los insumos y la operación de los equipos de aseo. También estará enmarcado en la tecnología, en la cual se tendrá la oportunidad de crear una App, página web y registro en las diferentes redes sociales, no solo para el contacto del personal, sino para los comentarios, las sugerencias y el pago.

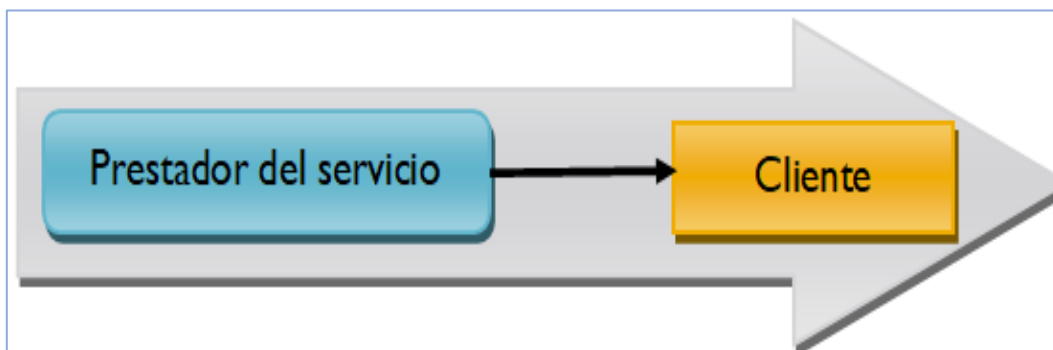
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

Las empresas prestadoras de servicios de aseo, ofrecen el servicio de manera directa, por tanto, el canal de comercialización del servicio es el canal directo

2.6.1 Estructura de los canales actuales. Los canales actuales se presentan de la siguiente manera:

CANAL DIRECTO: el canal directo hace referencia, cuando el servicio es contratado directamente con las empresas o con los particulares, es decir el servicio va directamente al consumidor final.

Figura 1. Canal directo



2.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

Canal directo

Ventajas:

Tiene un costo relativamente bajo.

Posible alcance global.

No se reparten las ganancias con un distribuidor.

Disponibilidad de 24 horas (en caso de venta por internet).

Sensibilidad inmediata de la reacción de los consumidores.

Desventajas:

La competencia gana fuerza a nivel regional.

Bajo volumen en las ventas.

Desconfianza de los compradores por internet.

Mayor inversión de activos fijos.

Administración más costosa.

2.6.3 Selección de los canales de comercialización. El canal seleccionado para la empresa, es el canal directo, teniendo en cuenta que es un servicio y que no requiere de intermediarios para la prestación efectiva y de calidad.

2.7 ESTRATEGIAS PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

2.7.1 Análisis de precios de la competencia. El precio de la prestación del servicio de aseo, tanto para la competencia, como para el presente emprendimiento está determinado por el Ministerio del Trabajo que según el Convenio 189 de la OIT8 “sobre las trabajadoras y los trabajadores domésticos”, del que hace parte Colombia, se destaca lo siguiente:

- El empleador o empleadora de una trabajadora doméstica puede ser el miembro de una familia para quien se realiza el trabajo o una agencia o empresa que emplea trabajadoras y trabajadores domésticos y que los pone a disposición de los hogares.
- El contrato que se lleve a cabo con los trabajadores domésticos preferiblemente debe ser por escrito.
- La remuneración debe corresponder al del salario mínimo, cuando el trabajador labora la jornada máxima legal de ocho (8) horas diarias, cuarenta y siete semanales (47), vigentes a partir del 16 de julio de 2023, para quienes laboran jornadas inferiores a la mencionada puede pagarse en proporción al número de horas trabajadas
- El pago puede ser en efectivo, en cheque, o por transferencia bancaria directamente al trabajador en periodos no superiores a un mes, con el consentimiento del trabajador
- Derecho a un trabajo seguro y un ambiente laboral saludable.
- Medidas que garanticen la salud y la seguridad ocupacional de las trabajadoras.
- Se establece una edad mínima para prestar el trabajo doméstico.
- Deben estar afiliadas a una empresa prestadora de salud, pensión, riesgos profesionales y parafiscales.
- Se les debe garantizar las prestaciones sociales; cesantías, vacaciones, primas, dotación y demás determinaciones legales.

De acuerdo a lo anterior, el precio de un servicio de aseo a los hogares está determinado por el tiempo en horas que utilicen para realizar las labores que fueron contratadas.

2.7.2 Estrategias de fijación de precios. Los precios se determinan de acuerdo a las disposiciones legales de acuerdo al salario mínimo legal vigente y los resultados obtenidos de la encuesta en cuanto al precio que pagan, sin embargo, se tiene en cuenta la agilidad de la persona colaboradora en la realización de las tareas, por tanto, se tiene en cuenta lo siguiente:

- ✓ Conocer el mercado objetivo y medir el posicionamiento del servicio.
- ✓ Definir el servicio ofrecido, así como el número de horas requeridas para realizar las labores.

- ✓ Calcular el costo total del servicio o producto ofrecido.
- ✓ Considerar el entorno legal y características de la competencia.
- ✓ Determinar el objetivo de la fijación de precios.

2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1 Estrategias de comunicación. Los siguientes objetivos que se quieren alcanzar con la publicidad y promoción son:

- Informar sobre el lanzamiento de un servicio diferente y único en el mercado.
- Persuadir al consumidor, a través de mensajes cortos y llamativos sobre la importancia de la limpieza y el aseo, con la utilización de productos de alta calidad y con el personal idóneo, capacitado y responsable.
- Recordar a la población objetivo y potencial, la importancia de contratar el personal para el aseo y la limpieza, a través de una empresa especializada, para evitar inconvenientes, a través de folletos, volantes, propaganda radial y televisiva.
- Para el cumplimiento de los anteriores objetivos se requiere de las siguientes estrategias de comunicación:
 - Relación de asistencia personal: Es la interacción entre el cliente y el jefe de ventas, como asistencia en el proceso de ventas o postventa. A través de la aplicación, oficina, centros de atención telefónica, App, redes sociales, WhatsApp, correo, etc., después de completar su compra.
 - Relación de asistencia personal dedicada: Involucra asignar un responsable a la atención específica de un cliente.
 - Relación de autoservicio: Aquí la compañía no mantiene relación directa con los clientes; sin embargo, debe proveer todos los medios necesarios para que los clientes se atiendan sin problemas.

Co-creación: Se trata de crear valor junto con los clientes, haciendo que éstos participen en algunos procesos del ciclo de negocios.

2.8.1.1 Logotipo

Figura 7. Logotipo



Este logo tiene como objetivo identificar la empresa en el mercado de los servicios de aseo y limpieza. Su nombre SERVI HOGAR, se divide en dos palabras, SERVI, significa servicio y HOGAR, denota casa, domicilio, residencia, etc. El logotipo se compone de tres colores importantes el verde, el naranja y el azul, símbolos de limpieza, armonía y naturaleza.

El significado del color Verde, expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo, está muy relacionado con la naturaleza, la vida y la salud, su tonalidad de color hace que al visualizarlo se asocie con la armonía, la naturaleza y el dinero ya que este color es muy simbólico en estos objetos.

El significado del color naranja indica entusiasmo, confianza, éxito, generosidad y creatividad. Es un color con un carácter cálido, y no llega a ser tan agresivo como el color rojo. Incita a la creatividad y tiene un efecto extrovertido y vibrante.

El significado del color azul, se relaciona con elementos de la naturaleza, tales como el agua y el aire, formando asociaciones positivas de paz y tranquilidad. Además, inspira sentimientos de amistad, lealtad, seguridad y confianza.

2.8.1.2 Eslogan. El eslogan del servicio se basará en los beneficios principales del mismo.

SERVIHOGAR... “Calidad y seguridad en la limpieza de su hogar”.

El lema indica la importancia de contratar con personal idóneo y capacitado que brinde servicios de aseo y limpieza con estándares de calidad, confiables y con costos beneficiosos para las partes interesadas (Clientes, empleados, proveedores y empresa).

2.8.1.3 Análisis de medios. Con el fin de seleccionar los medios adecuados para la publicidad, se debe tener en cuenta lo siguiente:

Alcance. Es necesario escoger el medio de mayor sintonía en el municipio de Socorro, llegue al mayor número de habitantes y con mayor frecuencia.

Frecuencia. Se pretende que el mayor número de habitantes conozcan el nuevo producto, por lo tanto, es necesario que al principio se haga con mayor frecuencia la emisión de las propagandas y demás publicidad.

Impacto. Se pretende crear una buena imagen con la publicidad sin saturar al cliente potencial.

Publicidad radial. Se utilizará la emisora de mayor sintonía en la región, que su radio de acción tenga la cobertura de la provincia comunera, teniendo en cuenta que es una forma de pactar publicidad a bajos costos y de llegar al cliente potencial con mayor frecuencia.

Portafolio de productos. Es el medio escrito a través del cual se plasma los servicios que se van a vender con todas las características favorables, lo anterior hace que a las personas a las que les llega el portafolio puedan tener más tiempo para decidir y de comparar, además tienen la posibilidad de hacer los pedidos, por la App, vía telefónica, por chat o WhatsApp.

Publicidad directa. Es la forma más efectiva de promocionar los productos, a través de folletos, tarjetas de presentación, plegables y detalles con el nombre de la empresa. Con esta publicidad que es un poco más pasiva se busca crear en la mente de las personas el impulso de comprar y comprobar un producto diferente en el municipio.

A continuación, se presenta las ventajas y desventajas de los medios escogidos.

Tabla 20. Ventajas y desventajas de los medios

Medio	Ventajas	Desventajas
Radial	<ul style="list-style-type: none"> • La radio puede ser escuchado en cualquier lugar • El oyente no tiene que estar pendiente para escuchar un mensaje. • Permite la selección por grupo • Se puede pautar una cuña en radio sin tener que planificarlo con mucha anticipación • El mensaje puede transmitirse con la frecuencia que usted seleccione. • La radio tiene un atractivo local • El mensaje tiene una voz, una calidad que lo hace fácil de escuchar y entender. • La producción de cuñas de radio es sencilla 	<ul style="list-style-type: none"> • La radio no contiene visuales. • Algunas audiencias de radio están fragmentadas. • La aglomeración de anuncios pautados en la radio puede ser bastante grande. • No existe una publicación impresa, su anuncio se transmite y luego se pierde. • Las cuñas producidas por las estaciones utilizan talento de la estación.
Portafolio	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece una amplia información sobre el producto 	<ul style="list-style-type: none"> • Puede ser eliminado fácilmente.

	<ul style="list-style-type: none"> • Un portafolio puede ser impreso o digital y llegar a más personas. • Puede ser utilizado como directorio para realizar los pedidos • Conocen la empresa no solo por los productos sino toda su organización. 	
Publicidad directa	<ul style="list-style-type: none"> • La publicidad llega a gran cantidad de público a la vez. • En términos de costo, la publicidad resulta ser uno de los medios más baratos. • La publicidad llega a todos los públicos en un mismo tiempo. • La publicidad llega a todos los lugares y a todos los públicos de manera homogénea. • La publicidad, sobre todo la publicidad por televisión, da prestigio al producto y a la empresa que la utiliza. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sobre una gran cantidad de público que recibe el mensaje es muy probable que una gran cantidad de ellos no sean clientes potenciales de la empresa. • El nivel de credibilidad de la publicidad es relativamente bajo. • En muchos lugares existe una gran saturación publicitaria, lo cual disminuye demasiado su eficacia.

2.8.1.4 Selección de medios. Es muy importante selección los medios más adecuados para la promoción y publicidad de la Empresa, debe cumplir ciertas características que permitan llegar a la comunidad en general.

Se debe seleccionar un medio que sea eficaz que tenga la adecuada cobertura del mercado objetivo, con un mensaje concreto y breve que diga lo que realmente se quiere promocionar y además que los costos sean muy bajos. Los medios a utilizar son las redes sociales, el internet, la televisión y la publicidad directa, en la que se incluirá una página web, con videos de la empresa y de promoción.

2.8.1.5 Estrategias Publicitarias. Las estrategias que la empresa que va a implementar para la puesta en marcha del proyecto es de dos tipos:

- Estrategias de posicionamiento. Cuyo objetivo es dar a la marca un lugar en la mente del consumidor, frente a las posiciones de la competencia. Se hará días previos al

lanzamiento e inauguración de la empresa con publicidad impresa, propaganda y la invitación personal a los comerciantes más representativos del municipio de Socorro.

- Estrategias promocionales. El objetivo es mantener e incrementar el consumo del servicio; contrarrestar alguna acción de la competencia, utilizando los medios escogidos. También se hará con publicidad impresa, propaganda y además con un portafolio de los servicios ofrecidos.

2.8.2 Presupuesto de comunicación. Para la publicidad y promoción de la Empresa es necesario presupuestar dineros para el lanzamiento y también para el sostenimiento.

2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento. Tiene como fin dar a conocer la empresa a los clientes potenciales, el cual se hace a través de una inauguración con previas promociones del lanzamiento. Incluye volantes, tarjetas de presentación, plegables y refrigerios. Ver tabla.

Tabla 21. Presupuesto publicidad de lanzamiento

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Volantes	500	\$100=	\$50.000=
Tarjetas de presentación	1.000	\$50=	\$50.000=
Plegables	200	\$200=	\$40.000=
Degustaciones	500	\$2.000=	\$1.000.000=
Recordatorios	500	\$1.000=	\$500.000=
Total			\$1.640.000=

2.8.2.2 Presupuesto de operación. Va dirigida a mantener el producto en el mercado y la mente del consumidor, incluye propaganda radial, publicaciones en redes sociales y oferta en la página web y la App.

Tabla 22. Presupuesto publicidad de operación

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Creación de la App	1	5.000	60.000
Propaganda en revista local	1	30.000	360.000
Propaganda en T.V.	1	60.000	720.000
Recordatorios -llaveros	100	17.000	204.000
Página web	1	30.000	360.000
Total		172.000	1.704.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

Una vez, desarrollado el estudio de mercados, el cual permite determinar las necesidades técnicas del proyecto, como son los recursos humanos y físicos necesarios, para la ejecución, los cuales se basan en el tamaño del proyecto, de acuerdo a la capacidad para la prestación del servicio de aseo a los hogares. Dentro del estudio técnico, se determina la micro localización y la macro localización de las instalaciones físicas, que cumpla con los estándares de calidad y las buenas condiciones, tanto para el cliente interno, como para el cliente externo.



3.1 TIPO DE PROYECTO

Es un proyecto de servicios, que pertenece al sector terciario de los sistemas económicos, es el sector de mayor participación en la economía colombiana. La prestación de servicio de aseo a los hogares, consiste en la contratación de personal a través de una empresa especializada para realizar las labores domésticas de un hogar, a cambio de una retribución económica.

3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable. La prestación del servicio de aseo y limpieza, es una necesidad de las viviendas para mantenerlas con un ambiente armónico y libre de impurezas y basuras; el aseo y limpieza. Dentro de su portafolio de servicios se integra la mano de obra calificada, con los elementos y materiales especializados para tal fin, con la capacitación permanente del personal en todos los procesos de limpieza, usando la tecnología y los insumos necesarios para un servicio con calidad. El servicio se ofrecerá a través una App, página web y registro en las diferentes redes sociales, tanto para iniciar el negocio, como para comentarios, sugerencias y pagos.

Tabla 23. Ficha técnica del servicio

Servicio principal	Aseo y limpieza a los hogares
Diseño	 <ul style="list-style-type: none"> ◆ Agilidad, buen servicio y confianza ◆ Ahorra tiempo y dinero ◆ Pregunte por el servicio de acuerdo a sus necesidades <p>  </p> <p> Cel. 3158259161 Correo electrónico: servihogar@gmail.com http://www.servihogar.com </p>
Nombre	Servi hogar S.A.S
Especificaciones técnicas	<p>La prestación del servicio de aseo y limpieza, es un aspecto muy importante para la vida cotidiana de los seres humanos, contribuye a un ambiente armónico y libre de impurezas y basuras; el aseo y limpieza de los espacios y elementos de un inmueble, permiten mantener el orden y un ambiente sano. Mantener aseado los espacios del hogar, contribuyen a la estética y buena imagen de los mismos, además, con olor agradable y seguro. La prestación del servicio de aseo, debe ser integral, cuidando siempre la integridad y seguridad del personal colaborador, a través del formalismo laboral y la participación en el mercado competitivo y económico del país. El uso de las herramientas tecnológicas para su divulgación y prestación efectivo del aseo.</p>
Servicio prestado	El servicio será ofrecido por planes independientes, en tres categorías así:

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Plan 1. Aseo general: Limpieza a todo el inmueble (Barrer, trapear, limpiar telarañas, arreglo de cocina, tendido de camas, aseo en cuarto de baños y retiro de polvo). ➤ Plan 2. Aseo total de cocina y baños: Limpieza mediante máquinas especializadas garantizando la eliminación de grasa en paredes y muebles de la cocina, limpieza de grifería y abrillantamiento de los mismos, desinfección y lavado general. ➤ Plan 3. Abrillantado de pisos de la vivienda y eliminación de hongos y mohos en los cuartos de baño: Limpieza de juntas mediante de equipos especializados.
--	---

Descripción técnica del servicio. El servicio se prestará de acuerdo a las necesidades de los clientes, dentro del precio establecido, no se incluyen los insumos y elementos necesarios para tal fin, por tanto, el cliente debe contar con:

- Trapeador
- Baldes
- Esponjas
- Escoba
- Paños absorbentes
- Toallas
- Límpido
- Desengrasantes
- Ambientadores
- Demás insumos

Con respecto a los elementos como brilladora y/o aspiradora, la empresa los prestará y sería un valor adicional al servicio. El servicio de aseo y limpieza incluye:

Limpieza de polvo y telarañas. Se requiere de bayetillas, incluye todas las superficies de madera, como son closet, gabinetes, etc., superficies metálicas y paredes, con los líquidos especiales para tal fin. En el caso de las telarañas, se hará con la escoba limpia telaraña. Se limpiará en todas las habitaciones, sala, comedor, cocina y demás espacios del inmueble, interior y exterior.

Limpieza de baños. Para el aseo y limpieza de los baños, se requiere de desinfectantes, ambientadores, jabones, esponjas, cepillos y líquidos para limpiar juntas. Se hace limpieza de llaves, paredes, sanitario, lavamanos, muebles en madera y pisos.

Limpieza de muebles y alfombras. Para la limpieza de muebles y alfombras (en caso de que haya), se hará con aspiradora y detergente especial, suministrado por el cliente.

Limpieza de cocina. Se hará de acuerdo a la solicitud del cliente, se requiere elementos e insumos, para la desinfección y limpieza de estufa, hornos, paredes, mesones y pisos.

Brillado de pisos. Se hará con la brilladora profesional, y con las técnicas especializadas de aseo. Con el uso adecuado de productos de aseo.

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave. Para la empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza se desarrollarán dos tipos de actividades claves; por un lado, la contratación del personal y por el otro, la prestación del servicio.

Proceso de contratación del personal. Para la contratación de personal se debe seguir los siguientes pasos:

Necesidad de personal

Publicar la vacante

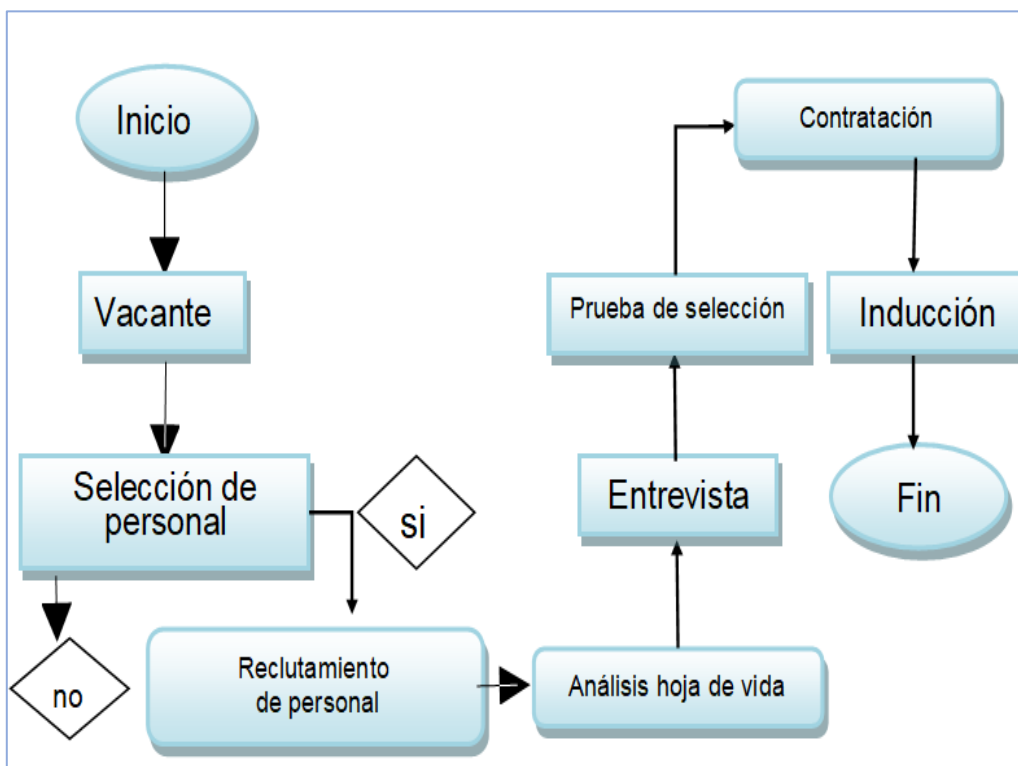
Seleccionar el personal

Estudiar la hoja de vida

Realizar entrevista
Realizar pruebas
Contratación
Inducción

En la siguiente figura está el diagrama de procesos para la contratación de personal.

Figura 2. Diagrama de procesos contratación personal



Prestación del servicio. La prestación del servicio, está dividido en dos fases; por un lado, la contratación del servicio por parte del cliente y por la otra, la prestación del servicio, teniendo en cuenta las tres opciones que inicialmente se van a ofrecer. Dentro de la contratación del servicio por parte del cliente, es importante, tener en cuenta, los requerimientos y necesidades especiales, como el tamaño del inmueble y las labores a realizar. Las actividades incluyen:

Solicitud del servicio.

Selección del servicio por parte del cliente

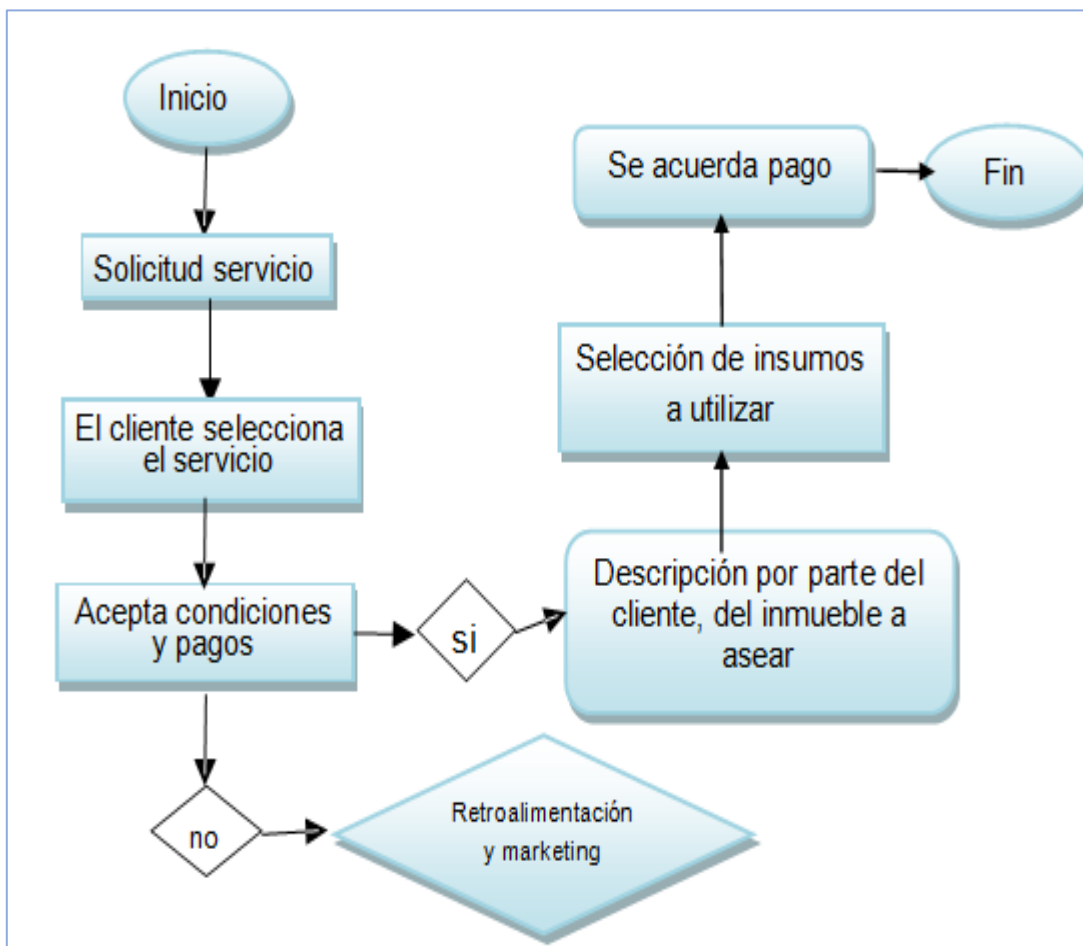
El cliente acepta las condiciones del servicio

El cliente toma el servicio

- Se toma nota de la descripción de los requerimientos y del inmueble
- Se sugieren los insumos
- Se contrata y se acuerda el pago

El cliente no toma el servicio. Si el cliente decide no tomar el servicio, se le sugieren varias opciones para un futuro.

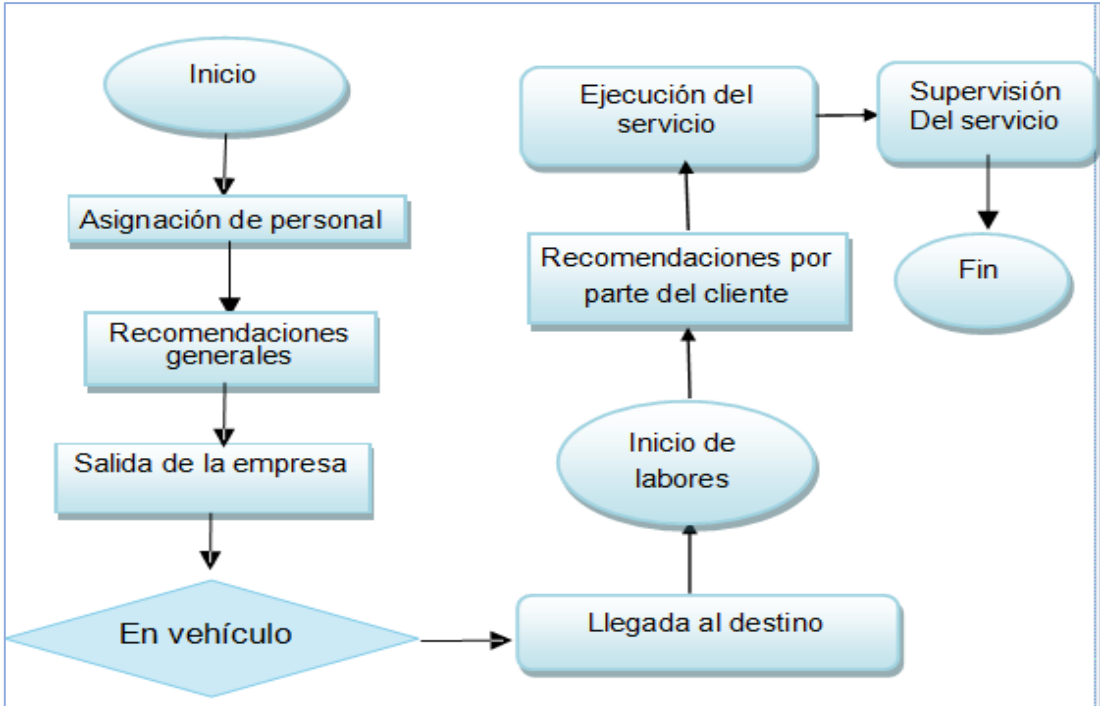
Figura 3. Diagrama de procesos contratación del servicio



En la prestación del servicio, por parte de la empresa, se tiene en cuenta que son inmuebles estándar, entre 50 y 100 metros cuadrados y que además el desplazamiento máximo en el municipio es aproximadamente 15 minutos, desde la empresa, hasta el destino, el horario laboral se tiene en cuenta para el empleado, mientras que, para el cliente el servicio tiene el mismo costo, así dure menos de las ocho horas diarias. La prestación del servicio de aseo, una vez contratado, incluyen las siguientes actividades:

- Se asigna el personal
- Se le hacen las recomendaciones de calidad y servicio al colaborador
- Salida de la empresa, generalmente en moto
- Llegada al destino
- Inicio de labores
- El cliente hace las recomendaciones y da las instrucciones del caso
- Se ejecutan todas las tareas y actividades contratadas
- Por último, se hace la verificación por parte de la empresa y del cliente del servicio

Figura 4. Diagrama de procesos prestación del servicio



3.2.3 Características del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Según los artículos 2.2.4.6.4. del Decreto 1072 de 2015, “el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua y que incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y la Salud en el trabajo (SST)”. (Comunicanco Salud, 2023)

Características generales del SG-SST, que la empresa debe adoptar:

1. El SG-SST debe ser liderado e implementado por el empleador o contratante.
2. Se requiere de la participación de los trabajadores y/o contratistas.
3. Su implementación debe garantizar la aplicación de las medidas de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST), el mejoramiento del comportamiento de los trabajadores, las condiciones y el medio ambiente laboral, y el control eficaz de los peligros y riesgos en el lugar de trabajo.
4. El empleador o contratante debe abordar la prevención de los accidentes y las enfermedades laborales, la protección y promoción de la salud de los trabajadores y/o contratistas, a través de la implementación, el mantenimiento y la mejora continua de un sistema de gestión cuyos principios están basados en el ciclo PHVA: Planificar – Hacer – Verificar – Actuar.

Además de las características generales anteriores, también se adoptarán las siguientes condiciones aplicadas especialmente para la empresa prestadora de servicio de aseo en los hogares, basados en el código de ética:

- Género: puede ser con una participación masculina del 30% y femenina del 70%, pudiendo variar, la idea es la inclusión de género.

- Edad: la edad promedio para los trabajadores estará en edades entre los 18 y 60 años, teniendo en cuenta el promedio de edad para iniciar a laborar y con el fin de garantizar una pensión, de acuerdo a lo establecido legalmente.
- Años de escolaridad: se incluirá a la empresa personal, con grado de bachiller, técnico, tecnólogo, profesional y demás estudios, de acuerdo a la labor y función que vaya a ocupar en la empresa. Sin embargo, para la empresa es importante, la constante capacitación en atención al cliente, en técnicas de uso de herramientas, en organización y finanzas, entre otras.
- Horas trabajadas: el promedio de horas laboradas es de máximo 47 horas semanales, según establecido por el gobierno nacional, a partir del 16 de julio de 2023, y sujeto a disposiciones laborales futuras.
- Descripción de oficios: una vez, contratado el personal, se les dará la inducción y se les entregará el manual de funciones de cada cargo.

Aspectos importantes que se deben tener en cuenta:

- Hacer una evaluación de riesgos que permita identificarlos y mitigarlos.
- Los operarios se capacitarán en las actividades que van a realizar. Se debe llevar registros de capacitación.
- Todo el personal de la empresa se capacitará en lo referente a:
 - Enfermedades transmisibles.
 - Aseo personal e higiene.
 - Comportamiento personal.
 - Manipulación de productos químicos, desinfectantes, limpiadores, etc.
 - Operación de equipos y herramientas
 - Manejo de extintores.
- La empresa tendrá un botiquín, un plan de primeros auxilios, una persona capacitada y dar a conocer las rutas de evacuación.

- La empresa velará por la seguridad del empleado, dotándolo de los elementos de protección personal necesarios para la labor a desempeñar, por ejemplo, gafas, guantes, botas, uniforme, tapabocas, entre otros.
- Se llevará el registro de entrega de EPP por cada operario.
- Se contará con servicios sanitarios y lavamanos en buen estado, limpios y que garanticen el acceso de los trabajadores a las instalaciones sanitarias.
- La empresa dentro de su estructura física, tendrá una cafetería, para el consumo de alimentos, bebidas, descanso y realizar las actividades no laborales, como dinámicas, juegos y charlas, entre otras.
- Habrá una programación para realizar chequeos de salud periódicos a los empleados.
- Se supervisará el porte de uniformes y demás elementos de seguridad, dentro de la empresa y durante la prestación del servicio.
- Los procedimientos en caso de accidente estarán claramente señalizados en ubicaciones accesibles y visibles, con un mapa de la empresa, que contenga la dirección, números de contacto y nombre, con el acceso fácil de un medio de comunicación y al lado una tarjeta actualizada de los números de celular o de teléfono relevantes (policía, ambulancia, hospital, bomberos, etc.).
- Se contará con documentos que contengan las instrucciones de seguridad, para el uso de materiales e insumos.
- Se tendrán en cuenta las fichas técnicas y de seguridad para la aplicación de un detergente o producto de aseo, no solo las que vienen como etiquetas, sino en una ficha para cada producto.

Para la implementación del SG-SST, se requiere de un profesional en el tema, que se haya capacitado y que esté certificado por el Ministerio de Protección social. El profesional hará el documento, el cual será socializado ante el personal, con el fin de dar a conocer las pautas y prevenciones para evitar riesgos laborales. Según cotización el valor de la implementación del SG-SST, oscila entre \$600.000 y \$800.000.

3.2.4 Análisis Ambiental. El análisis ambiental para la empresa prestadora del servicio de aseo y limpieza en los hogares, debe tener en cuenta todos los aspectos previos, durante y después de la ejecución del proyecto, concernientes al buen uso de los insumos y elementos de aseo, minimizando el impacto ambiental que pueda el uso de los detergentes, límpidos y demás líquidos. Un análisis ambiental para el presente proyecto está entre \$200.000 y \$300.000, dicho valor se difiere en la contabilidad de la empresa.

3.2.5 Recursos Clave. Los recursos necesarios para el desarrollo y ejecución del proyecto son físicos, financieros, intelectuales y humanos.

3.2.5.1 Talento humano. Para la prestación de servicios de aseo y limpieza, se requiere de personal idóneo y capacitado, tanto para el área operativa, como administrativa y de ventas. Para la puesta en marcha del proyecto se requiere de un administrador-Gerente, un asesor, cuatro operarios, secretaria-contadora.

Tabla 24. Mano de obra directa.

CARGO	PERFIL	N.º DE PUESTOS
Operarios	Personal de oficios generales, idóneo en el campo de aseo y limpieza, responsable y respetuoso	4

Tabla 25. Mano de obra indirecta

CARGO	PERFIL	N.º DE PUESTOS
Asesor comercial	Profesional con conocimientos en administración, ventas y servicios	1

Tabla 26. Nómina de administración y ventas

CARGO	PERFIL	N.º DE PUESTOS
Gerente (Administrador)	Profesional en administración de empresas, con capacita organizativa y de liderazgo.	1
Secretaria contadora	Con conocimientos administrativos, de secretaría y contables. Con responsabilidad y ética.	1

3.2.5.2 Infraestructura. La empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza, requiere de equipos de oficina, equipos de cómputo y comunicación, muebles y enseres, maquinaria y equipo e insumos. A continuación, en las tablas se relaciona cada uno de los requerimientos.

Tabla 27. Equipos de cómputo y comunicación

Detalle	Cantidad	Especificaciones
Computador	2	Dell Vostro Sff 3681 I3-10100 8gb 1tb Monitor 18,5 Pul Win10
Impresora	1	Impresora Hp M283fdw Láser Color Multifuncional
Calculadora- Sumadora	1	Calculadora Sumadora Casio Hr-100 Rc
Celulares	1	Xiaomi Redmi Note 10S Dual SIM 128 GB blanco 8 GB RAM

Tabla 28. Muebles y enseres

Activo	Cantidad	Especificaciones
Archivador por 4 gavetas	1	Archivador Metálico 4 Puestos
Escritorio Tipo Gerente	1	Doble cajonera con 1 cajón para carpetas. Elaborada con melanina decorativa de 15 mm.

Escritorio secretaria	1	Escritorio Ejecutivo Computador Secretarial Vidrio Of 33731
Mesa computador	1	Centro De Cómputo 70 Rta Color Wengue
Estantes	1	Metálico de 4 bases
Sillas ergonómicas	2	Silla Escritorio Gerencial Cromada
Sillas Rimax	6	Sillas plásticas Rimax
Papeleras	3	Papelera plástica Rimax
Extintor	1	De acuerdo a lo requerido legalmente
Botiquín de primeros auxilios	1	Con los medicamentos autorizados
Decoración	1	Global, cuadros, plantas y otros
Mesa cuadrada	2	Rimax

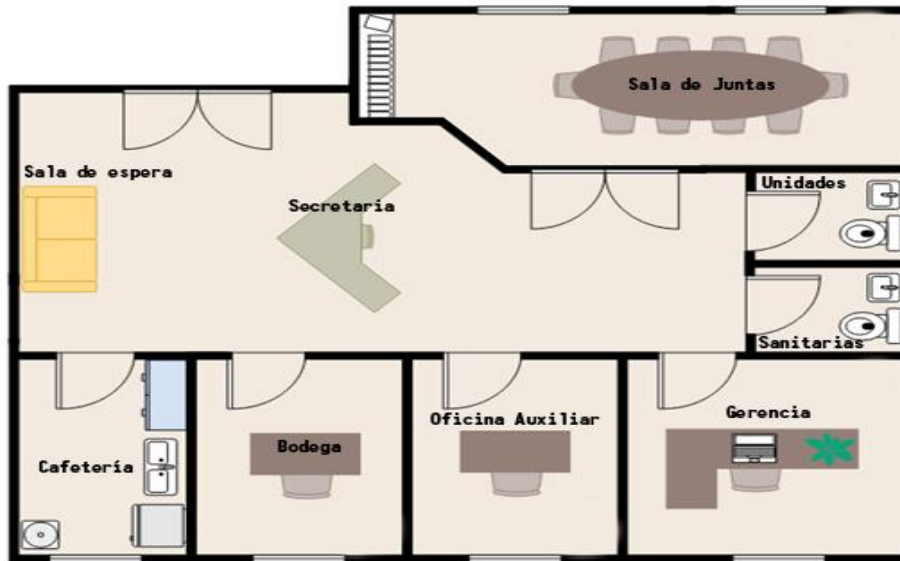
Tabla 29. Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Descripción
Aspiradora en seco	1	Karcher, Aspiradora en seco 1300 w con filtro de agua Modelo DS5800
Aspiradora en seco – húmedo	2	Electrolux, Aspiradora 1.5 Litros Spin Sin bolsa 1200W Morado
Brilladora	1	Dapac, Brilladora Industrial 20 Pulg

3.2.5.3 Materiales, insumos o mercancías. La empresa no requiere de un inventario de insumos o mercancía para la venta, a menos que el cliente lo requiera, sería para un mayor valor del servicio prestado.

3.2.6 Distribución de planta. La planta de la empresa, se compone de una oficina de aproximadamente 50 metros cuadrados, para la instalación de la parte administrativa, en la cual también habrá un espacio de bodega y otro para realizar reuniones al personal operativo y administrativo. Estará distribuida en oficina de gerencia, secretaria-recepción, una batería de dos baños, cafetería, bodega y una oficina auxiliar.

Figura 5. Plano de la empresa



La empresa está distribuida por los siguientes espacios, debidamente señalizados, separados y dotados del mobiliario necesario para iniciar sus operaciones, de tal manera que se puede identificar cada departamento:

- Sala de espera y secretaría. Es un salón de aproximadamente 18 metros cuadrados que conecta a las demás dependencias.
- Detrás y lateral se encuentra la sala de juntas, con un área de 8 metros cuadrados.
- Enseguida de la sala de juntas se encuentra la batería de baños, con un área de 4 metros cuadrados.
- A continuación, y por la parte derecha del inmueble está la oficina de gerencia, con un área de 6 metros cuadrados.
- Luego de la gerencia, se encuentra una oficina auxiliar de 6 metros cuadrados.
- Enseguida se encuentra la bodega, que es el espacio para guardar las herramientas para la prestación de los servicios y los insumos de uso de la empresa, cuenta con un área de 4 metros cuadrados.
- Por último, se encuentra la cafetería, espacio para descanso, alimentación, bebida y recreación, con un área de 4 metros cuadrados.

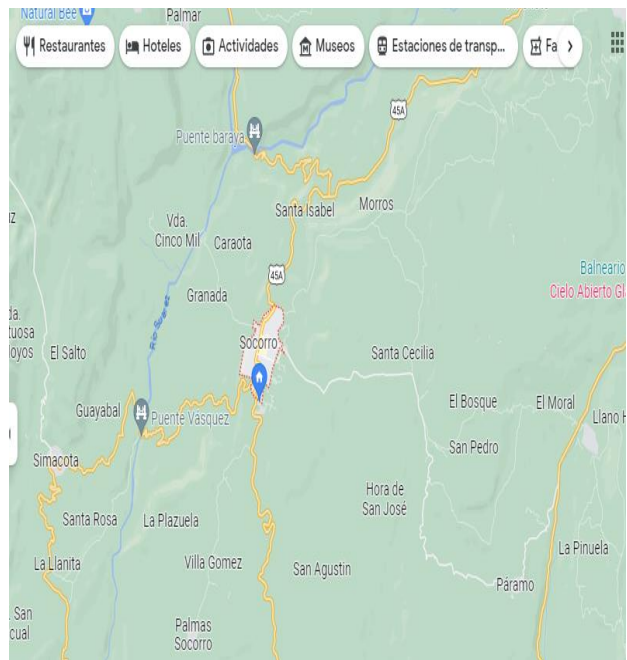
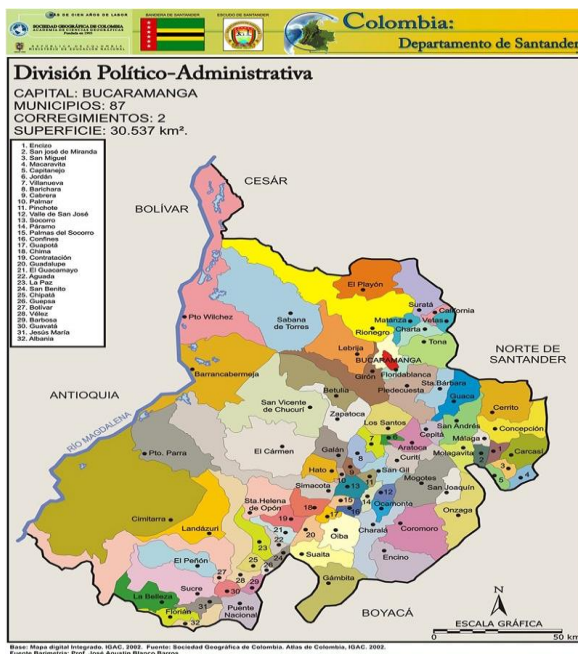
3.2.7 Localización.

3.2.7.1 Macro localización. El proyecto se desarrollará en el departamento de Santander, en el municipio de El Socorro, por los siguientes criterios:

La empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza está delimitada para operar en el sector urbano del municipio de El Socorro, Santander, por encontrarse ubicado en un punto estratégico, geográficamente con conexión con otros los municipios vecinos y además por ser la capital de provincia, donde su convergencia poblacional es mayor.

El municipio del socorro está ubicado en la cuenca montañosa del oriente, a 1230 msnm (metros sobre el nivel del mar), estratégicamente se encuentra en un clima cálido del trópico, su temperatura máxima alcanza los 33 °C y la mínima 11 °C, con un promedio de 24 °C. Su pluviosidad se acentúa entre los meses de abril y octubre.

Figura 6. Macro localización



Toda Colombia. (2019). *Municipios de Santander, División Política*. Obtenido de <https://acortar.link/eHBCcC>

3.2.7.2 Micro localización. Para la localización de la empresa se tuvo en cuenta 3 locales.

Se tuvo en cuenta cinco factores relevantes, como la necesidad de remodelación, al cual se le dio un porcentaje del 15%; área disponible que hace referencia a los espacios que presentan los inmuebles y que se ajusten a las necesidades, con un porcentaje del 25%; zona de parqueo, se le dio también el 15%, teniendo en cuenta que la mayoría será a través de la App, por lo cual no requiere tanto espacio disponible; por otra parte, el valor del canon de arrendamiento, factor clave para la decisión, se le dio un 15% y por último, la ubicación que es uno de los factores más importantes, al cual se le dio un 30%.

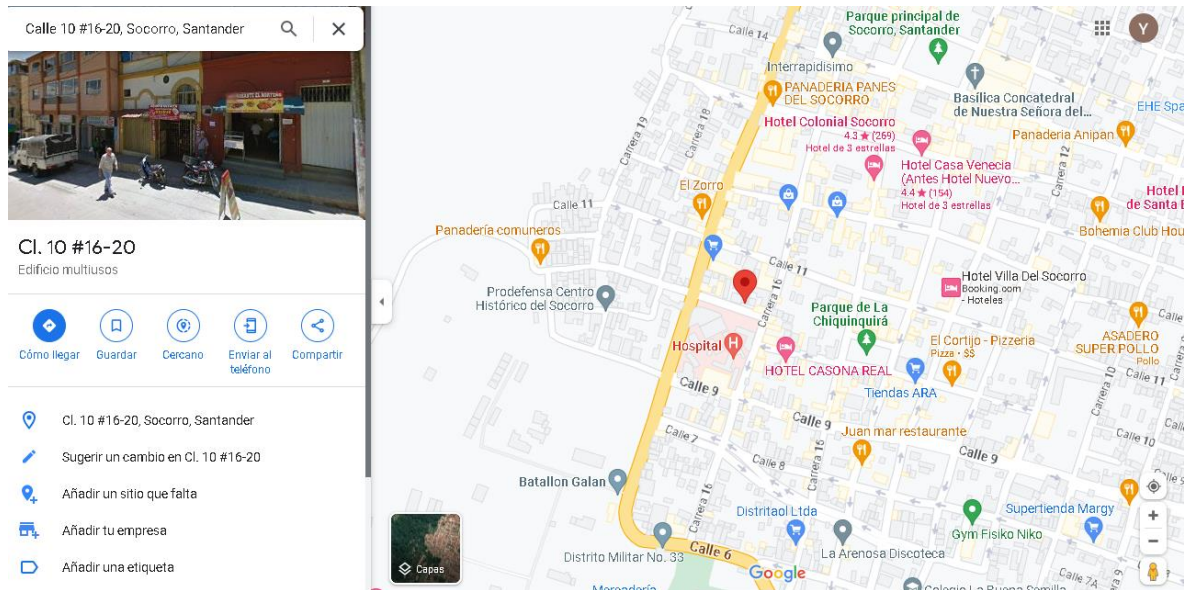
Para la calificación de cada uno de los inmuebles, se tuvo en cuenta un puntaje del 1 al 10, donde 1 es de menor importancia y 10 el de mayor, se asignó ese puntaje de manera aleatoria y por decisión propia.

Tabla 30. Ponderación localización de la empresa

CALIFICACIÓN				
FACTOR	PESO	Local Calle 13 13 48	Calle 10A 16 20	Calle 3 14 32
Necesidad de remodelación	15%	1,00	4,00	6,00
Área disponible	25%	6,00	10,00	4,00
Zona de parqueo	15%	1,00	6,00	2,00
Canon de arrendamiento	15%	6,00	4,00	8,00
Facilidad de acceso para clientes	30%	8,00	9,00	4,00
TOTALES	100%	5,1	7,30	4,60

De acuerdo a los factores anteriores y la ponderación en la calificación de 7,3, la empresa operará, en la oficina ubicada en la calle 10A No. 16 20.

Figura 7. Micro localización de la empresa.



Fuente. <https://acortar.link/fby6Gq>

3.2.8 Control de calidad. Para el control de calidad de los servicios de aseo prestados, será a través de plantillas que el cliente deberá diligenciar en el momento que recibió el servicio, con las opiniones, sugerencias, inquietudes y felicitaciones. Además, se hará seguimiento y control de todos los procesos de la empresa.

El control de calidad de la empresa se hará a través de cinco pasos, que incluye lo siguiente:

1. Analizar y estandarizar procesos, a través de los cuales se busca tener unos pasos claros que sean estándares, pero que también se puedan monitorear y revisar para poderlos corregir si es necesario.
2. Definir la mejor metodología de trabajo, a través de la matriz DOFA, para analizar interna y externamente la empresa y mirar los cambios que se pueden realizar.

3. Ofrecer capacitaciones. Es importante que cada vez que haya cambios organizacionales, actualizaciones y nuevos métodos de liderazgo y dirección, el personal se capacite para poder hablar en el mismo idioma, por tanto, se hace necesario ofrecer y brindar cursos y capacitaciones afines a sus funciones.

4. Adoptar una comunicación clara. Cuando se trata de control de calidad, las mejoras deben ser continuas. Entonces, es necesario adoptar una comunicación clara y eficaz con todos los profesionales y personal operativo implicados, para que sean conscientes de lo que se está haciendo y por qué. Una comunicación que vaya acompañada de elogiar las buenas y eficaces tareas.

5. Buscar siempre la satisfacción del cliente. El control de calidad tiene como principal objetivo garantizar la satisfacción del cliente. Así, una acción eficaz que se puede realizar durante el análisis y la mejora del proceso consiste precisamente en hablar con ellos.

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio. La capacidad de la empresa, prestando un servicio estandarizado, con una jornada laboral de ocho horas diarias, 47 horas semanales, con cuatro operarios, contando el desplazamiento de cada persona a la residencia a donde se va a prestar el servicio, inicialmente, cada operario prestaría dos servicios al día, cada uno de 4 horas o menos, en un inmueble estándar de un área entre 50 y 100 metros cuadrados, haciendo cualquiera de los tres paquetes que ofrecerá la empresa, es decir que serían 12 servicios por persona, equivalente a 48 servicios por semana realizados por los 4 operarios X 52 semanas, serían 2496 al año, con una proyección a 5 años, del 2.52%.

Tabla 31. Capacidad total diseñada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad diseñada	2496	2559	2623	2689	2757

3.3.2 Capacidad instalada. Se determina que la empresa está en capacidad de prestar el 95% de los servicios, sin excederse de las ocho horas diarias, legales vigentes, teniendo en cuenta que el trabajo se hará de lunes a sábado, en horarios diurnos, cumpliendo las 47 horas. Tal como lo muestra la siguiente tabla:

Tabla 32. Capacidad instalada

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad instalada	2,496	2,559	2,623	2,689	2,757
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	95%	95%	95%	95%	95%

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Inicialmente, la empresa de acuerdo a sus capacidades participará en el mercado con el 13,08% de los servicios ofrecidos en la capacidad instalada, en el área urbana del municipio de El Socorro.

Tabla 33. Capacidad utilizada y proyectada

Capacidad utilizada y proyectada	2,371	2,431	2,492	2,555	2,619
Porcentaje de Participación en el mercado	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Una vez elaborado el estudio de mercados y diseñado los requerimientos técnicos necesarios, es indispensable llevar a cabo la constitución y puesta en marcha de la empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza de los hogares del municipio de El Socorro, enmarcada en los términos legales y tributarios determinados por la ley, por tanto, se determinó conformar una empresa por Acciones Simplificadas, es una forma de asociación que tiene ventajas tributarias y accionarias para sus propietarios. Se iniciará con dos socios, con el mismo porcentaje de participación y abierta a las posibilidades de nuevos accionistas.

Una sociedad por acciones simplificadas, ha venido ganando importancia, desplazando a los demás tipos de sociedades, pues se pueden constituir con un solo socio. Es un tipo de empresa que ha evolucionado considerablemente dentro del ámbito económico de las sociedades empresariales, debido a que este tipo de Sociedad, la responsabilidad recae solamente por el monto de sus acciones; no requiere de revisor fiscal, pero si de un contador público independiente.

4.1.1 Constitución y formalización. La Sociedad por acciones simplificada, creada por la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008¹⁰ se constituye mediante contrato o acto unilateral que consta en documento privado ante Cámara de Comercio o Escritura Pública ante Notario. En el documento se define el nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas, el domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan, así como el capital autorizado, suscrito y pagado, la clase,

¹⁰ Cámara de Comercio de Cali, (2019). *Cómo crear empresa*. Obtenido de Sociedad por Acciones Simplificadas. <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>

número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse. La razón social será “Servi Hogar S.A.S.”

Los siguientes son los requisitos para constituir la empresa Servi Hogar S.A.S.:

- ✓ Nombre, documento de identidad, domicilio de los dos accionistas, donde residen, al igual que la razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”, o de las letras S.A.S.
- ✓ El domicilio principal de la sociedad y el de sus sucursales, en el caso de que tengan.
- ✓ El término de duración, que inicialmente será por término indefinido.
- ✓ Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. La sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- ✓ El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas, que tendrán una participación del 50%, por cada socio y será en efectivo.
- ✓ Será administrado por uno de los dos socios, en los primeros dos años, quien hará el papel de representante legal, para el segundo año, el otro socio, será el administrador y representante legal, y así sucesivamente, estando a consideración del cambio de políticas administrativas o la inclusión de nuevos socios.

Además, la empresa hará los siguientes trámites y procesos:

- Gestiones comerciales y tributarias. Las cuales se harán ante la cámara de comercio, notaría e industria y comercio. Para lo cual es necesario:

- Reunir los socios para la constitución de la Empresa por Acciones Simplificadas.
- Realizar el estudio de nombre o sinonimia, para ello se hace en el enlace www.sintramite.com, con el fin de verificar la autenticidad del nombre elegido.

- En esa primera reunión, también se elaborará el acta No. 1, que es el acta de constitución
- Matricular e inscribir la empresa en la Cámara de Comercio
- Trámite del Rut, el cual se hace dentro del mismo proceso que se hace en la cámara de comercio, allí se obtiene número de identificación tributaria (NIT), el cual es necesario para identificarse en el desarrollo de las actividades comerciales.
- Registrar los libros de registro de socios o accionistas, y los de actas de asamblea y juntas de socios
- Trámite ante la Dian de la facturación electrónica y contratación del proveedor electrónico.
- Por último, la legalización de la empresa y pago de registro mercantil.

- Gestiones de funcionamiento, licencias especiales. Para el funcionamiento se debe gestionar ante planeación municipal el permiso de suelo, licencia sanitaria, Sayco y Acimpro. Teniendo todos los permisos se procede a tramitar y a cancelar industria y comercio.

- Gestiones de seguridad laboral: EPS, ARS, Pensiones y cesantías y programas de seguridad industrial. Estos trámites los hace la misma empresa, a través de cada entidad. El porcentaje total de aportes a salud es del 4%, del salario devengado por el trabajador. El porcentaje de aportes al fondo de pensiones es del 16%, de los cuales el empleador asume el 12% y el empleado el 4%, valores deducibles de la nómina mensual.

para lo cual son los siguientes procesos:

- Afiliación a la aseguradora de riesgos profesionales. Una vez elegida la ARP, se llena una solicitud de vinculación de la empresa al Sistema General de Riesgos Profesionales.
- Régimen de seguridad social en salud. Se realiza la respectiva afiliación a la Entidad Promotora de Salud (EPS) a todos los trabajadores, quienes podrán elegir libremente a la entidad desean vincularse, que se encuentre prestando los servicios en el municipio.

- Afiliación al fondo de pensiones y cesantías. La empresa afiliará a sus empleados al Fondo de Pensiones, en el cual el trabajador podrá elegir.
- Aportes parafiscales. Todo empleador está obligado a afiliar a sus empleados a una Caja de Compensación Familiar, con el fin de garantizarle el subsidio familiar.

La provisión para las Cajas de Compensación Familiar es del 4%, sobre el salario mensual. El aporte del SENA y ICBF, no hacen parte de la nómina, con la creación del impuesto CREE¹¹, el cual fue creado a partir del 1 de enero de 2013 como aporte de las sociedades y personas jurídicas y asimiladas en beneficio de los trabajadores, la generación de empleo y la inversión social en los términos de la ley 1607 DE 2012, que a partir del 2015, la tarifa es del 8 %, que se distribuirá así: 2.2 puntos se destinarán al ICBF, 1.4 puntos al SENA y 4.4 puntos al sistema de seguridad social en salud.

- Cargas Prestacionales. Son a cargo del empleador y se debe hacer la provisión mensual de acuerdo a los siguientes porcentajes:

- Cesantías 8.33%
- Prima de servicios 8.33%
- Vacaciones 4.17%
- Intereses sobre las Cesantías 1% mensual

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión. SERVI HOGAR SAS, contribuirá a mejorar la calidad de vida de las personas que integran el hogar, en un ambiente sano, tranquilo y armónico, dentro de los estándares del buen servicio e integridad personal. Además, intervendrá en el mejoramiento del formalismo laboral y al progreso socio – económico del municipio de El Socorro.

¹¹ Impuesto sobre la renta para la equidad

4.2.2 Visión. Ser una empresa competitiva a nivel local y nacional, generando progreso económico al municipio de El Socorro, con los estándares de calidad y buen servicio; integrando a los clientes, dentro de un sistema estratégico de coordinación para satisfacer las necesidades de cada una de las partes del proceso. La empresa se encuentra comprometida con un ambiente limpio y armónico, siempre dando mayor valor al servicio.

4.2.3 Valores Corporativos.

Objetivos empresariales

- ✓ Formar un equipo de trabajo comprometido, idóneo y responsable en sus labores
- ✓ Dar capacitación al personal involucrado
- ✓ Mantener un ambiente sano y propicio para el desarrollo de las actividades
- ✓ Identificar el mercado objetivo y potencial
- ✓ Prestar el servicio con la mejor calidad y con valor agregado
- ✓ Crear una cultura de servicio al cliente
- ✓ Crear políticas estratégicas que le permitan mantenerse en el mercado

Principios corporativos

Orientación al cliente: Para la empresa, el servicio al cliente será la condición del progreso y desarrollo, centrando sus procesos y procedimientos en él.

Trabajo en equipo: El trabajo en equipo fortalece las relaciones en torno a propósitos encaminados hacia un mismo fin, aumenta la capacidad creativa, productiva y la calidad de su trabajo. Crea un clima de armonía en las relaciones interpersonales, haciendo posible la autoevaluación y optimizando los resultados.

Servicio con calidad: En la organización, la calidad es un compromiso personal que se consolida en equipo, en busca de la excelencia en la prestación de sus servicios, brindados en forma integral y oportuna, con accesibilidad y continuidad en sus procesos. Orientar el quehacer a satisfacer las expectativas del cliente, sobre bases técnico-científicas y humanas, fundamentados en valores como la lealtad, la competencia sana, la honestidad, el respeto mutuo y el progreso.

Mejoramiento continuo: La empresa aplica todos los procedimientos técnicos e instrumentos gerenciales y productivos que le permitan responder oportunamente a los cambios del entorno, contando con un personal comprometido en la búsqueda de resultados excelentes en su gestión, mediante el cumplimiento de sus deberes con competencia, diligencia y calidad.

Eficacia: La empresa realiza sus actividades mediante una adecuada planificación, orientada a alcanzar el logro de los resultados esperados.

Eficiencia: La empresa da la mejor utilización a los recursos administrativos, técnicos y financieros disponibles, para que los procesos sean logrados adecuada, oportuna y suficientemente.

Políticas organizacionales

- **Políticas de calidad:**

- ✓ Cumplir y superar las expectativas de los clientes más exigentes, así como las normativas y especificaciones legales.
- ✓ Alcanzar los estándares más altos de calidad mediante la instauración de un sólido sistema de Gestión de Calidad.
- ✓ Dominar los procesos asegurando la calidad de los servicios.
- ✓ Identificar los puntos críticos de los procesos para asegurar la buena prestación del servicio.
- ✓ Aspirar a la mejora continua, apoyados por el seguimiento de indicadores de calidad y la permanente cualificación del proceso y personal.

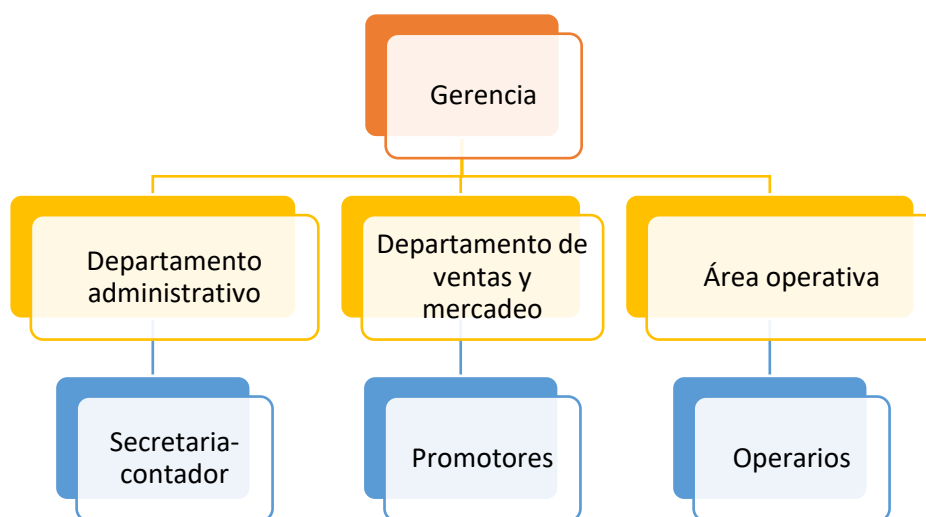
- **Política de seguridad laboral:**

- ✓ El recurso más valioso de cualquier empresa, son los recursos humanos, por ello, mantener la seguridad e higiene durante las operaciones es una condición indiscutible para su realización. Se debe mantener una gestión sólida en Seguridad e Higiene trabajando permanentemente en capacitaciones y en detección, medición y eliminación de riesgos. Además, garantizar la formalidad del personal, garantizándole seguridad social y las prestaciones de ley.

- **Política de recursos humanos:**

- ✓ Buscar y fomentar el desarrollo individual de los colaboradores transformando sus iniciativas en un proyecto de crecimiento institucional.
- ✓ Identificar las necesidades de capacitación a fin de elaborar planes estructurados para su realización.
- ✓ Establecer normas de convivencia que aseguren un trato amable entre los colaboradores en sus diferentes niveles jerárquicos.
- ✓ Elaborar actividades extra curriculares y eventos que fortalezcan los lazos entre los colaboradores.
- ✓ Transformar cada ámbito de trabajo en ambiente familiar, agradable, cálido y lleno de oportunidades de desarrollo personal y profesional.
- ✓ Agradecer continuamente el esfuerzo brindado por los colaboradores destacando su desempeño y compromiso con los objetivos la organización.
- ✓ Realizar mediciones periódicas de desempeño del personal desarrollando indicadores de crecimiento a fin de detectando necesidades de capacitación y perfiles sobresalientes.
- ✓ Generar procesos de reclutamiento y selección de personal, transparente y efectiva, que permitan contratar al personal idóneo para cada puesto.
- ✓ Elaborar un listado de políticas de venta con el fin de incentivar al cliente en la compra de los productos y aumentar la productividad.

4.2.4 Organigrama.



4.2.5 Asignación salarial. Inicialmente, se contratará un gerente-administrador que tendrá una asignación salarial de \$1.300.000, cuatro operarios y una secretaria, a quienes se les asignará el SMLV, más prestaciones de ley. El recurso humano tendrá contratos a término fijo, menos el asesor comercial, que tendrá un contrato por prestación de servicios. Como se puede observar el gerente tiene un salario más alto por tratarse de un cargo de mayor responsabilidad con la empresa. La asignación salarial es con base en la vigencia del SMLV 2023. En el cuadro 1, se encuentra resumido, la asignación salarial de cada uno de los colaboradores.

Cuadro 1. Asignación Salarial

Cargo	Asignación salarial	Sub. de transporte	Área	Tipo de contrato	No. puestos
Gerente-Administrador	\$1.300.000	140.606	Administrativa	Término fijo	1
Operarios	\$1.160.000	140.606	Operativa	Término fijo	4
Secretaria	\$1.160.000	140.606	Administrativa	Término fijo	1
Asesor comercial	\$600.000	0	Comercial	Prestación de servicios	1

La empresa provisionará para dotación de uniformes, botas, guantes y gorros, el 5% sobre el salario mensual.

La carga prestacional está determinada por las prestaciones a que el empleado tiene derecho, sin embargo, como se mencionó anteriormente, este tipo de empresas están exentas del pago de ICBF, SENA y Salud, debido a que el Gobierno creó el Impuesto para la Equidad –CREE, que es el mismo porcentaje que se les descuenta por nómina, pero es un impuesto que grava las utilidades de la empresa¹²

Cuadro 2. Carga prestacional.

Carga Prestacional	
Cesantías	8,33%
Intereses cesantías	1%
Prima de servicios	8,33%
Vacaciones	4,17%
Caja de Compensación	4%
Aporte pensión	12%
Riesgos profesionales	0,522%
Dotación	5%
Factor prestacional	43,35%

¹² http://www.dian.gov.co/descargas/micrositio/cree/Cartilla_CREE.pdf

5. ESTUDIO FINANCIERO

De acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercados y el estudio técnico, se elabora el estudio financiero, en el cual se efectúan los cálculos necesarios para determinar cuál es el monto de los recursos económicos para la realización del proyecto, así como los indicadores que suministren la información básica para la parte la evaluación financiera y económica.

El estudio financiero comprende tres etapas: la primera, la instalación o ejecución, donde se hace la mayor inversión; La etapa de operación, donde se genera los costos y se producen los ingresos a través de los servicios prestados y la tercera etapa es la terminación del proyecto donde se debe alcanzar los objetivos trazados en orden financiero, económico o social. La duración de cada etapa está determinada por la eficiencia, la fácil consecución de los recursos y el tamaño del proyecto.

La instalación de la empresa está proyectada a una vida útil de cinco años, tiempo en el cual se espera recuperar la inversión. Las inversiones realizadas al inicio se clasifican en inversiones fijas, inversiones diferidas y capital de trabajo.

5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

Incluye todos los activos que se requieren para adecuar el terreno y la parte operativa y administrativa para el inicio de las actividades. Esta inversión comprende los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

5.1.1 Inversión Fija. Las inversiones fijas son aquellas que se realizan en bienes tangibles, sirven para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización por parte de la empresa, se adquieren para utilizarse durante la vida útil del proyecto.

Para la empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza en los hogares, se requiere de la adecuación de un local, para la parte administrativa y de ventas, maquinaria y equipo, herramientas, muebles y enseres. Los demás activos fijos, están sujetos a depreciación, por que pierden valor en el tiempo, los cuales tendrán una depreciación a 5 años, en línea recta, según vida útil del proyecto. Los activos fijos requeridos son los siguientes:

5.1.1.1 Maquinaria y equipo. Por tratarse de la prestación de un servicio en el que se ocupará la mano de obra en su mayoría, la maquinaria y equipo es poca, sin embargo, la que se va a utilizar es de alta tecnología y con los mejores estándares de calidad, para garantizar buen funcionamiento durante la vida útil del proyecto.

El total de maquinaria y equipo es de \$6.545.000 y está sujeto a depreciación.

Tabla 34. Maquinaria y equipo

Activo	Cantidad	valor unitario	valor total	depreciación anual
Aspiradora en seco	1	\$ 1,915,000	\$ 1,915,000	\$ 383,000
Aspiradora en seco – húmedo	2	\$ 1,250,000	\$ 2,500,000	\$ 500,000
Brilladora	1	\$ 2,130,000	\$ 2,130,000	\$ 426,000
TOTALES			\$ 6,545,000	\$ 1,309,000

Fuente: Mercado Libre

5.1.1.2 Muebles y enseres. Los muebles y enseres son aquellos elementos necesarios para la dotación e instalación de la oficina y para el manejo administrativo de la empresa.

Están sujetos a depreciación y se relacionados en la tabla 30, los cuales suman un valor de \$4.484.000.

Tabla 35. Muebles y enseres

Activo	Cantidad	valor unitario	valor total	depreciación anual
Archivador por 4 gavetas	1	\$ 1.050.000	\$ 1.050.000	\$ 210.000
Escritorio Tipo Gerente	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 300.000
Escritorio secretaria	1	\$ 550.000	\$ 550.000	\$ 110.000
Mesa computador	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 50.000
Estantes	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 50.000
Sillas ergonómicas	2	\$ 220.000	\$ 440.000	\$ 88.000
Sillas Rimax	6	\$ 40.000	\$ 240.000	\$ 48.000
Papeleras	3	\$ 18.000	\$ 54.000	\$ 10.800
Extintor	1	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 16.000
Botiquín primeros auxilios	1	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 12.000
Decoración	1	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 40.000
Mesa cuadrada	2	\$ 70.000	\$ 140.000	\$ 28.000
TOTALES			\$ 4.484.000	\$ 896.800

Fuente: Mercado Libre y Home Center

5.1.1.3 Equipo de cómputo y comunicaciones. Es la inversión que debe hacer la empresa para el almacenamiento de la información, el mercadeo, publicidad, contactar los clientes y realizar las funciones de control y administración. La inversión de este rubro asciende a la suma de \$7.260.000 y está relacionado en la tabla 31.

Tabla 36. Equipo de cómputo y comunicaciones

Activo	Cantidad	valor unitario	valor total	depreciación anual
Computador	2	\$ 1,605,000	\$ 3,210,000	\$ 642,000
Impresora	1	\$ 1,190,000	\$ 1,190,000	\$ 238,000
Calculadora- Sumadora	1	\$ 160,000	\$ 160,000	\$ 32,000
Celulares	1	\$ 832,000	\$ 832,000	\$ 166,400
TOTALES			\$ 5,392,000	\$ 1,078,400

Fuente: Mercado Libre

5.1.1.4 Total Inversión fija. El total de la inversión fija se resume a continuación:

Tabla 37. Total, inversión fija

Activo	valor total
Equipo de computación y comunicación	\$ 5.392.000
Maquinaria y equipo	\$ 6.545.000
Muebles y enseres operativos	\$ 4.484.000
TOTAL, INVERSIÓN FIJA	\$ 16.421.000

5.1.2 Inversión diferida. Las inversiones en activos diferidos están constituidas por los bienes tangibles o inmateriales, son servicios o derechos adquiridos previos a la ejecución del proyecto y no están sujetos a desgaste físico; tales como estudios técnicos, económicos y jurídicos. Los gastos de organización, patentes, gastos de montaje, adecuación de la oficina, lanzamientos de los servicios y puesta en marcha.

Además, los gastos por capacitación y entrenamiento de personal. Para efectos tributarios, este tipo de inversión se amortiza en 5 años teniendo como nombre amortización de activo intangible.

5.1.2.1 Estudios económicos y ambientales. Los estudios económicos y ambientales se refieren a las asesorías para ejecutar y poner en funcionamiento el proyecto, incluye las licencias y la asesoría profesional para la elaboración del proyecto y estudio de viabilidad del mismo.

5.1.2.2 Gastos de organización. La empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza en los hogares, requiere para iniciar operaciones, los trámites, licencias y patentes, ante la cámara de comercio, permisos ante planeación municipal, diseño e implementación del SG-SST y trámites ante la DIAN, además de los gastos de vinculación laboral de los trabajadores.

5.1.2.3 Gastos de Montaje. Los gastos de montaje incluyen la instalación de equipos y capacitación en manejo.

5.1.2.4 Capacitación. Se requiere de la capacitación en servicio al cliente, en la prestación del servicio, la postventa del servicio y el manejo de las herramientas y maquinas que se van a utilizar.

5.1.2.5 Instalación y puesta en marcha. Para el lanzamiento de la empresa e iniciación de operaciones se requiere de un rubro para publicidad y promoción de los productos ofrecidos a través de medios radiales, televisivos, volantes, tarjetas de presentación y la logística de la inauguración con el fin de dar a conocer al mercado una alternativa diferente y novedosa.

5.1.2.6 Adecuación de la oficina. Para iniciar operaciones, la empresa tomará en arriendo un local, el cual requiere de algunos arreglos y adecuaciones, como es la delimitación de áreas, señalización, revisión de instalaciones eléctricas y pintura con los colores que identifican la empresa.

Para la adecuación, revisión e identificación de la empresa, se requiere mano de obra y algunos materiales, por un valor \$400.000=.

Tabla 38. Adecuación de la oficina

Detalle de obra	Cantidad	V/r unitario a todo costo	Valor total
Revisión de instalaciones eléctricas	Global	100.000	100.000
Adecuación de sitio para guardar maquinaria y equipo, útiles de aseo y Vestier.	Global	\$50.000	\$50.000
Pintura de una pared	Global	100.000	100.000
Señalización con normas de bioseguridad	Global	150.000	150.000
VALOR TOTAL			\$400.000

5.1.2.7 Total inversión activos diferidos. Activos diferidos, descritos anteriormente, que incluye el concepto y los valores totales necesarios para la puesta en marcha del proyecto. En la tabla 35, se registra el resumen de todos los activos diferidos.

Tabla 39. Total, inversión activos diferidos

Concepto	valor
Estudio de Factibilidad	\$ 1.600.000
Licencia de funcionamiento	\$ 350.000
Escritura de Constitución	\$ 1.600.000
Diseño del SG-SST	\$ 600.000
Software contable	\$ 2.600.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 400.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 1.640.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 300.000
Diseño del sitio web	\$ 360.000
Diseño de tienda virtual	\$ 300.000
TOTAL, INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 9.450.000
Amortización anual	\$ 1.890.000
Amortización mensual	\$ 157.500

5.2 COSTOS Y GASTOS

Los costos y gastos pueden ser fijos y variables, son los que determinan el precio unitario del producto elaborado.

5.2.1 Costos de prestación del servicio o costos de comercialización.

5.2.1.1 Costos fijos. Los costos fijos para el presente proyecto, solo hace parte, la depreciación operativa y el servicio de transporte, teniendo en cuenta que es un servicio que se va a prestar y no requiere de materia prima, ni insumos, etc.

Tabla 40. Costos fijos

Concepto	Valor Mes	Valor Año
Depreciación operativa	\$ 183,817	\$ 2,205,800
MOD	\$ 7,336,864	\$ 88,042,368
TOTALES	\$ 7,520,681	\$ 90,248,168

5.2.1.2 Costos variables. son los costos que varían de acuerdo con los cambios en los niveles de actividad, están relacionados con el número de servicios vendidos, número de servicios realizados y los Costos Fijos: son costos que no están afectados por las variaciones en los niveles de actividad, por ejemplo, arriendos, mano de obra, depreciación, seguros, etc.

Tabla 41. Costos variables

Concepto	Valor Mes	Valor Año
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 45,954	\$ 551,450
Totales	\$ 45,954	\$ 551,450

5.2.1.3 Costos totales. Es la suma de los costos variables y costos fijos, tal como está representado en la siguiente tabla.

Tabla 42. Costos totales

Concepto	valor mes	valor año
Costos fijos	\$ 7,520,681	\$ 90,248,168
Costos variables	\$ 45,954	\$ 551,450
TOTALES	\$ 7,566,635	\$ 90,799,618

5.2.2 Gastos de administración y ventas. Se causan para facilitar las condiciones organizacionales y administrativas que requiere la actividad de producción del servicio. Consta del sueldo del administrador, la secretaria y el contrato con el asesor comercial, que es de \$600.000. Para el administrador, se estima un salario de \$1.300.000. Para la

secretaria – auxiliar contable tiene una asignación salarial de un SMLV más prestaciones de ley.

Tabla 43. Nómina administrativa

Cargo	Porcentaje	Gerente	Secretaria
SUELDO		\$ 1.300.000	\$ 1.160.000
SUB.TRANSP		\$ 140.606	\$ 140.606
Cesantías	8,333%	\$ 120.046	\$ 108.379
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 14.406	\$ 13.006
Prima de servicios	8,333%	\$ 120.046	\$ 108.379
Vacaciones	4,167%	\$ 60.023	\$ 54.190
Salud		\$ 0	\$ 0
Pensión	12,000%	\$ 156.000	\$ 139.200
ARL	0,500%	\$ 6.500	\$ 5.800
SENA		\$ 0	\$ 0
ICBF		\$ 0	\$ 0
Caja de compensación	4,000%	\$ 52.000	\$ 46.400
Dotación	5,000%	\$ 65.000	\$ 58.000
SALARIO REAL		\$ 2.034.626	\$ 1.833.961
Nº DE PUESTOS		1	1
Costo Total Nómina		\$ 24.415.516	\$ 22.007.530

5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas. En este campo se incluye los gastos de administración como: útiles de oficina, costos de servicios como el teléfono, arrendamiento, servicios, entre otros.

Tabla 44. Gastos fijos de administración y ventas

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa	\$ 3,868,587	\$ 46,423,045
Arriendo	\$ 600,000	\$ 7,200,000
Acueducto	\$ 50,000	\$ 600,000
Energía	\$ 50,000	\$ 600,000
Gas	\$ 12,000	\$ 144,000
Teléfono	\$ 48,000	\$ 576,000
Internet	\$ 60,000	\$ 720,000
Mantenimiento del sitio web o tienda virtual	\$ 20,000	\$ 240,000
Publicidad operativa	\$ 142,000	\$ 1,704,000
Papelería	\$ 20,000	\$ 240,000
Cafetería	\$ 10,000	\$ 120,000
Mitigación impacto ambiental	\$ 600,000	\$ 7,200,000
Matrícula mercantil	\$ 40,000	\$ 480,000
Amortización de diferidos	\$ 157,500	\$ 1,890,000
Depreciaciones administrativas	\$ 89,867	\$ 1,078,400
TOTALES	\$ 5,767,954	\$ 69,215,445

5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas. Los gastos variables hacen relación al asesor comercial, la persona encargada del mercadeo, publicidad y promoción, a través de redes sociales, quien tendrá un contrato por prestación de servicios.

Tabla 45. Gastos variables de administración y ventas

Concepto	valor mensual	valor anual
Nómina de ventas	\$ 600.000	\$ 7.200.000
TOTALES	\$ 600.000	\$ 7.200.000

5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas.

Tabla 46. Gastos totales de administración y ventas

Concepto	valor mensual	valor anual
Gastos fijos	\$ 5,767,954	\$ 69,215,445
Gastos variables	\$ 600,000	\$ 7,200,000
Total	\$ 6,367,954	\$ 76,415,445

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Periodo de capital de trabajo. Es el efectivo que se requiere para cubrir un primer ciclo económico de la empresa, para el cual se determinó un periodo de 3 meses, para tener capital de trabajo y ser solvente, sin recurrir a otras fuentes de ingresos.

5.3.2 Estructura del crédito. La empresa tramitará un crédito ante el Banco Agrario, por \$40.000.000, con un interés del 2,17% efectivo mensual, 29,38% efectivo anual, con periodos mensuales de pago en capital e intereses en forma vencida. El crédito será por la línea microcrédito empresarial, por ser crédito subsidiado por el gobierno y se pagará unos intereses más bajos frente a las demás entidades crediticias del municipio de El Socorro.

5.3.2.1 Amortización del crédito. A continuación, la amortización del crédito

Tabla 47. Amortización del crédito

Amortización de crédito Banco Agrario				
Préstamo	\$ 40.000.000	Interés mensual		2,17%
Periodo	60	Valor cuota mensual		1.198.566
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 330.566	\$ 868.000	\$ 1.198.566	\$ 39.669.434
2	\$ 337.739	\$ 860.827	\$ 1.198.566	\$ 39.331.695
3	\$ 345.068	\$ 853.498	\$ 1.198.566	\$ 38.986.627

4	\$ 352.556	\$ 846.010	\$ 1.198.566	\$ 38.634.071
5	\$ 360.207	\$ 838.359	\$ 1.198.566	\$ 38.273.864
6	\$ 368.023	\$ 830.543	\$ 1.198.566	\$ 37.905.841
7	\$ 376.009	\$ 822.557	\$ 1.198.566	\$ 37.529.832
8	\$ 384.169	\$ 814.397	\$ 1.198.566	\$ 37.145.663
9	\$ 392.505	\$ 806.061	\$ 1.198.566	\$ 36.753.158
10	\$ 401.022	\$ 797.544	\$ 1.198.566	\$ 36.352.136
11	\$ 409.725	\$ 788.841	\$ 1.198.566	\$ 35.942.411
12	\$ 418.616	\$ 779.950	\$ 1.198.566	\$ 35.523.795
	\$ 4.476.205	\$ 9.906.587	\$ 14.382.792	
13	\$ 427.700	\$ 770.866	\$ 1.198.566	\$ 35.096.095
14	\$ 436.981	\$ 761.585	\$ 1.198.566	\$ 34.659.114
15	\$ 446.463	\$ 752.103	\$ 1.198.566	\$ 34.212.651
16	\$ 456.151	\$ 742.415	\$ 1.198.566	\$ 33.756.500
17	\$ 466.050	\$ 732.516	\$ 1.198.566	\$ 33.290.450
18	\$ 476.163	\$ 722.403	\$ 1.198.566	\$ 32.814.287
19	\$ 486.496	\$ 712.070	\$ 1.198.566	\$ 32.327.791
20	\$ 497.053	\$ 701.513	\$ 1.198.566	\$ 31.830.738
21	\$ 507.839	\$ 690.727	\$ 1.198.566	\$ 31.322.899
22	\$ 518.859	\$ 679.707	\$ 1.198.566	\$ 30.804.040
23	\$ 530.118	\$ 668.448	\$ 1.198.566	\$ 30.273.922
24	\$ 541.622	\$ 656.944	\$ 1.198.566	\$ 29.732.300
	\$ 5.791.495	\$ 8.591.297	\$ 14.382.792	
25	\$ 553.375	\$ 645.191	\$ 1.198.566	\$ 29.178.925
26	\$ 565.383	\$ 633.183	\$ 1.198.566	\$ 28.613.542
27	\$ 577.652	\$ 620.914	\$ 1.198.566	\$ 28.035.890
28	\$ 590.187	\$ 608.379	\$ 1.198.566	\$ 27.445.703
29	\$ 602.994	\$ 595.572	\$ 1.198.566	\$ 26.842.709
30	\$ 616.079	\$ 582.487	\$ 1.198.566	\$ 26.226.630
31	\$ 629.448	\$ 569.118	\$ 1.198.566	\$ 25.597.182
32	\$ 643.107	\$ 555.459	\$ 1.198.566	\$ 24.954.075
33	\$ 657.063	\$ 541.503	\$ 1.198.566	\$ 24.297.012
34	\$ 671.321	\$ 527.245	\$ 1.198.566	\$ 23.625.691
35	\$ 685.889	\$ 512.677	\$ 1.198.566	\$ 22.939.802
36	\$ 700.772	\$ 497.794	\$ 1.198.566	\$ 22.239.030

	\$ 7.493.270	\$ 6.889.522	\$ 14.382.792	
37	\$ 715.979	\$ 482.587	\$ 1.198.566	\$ 21.523.051
38	\$ 731.516	\$ 467.050	\$ 1.198.566	\$ 20.791.535
39	\$ 747.390	\$ 451.176	\$ 1.198.566	\$ 20.044.145
40	\$ 763.608	\$ 434.958	\$ 1.198.566	\$ 19.280.537
41	\$ 780.178	\$ 418.388	\$ 1.198.566	\$ 18.500.359
42	\$ 797.108	\$ 401.458	\$ 1.198.566	\$ 17.703.251
43	\$ 814.405	\$ 384.161	\$ 1.198.566	\$ 16.888.846
44	\$ 832.078	\$ 366.488	\$ 1.198.566	\$ 16.056.768
45	\$ 850.134	\$ 348.432	\$ 1.198.566	\$ 15.206.634
46	\$ 868.582	\$ 329.984	\$ 1.198.566	\$ 14.338.052
47	\$ 887.430	\$ 311.136	\$ 1.198.566	\$ 13.450.622
48	\$ 906.688	\$ 291.878	\$ 1.198.566	\$ 12.543.934
	\$ 9.695.096	\$ 4.687.696	\$ 14.382.792	
49	\$ 926.363	\$ 272.203	\$ 1.198.566	\$ 11.617.571
50	\$ 946.465	\$ 252.101	\$ 1.198.566	\$ 10.671.106
51	\$ 967.003	\$ 231.563	\$ 1.198.566	\$ 9.704.103
52	\$ 987.987	\$ 210.579	\$ 1.198.566	\$ 8.716.116
53	\$ 1.009.426	\$ 189.140	\$ 1.198.566	\$ 7.706.690
54	\$ 1.031.331	\$ 167.235	\$ 1.198.566	\$ 6.675.359
55	\$ 1.053.711	\$ 144.855	\$ 1.198.566	\$ 5.621.648
56	\$ 1.076.576	\$ 121.990	\$ 1.198.566	\$ 4.545.072
57	\$ 1.099.938	\$ 98.628	\$ 1.198.566	\$ 3.445.134
58	\$ 1.123.807	\$ 74.759	\$ 1.198.566	\$ 2.321.327
59	\$ 1.148.193	\$ 50.373	\$ 1.198.566	\$ 1.173.134
60	\$ 1.173.109	\$ 25.457	\$ 1.198.566	\$ 0
	\$ 12.543.909	\$ 1.838.883	\$ 14.382.792	
	40.000.000			

5.3.2.2 Gastos financieros. Como el periodo para el capital de trabajo es de tres meses, a continuación, se presenta la tabla con los gastos financieros de ese periodo, que ascienden a la suma de \$2.582.325.

Tabla 48. Gastos financieros capital de trabajo

Periodo	Capital	Intereses	Cuota mensual	Saldo
1	\$ 330.566	\$ 868.000	\$ 1.198.566	\$ 39.669.434
2	\$ 337.739	\$ 860.827	\$ 1.198.566	\$ 39.331.695
3	\$ 345.068	\$ 853.498	\$ 1.198.566	\$ 38.986.627
Totales	\$ 1.013.373	\$ 2.582.325	\$ 3.595.698	

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.**Tabla 49. Resumen del capital de trabajo**

Concepto	valor
Costos totales del servicio	\$ 22,699,905
Gastos de administración y ventas	\$ 19,103,861
Gastos financieros	\$ 2,582,325
Menos Depreciaciones	-\$ 821,050
Menos Amortización diferidos	-\$ 472,500
Total, capital de trabajo 3 meses	\$ 43,092,541

5.4 INVERSIÓN TOTAL

En esta inversión se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija, diferida y capital de trabajo necesarias para iniciar las operaciones de la empresa.

Tabla 50. Inversión total

Concepto	valor
Inversión fija	\$ 16,421,000
Inversión diferida	\$ 9,450,000
Inversión capital de trabajo	\$ 43,092,541
INVERSIÓN TOTAL	\$ 68,963,541

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

Para la ejecución del presente proyecto se recurrió a dos fuentes de financiación; por una parte, los inversionistas o socios, y por la otra a través de una entidad crediticia.

5.5.1 Recursos propios. Los recursos propios hacen parte del capital que los socios tienen para ejecutar el proyecto, corresponden al 42% del total de la inversión requerida, es decir la suma de \$28.963.541, que será aportado por partes iguales, entre los dos socios que van a conformar la empresa.

5.5.2 Recursos de financiación. Se financiará el 58%, es decir \$40.000.000, ante el Banco Agrario.

Tabla 51. Fuentes de financiación

Concepto	valor	Porcentaje
Nuevos socios	\$ 0	0.00%
Socios fundadores	\$ 28,963,541	42.00%
Crédito bancario	\$ 40,000,000	58.00%
TOTAL	\$ 68,963,541	100.00%

5.6 PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta de cada servicio de aseo y limpieza en el hogar, una vez determinados los gastos y costos, se determinó un margen de contribución del 15%, para satisfacer una demanda del 13,08% del mercado local. Se tuvo en cuenta que el margen de contribución no pasara los límites de los precios que ofrece la competencia por los servicios similares que la empresa Servi Hogar va a ofrecer.

Tabla 52. Precio de venta del servicio de aseo

Costos totales de producción	\$ 90,799,618
Gastos de administración y ventas totales	\$ 76,415,445
Costos y gastos totales	\$ 167,215,064
Capacidad utilizada año 1	2,371
Costos y gastos totales unitarios	\$ 70,519
Margen de utilidad	15%
Precio de venta	\$ 82,964
Margen para el intermediario	
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 82,964
Tasa de IVA o Imptoconsumo	
Precio al consumidor	\$ 82,964

El precio al consumidor es estándar para cualquiera de los tres paquetes que se van a ofrecer, teniendo en cuenta que tienen el mismo tiempo de ejecución.

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

La finalidad de los estados financieros es analizar a futuro los resultados y el comportamiento de la inversión y la recuperación del capital, para determinar la viabilidad del proyecto.

5.7.1 Estado de Resultados proyectado.

Tabla 53. Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 196,724,237	\$ 201,681,688	\$ 206,764,066	\$ 211,974,521	\$ 217,316,278
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 196,724,237	\$ 201,681,688	\$ 206,764,066	\$ 211,974,521	\$ 217,316,278
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materiales	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
MOD	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CIF	\$ 90,799,618	\$ 90,813,515	\$ 90,827,762	\$ 90,842,367	\$ 90,857,341
UTILIDAD BRUTA	\$ 105,924,619	\$ 110,868,173	\$ 115,936,305	\$ 121,132,153	\$ 126,458,937
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 46,423,045	\$ 48,744,198	\$ 51,181,407	\$ 53,740,478	\$ 56,427,502
Gastos generales	\$ 29,992,400	\$ 30,173,840	\$ 30,359,852	\$ 30,550,552	\$ 30,746,058
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 29,509,173	\$ 31,950,135	\$ 34,395,045	\$ 36,841,123	\$ 39,285,378
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 9,906,587	-\$ 8,591,297	-\$ 6,889,522	-\$ 4,687,696	-\$ 1,838,883
Menos 4x1000	-\$ 786,897	-\$ 806,727	-\$ 827,056	-\$ 847,898	-\$ 869,265
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 18,815,689	\$ 22,552,111	\$ 26,678,467	\$ 31,305,529	\$ 36,577,230
Menos Impuesto de Renta	-\$ 6,585,491	-\$ 7,893,239	-\$ 9,337,463	-\$ 10,956,935	-\$ 12,802,031
Menos Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD NETA	\$ 12,230,198	\$ 14,658,872	\$ 17,341,003	\$ 20,348,594	\$ 23,775,200

Menos Reserva Legal	-\$ 1,223,020	-\$ 1,465,887	-\$ 1,734,100	-\$ 2,034,859	-\$ 2,377,520
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 11,007,178	\$ 13,192,985	\$ 15,606,903	\$ 18,313,735	\$ 21,397,680

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.

Tabla 54. Flujo de fondos proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 43,092,541	\$ 62,606,225	\$ 77,955,550	\$ 94,421,708	\$ 111,868,878
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 196,724,237	\$ 201,681,688	\$ 206,764,066	\$ 211,974,521	\$ 217,316,278
Operacionales		\$ 196,724,237	\$ 201,681,688	\$ 206,764,066	\$ 211,974,521	\$ 217,316,278
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 162,827,761	-\$ 171,949,570	-\$ 175,915,117	-\$ 180,144,559	-\$ 184,682,901
Materiales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
MOD		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
CIF		\$ 90,799,618	\$ 90,813,515	\$ 90,827,762	\$ 90,842,367	\$ 90,857,341
Nómina administrativa		\$ 46,423,045	\$ 48,744,198	\$ 51,181,407	\$ 53,740,478	\$ 56,427,502
Gastos generales		\$ 29,992,400	\$ 30,173,840	\$ 30,359,852	\$ 30,550,552	\$ 30,746,058
Menos depreciaciones		-\$ 3,284,200	-\$ 3,284,200	-\$ 3,284,200	-\$ 3,284,200	-\$ 3,284,200
Menos amortizaciones		-\$ 1,890,000	-\$ 1,890,000	-\$ 1,890,000	-\$ 1,890,000	-\$ 1,890,000

Impuesto de renta		\$ 0	\$ 6,585,491	\$ 7,893,239	\$ 9,337,463	\$ 10,956,935
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
4 x 1000		\$ 786,897	\$ 806,727	\$ 827,056	\$ 847,898	\$ 869,265
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 33,896,476	\$ 29,732,117	\$ 30,848,950	\$ 31,829,962	\$ 32,633,378
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 28,963,541	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 28,963,541					
Valor de salvamento						\$ 0
-EGRESOS	-\$ 25,871,000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 0					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 5,392,000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 6,545,000					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 4,484,000					

Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 0					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 9,450,000					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 3,092,541	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 40,000,000					
Préstamo bancario	\$ 40,000,000					
-EGRESOS		-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
		14,382,792	14,382,792	14,382,792	14,382,792	14,382,792
Abono a capital		\$ 4,476,205	\$ 5,791,495	\$ 7,493,270	\$ 9,695,096	\$ 12,543,909
Gastos financieros		\$ 9,906,587	\$ 8,591,297	\$ 6,889,522	\$ 4,687,696	\$ 1,838,883
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 40,000,000	-\$	-\$	-\$	-\$	-\$
		14,382,792	14,382,792	14,382,792	14,382,792	14,382,792
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 43,092,541	\$ 19,513,684	\$ 15,349,325	\$ 16,466,158	\$ 17,447,170	\$ 18,250,586

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Tabla 55. Estado de situación financiera inicial y proyectado

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Fondos en caja						
Fondos en bancos	\$ 43,092,541	\$ 62,606,225	\$ 77,955,550	\$ 94,421,708	\$ 111,868,878	\$ 130,119,464
Mercancías no fabricadas por la empresa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 43,092,541	\$ 62,606,225	\$ 77,955,550	\$ 94,421,708	\$ 111,868,878	\$ 130,119,464
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Equipo de computación y comunicación	\$ 5,392,000	\$ 5,392,000	\$ 5,392,000	\$ 5,392,000	\$ 5,392,000	\$ 5,392,000
Maquinaria y equipo	\$ 6,545,000	\$ 6,545,000	\$ 6,545,000	\$ 6,545,000	\$ 6,545,000	\$ 6,545,000
Terreno	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Muebles y enseres	\$ 4,484,000	\$ 4,484,000	\$ 4,484,000	\$ 4,484,000	\$ 4,484,000	\$ 4,484,000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 3,284,200	-\$ 6,568,400	-\$ 9,852,600	-\$ 13,136,800	-\$ 16,421,000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 16,421,000	\$ 13,136,800	\$ 9,852,600	\$ 6,568,400	\$ 3,284,200	\$ 0
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 9,450,000	\$ 9,450,000	\$ 9,450,000	\$ 9,450,000	\$ 9,450,000	\$ 9,450,000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 1,890,000	-\$ 3,780,000	-\$ 5,670,000	-\$ 7,560,000	-\$ 9,450,000

TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 9,450,000	\$ 7,560,000	\$ 5,670,000	\$ 3,780,000	\$ 1,890,000	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 68,963,541	\$ 83,303,025	\$ 93,478,150	\$ 104,770,108	\$ 117,043,078	\$ 130,119,464
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 4,476,205	\$ 5,791,495	\$ 7,493,270	\$ 9,695,096	\$ 12,543,909	\$ 0
Impuesto de renta y complementarios	\$ 0	\$ 6,585,491	\$ 7,893,239	\$ 9,337,463	\$ 10,956,935	\$ 12,802,031
Impuesto de Industria y Comercio	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 4,476,205	\$ 12,376,986	\$ 15,386,509	\$ 19,032,559	\$ 23,500,844	\$ 12,802,031
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 35,523,795	\$ 29,732,300	\$ 22,239,030	\$ 12,543,934	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 35,523,795	\$ 29,732,300	\$ 22,239,030	\$ 12,543,934	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 40,000,000	\$ 42,109,286	\$ 37,625,539	\$ 31,576,493	\$ 23,500,844	\$ 12,802,031
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 28,963,541	\$ 28,963,541	\$ 28,963,541	\$ 28,963,541	\$ 28,963,541	\$ 28,963,541
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 1,223,020	\$ 2,688,907	\$ 4,423,007	\$ 6,457,867	\$ 8,835,387
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 11,007,178	\$ 13,192,985	\$ 15,606,903	\$ 18,313,735	\$ 21,397,680
Utilidades o excedentes acumulados	\$ 0	\$ 0	\$ 11,007,178	\$ 24,200,163	\$ 39,807,066	\$ 58,120,801
PATRIMONIO TOTAL	\$ 28,963,541	\$ 41,193,739	\$ 55,852,611	\$ 73,193,615	\$ 93,542,209	\$ 117,317,408
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO						
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 68,963,541	\$ 83,303,025	\$ 93,478,150	\$ 104,770,108	\$ 117,043,053	\$ 130,119,439

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1 Razones financieras.

5.8.1.1 Razones de liquidez. Las razones de liquidez tienen como objetivo, identificar la capacidad que tiene la empresa para pagar sus pasivos en el corto plazo.

Tabla 56. Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	5.06	5.31	5.20	4.79	15.16
Prueba ácida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	5.06	5.31	5.20	4.79	15.16
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$	\$50,229,239	\$59,707,664	\$66,661,949	70,620,343	\$87,236,850

Razón corriente y prueba ácida. Se relacionan paralelamente, ya que es una empresa de servicios y no cuenta con inventarios, por lo tanto, los resultados arrojados, significan que por cada peso que tiene como obligación vigente, cuenta con \$5, para responder, en el caso del primer año, y así sucesivamente, en cada año es positivo su crecimiento. Tiene una buena liquidez para responder por sus deudas.

Capital de trabajo. Se puede observar que, para cada año proyectado, la empresa siempre va a contar con capital, para ejercer sus operaciones y tener liquidez para invertir y aumentar sus servicios e ingresos.

5.8.1.2 Razones de operación. Miden la efectividad con la que la compañía convierte los activos en ventas y las ventas en dinero

Tabla 57. Razones de operación

RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNID	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	3.14	2.74	2.51	2.37	2.33
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	14.98	20.47	31.48	64.54	0
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	2.36	2.26	2.23	2.24	2.33

Se puede concluir que la empresa tendrá una rotación positiva. Lo que significa que por cada peso invertido en activo en el año 1, la empresa venderá \$3,14, y así sucesivamente año a año, con tendencia positiva, siendo indicadores muy significativos que ayudarán a la liquidez y rentabilidad de la empresa.

5.8.1.3 Razones de rentabilidad. Son aquellas que permiten evaluar las utilidades de la empresa respecto a las ventas, los activos o la inversión de los propietarios

Tabla 58. Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	53.84%	52.79%	51.71%	50.60%	49.46%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	6.22%	5.85%	5.55%	5.34%	5.27%
Rendimientos activos	utilidad neta/ activos totales	%	14.68%	13.24%	12.35%	12.00%	12.25%

Para el año 1, tendrá una utilidad neta del 6,22% y con tendencia positiva en la proyección de las ventas, al igual que los demás indicadores que tienen variación positiva, con margen de utilidad alta, lo cual es una gran oportunidad para el aumento de servicios y la innovación de otros.

5.8.1.4 Razones de endeudamiento.

Tabla 59. Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	50.55%	40.51%	30.59%	19.74%	6.60%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	2.98	3.21	3.68	4.90	11.05
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	49.45%	59.49%	69.41%	80.26%	93.40%

En cuanto a estos indicadores, el nivel de endeudamiento, señala que la participación de los acreedores en la empresa es de 50,55% para el año 1 y con una tendencia hacia abajo. Lo que significa que por cada peso que la empresa tiene invertido en sus activos, han sido financiados por los acreedores lo demás es financiado por los dueños de la empresa.

5.8.2 Indicadores de viabilidad.

$TMAR = i + f + i*f$ (Bacca Urbina, 2013)

Donde:

i = prima de riesgo al riesgo

Riesgo bajo	1% a 10%
-------------	----------

f = inflación	Riesgo	
	medio	11% a 20%
	Riesgo alto	21% a 30%
Prima de riesgo al riesgo		10%
Inflación		13%
TMAR recursos propios		24.43%
Recursos crédito		29.38%
TMAR Banco		46.36%
Porcentaje aportación recursos propios		42.00%
Porcentaje aportación Banco		58.00%
TMAR MIXTA		37.15%
TMAR MIXTA DEFLACTADA		25.55%

5.8.2.1 Tasa Interna de retorno (TIR). La TIR, nos indica a que tasa de interés se va a recuperar la inversión. La TIR corresponde al 30,19% es la rentabilidad del proyecto, refleja que este porcentaje es mayor a la tasa de oportunidad, por tanto, se recomienda la realización del proyecto.

Tabla 60. Valor recuperado TIR

Concepto	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Flujo efec neto	-\$28,963,541	19,513,684	10,947,207	\$ 8,982,556	\$ 6,728,012	\$ 4,134,093
Vna	- 28,963,541	14,227,971	5,819,835	3,481,858	\$ 1,901,523	\$ 851,920
Valor recuperado		14,227,971	20,047,806	23,529,664	\$ 25,431,186	\$ 26,283,106

5.8.2.2 Valor presente Neto (VPN). Es un proyecto que está proyectado a cinco años de vida útil y con una inversión de \$68,963,541, y aplicando la fórmula da un resultado positivo de \$2,095,046, al cabo de dicho tiempo, demostrando que es un proyecto viable.

5.8.2.3 Período de recuperación. Permite calcular el tiempo que se requiere para recuperar los flujos netos efectivos de la inversión inicial y conocer la liquidez del proyecto como el riesgo que se toma.

Tabla 61. Periodo de recuperación

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 28,963,541	\$ 19,513,684	\$ 10,947,207
VNA	-\$ 28,963,541	\$ 14,227,971	\$ 5,819,835
VALOR RECUPERADO		\$ 14,227,971	\$ 20,047,806

De acuerdo, a la tabla anterior, con los dos primeros años se estaría recuperando la inversión, pero para hacerla más exacta aplicamos la siguiente fórmula:

$$PRI = a + \frac{b - c}{d}$$

Donde:

PRI: periodo de recuperación

a: periodo anterior al que se recupera la inversión

b: Inversión inicial

c: valor del flujo de caja del año anterior al que se recupera la inversión

d: valor del flujo de caja del año en que se recupera la inversión

$$PRI = 1 + \frac{28.963.542 - 19.513.684}{10.947.207}$$

$$PRI = 1,863 \text{ años}$$

Es decir que la inversión ser recupera en un año, 10 meses y tres días de operaciones de la empresa.

5.8.2.4 Punto de equilibrio.

Tabla 62. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	84.38%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	2,001
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 166,004,631
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	304
Número de servicios por día	255/304* días laborales	0,84

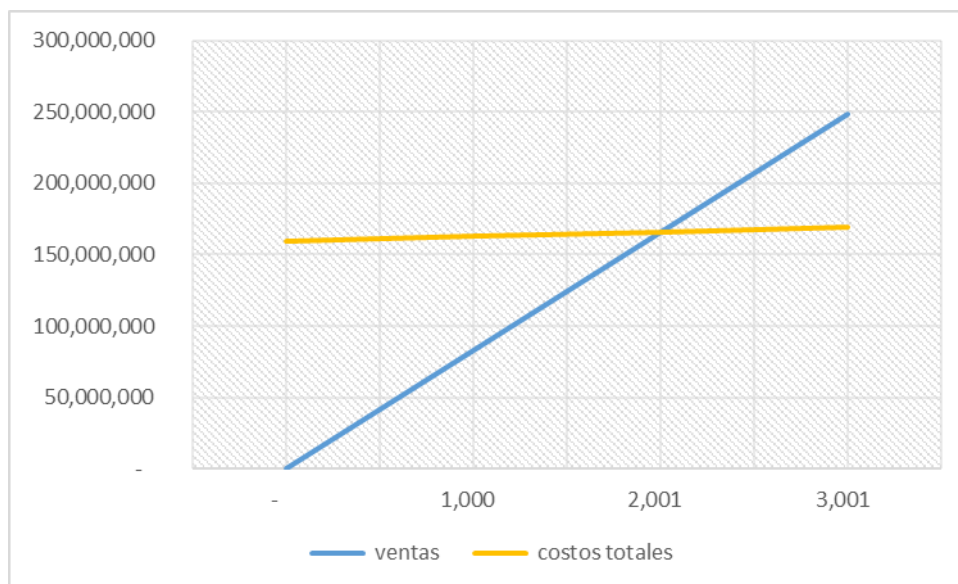
Tabla 63. Datos Punto de equilibrio

CF: costos fijos	\$ 159,463,614
CV: costo variable	\$ 7,751,450
CT: costos totales	\$ 167,215,064
IT: ingreso total	\$ 196,724,237
Pu: precio unitario	\$ 82,964
CVu: costo variable unitario	\$ 3,269
VT: ventas totales	\$ 196,724,237
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	2,371

Tabla 64. Punto de equilibrio por costos

Punto de equilibrio	-	1,000	2,001	3,001
ventas	-	83,002,315	166,004,631	249,006,946
costos fijos	159,463,614	159,463,614	159,463,614	159,463,614
costos variables	-	3,270,509	6,541,017	9,811,526
costos totales	159,463,614	162,734,122	166,004,631	169,275,139
utilidad	-159,463,614	-79,731,807	-	79,731,807

Figura 8. Punto de equilibrio



De acuerdo a lo anterior, el punto de equilibrio es de 2001 servicios de aseo y limpieza, siendo menor al número de servicios que se van a ofrecer. El punto de equilibrio hace referencia al punto en el que los gastos son iguales a los ingresos.

5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

El proyecto FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA EL SECTOR RESIDENCIAL DEL MUNICIPIO DE EL SOCORRO, SANTANDER, es una alternativa de innovación y creatividad, creada con el fin de satisfacer las necesidades de los hogares de los estratos 3, 4 y 5, del municipio de El Socorro, con un porcentaje de participación del mercado del 13,08, con una nómina fija de 4 empleados para la prestación de 2371 servicios en el año, se garantizará, calidad, seguridad y buen servicio a todas las familias que contraten con la empresa.

Será una empresa organizada bajo el modelo de Sociedad por acciones simplificada, con dos socios capitalistas, con un entorno organizacional con las últimas tendencias

Administrativas, conformando un equipo de trabajo idóneo, capacitado y afiliado acorde con la ley laboral colombiana.

Se requiere de fuentes de financiación a través de una entidad crediticia para completar el capital requerido.

CONCLUSIONES

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa prestadora de servicios de aseo en los hogares del municipio de El Socorro, es una oportunidad para generar empleo, aportando a sus colaboradores la posibilidad de mejorar la calidad de vida y asegurar un ingreso permanente y seguro.

Al iniciar con la idea de la factibilidad y realizar el sondeo, a través del estudio de mercados se determinó hacerlo únicamente, para los estratos 3, 4 y 5, teniendo en cuenta que, por la cantidad de población, se hacía necesario acotar el nicho investigativo, arrojando información importante para determinar la continuidad del proyecto.

Los requerimientos técnicos y tecnológicos son muy pocos, pues no se requiere de tanta maquinaria, sino de mano de obra capacitada, en la hechura de aseos, garantizando calidad, seguridad y buen servicio, para satisfacer al cliente.

La empresa estará enmarcada dentro de los requerimientos legales, tributarios y comerciales, con el fin de brindar una estabilidad laboral de sus colaboradores, teniendo todas las prestaciones de ley, seguridad social y beneficios

Es un proyecto con una vida útil de cinco años, un resultado positivo, lo cual refleja que es un proyecto viable, y que se podrá ejecutar en el municipio de El Socorro. La inversión asciende a \$ 68,963,541, es relativamente baja, teniendo en cuenta que los ingresos se generan por servicios y que se puede gestionar ingresos, sin tener que invertir gran cantidad de recursos.

RECOMENDACIONES

Por ser un proyecto de servicios se recomienda la ampliación de los servicios, con una reestructuración de oficios específicos, con determinados tiempos para la ejecución de cada uno.

Debe tener una cobertura geográfica más amplia, con expansión a otros municipios y además ofrecer también el servicio de aseo al sector empresarial, educativo y de salud. Se debe desarrollar un portafolio de servicios más amplio.

Por ser una empresa nueva en el municipio se recomienda realizar un análisis financiero y de mercados, de manera periódica, con el fin de hacer el mercadeo y la publicidad necesaria para conseguir nuevos clientes.

Dentro del proceso de ejecución del proyecto es necesario no solo involucrar a los estratos 3, 4 y 5, sino también a los estratos 1 y 2. Al igual que al sector rural del municipio de El Socorro.

Es importante, crear alianzas estratégicas, que permitan la utilización de mano de obra temporal, insumos a menor costo y puestos a disposición del cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- (COSMÉTICOS Y BIENESTAR. El sector aseo: protagonista para el bienestar durante la pandemia. En línea]. junio de 2020. [Citado el 22 de septiembre de 2022]. Disponible en internet: <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Cosmeticos/Noticias/2020/Juni>. (s.f.).
- (MUNICIPIO DE EL SOCORRO. Datos del municipio. [En línea]. [Recuperado el 8 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://www.municipio.com.co/municipio-socorro.html>). (s.f.).
- (EL ESPECTADOR. Limpieza a domicilio, una tendencia en crecimiento. [En línea]. Bogotá. 27 de junio de 2021. [Citado el 21 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.pressreader.com/>). (s.f.).
- (ADMINLIMPIA. «Cómo funcionan los servicios de aseo en Colombia.» Limpia Fácil. [En línea]. 19 de mayo de 2021. [Citado el 8 de octubre de 2022]. <https://limpiafacil.com.co/como-funcionan-los-servicios-de-aseo-en-colombia/>). (s.f.).
- (DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Indicadores económicos. [En línea]. 2022. [Citado el 13 de octubre de 2022]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/67-espanol/servicios-dane/indicadores-economicos>). (s.f.).
- (EL TIEMPO. Aseo, un servicio con historia. [En línea]. Bogotá. 27 de septiembre de 1996. [Citado el 20 de septiembre de 2022]. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-512785>). (s.f.).
- Adcasa. (s.f.). Alambres Decorativos. Obtenido de Canales de Distribución: <http://adcasa.com.gt/publicaciones/33-canales>
- Cámara de Comercio de Cali. (2019). Cómo crear empresa. Obtenido de Sociedad por Acciones Simplificada: <https://www.ccc.org.co/sedevirtual/tramites-de-registros-publicos/como-crear-empresa/sociedad-acciones-simplificada-2/>
- Comunicanco Salud. (30 de 01 de 2023). Sistema De Gestión De La Seguridad Y Salud En El Trabajo – SG-SST. Obtenido de ¿Qué es el Sistema de Gestión de la

Seguridad y Salud en el trabajo?: <https://comunicandosalud.com/sistema-de-gestion-de-la-seguridad-y-salud-en-el-trabajo-sg-sst/>

Gutiérrez N, A. (14 de febrero de 2022). “Le estamos apostando al empleo formal y digno para las trabajadoras domésticas”. Recuperado el 15 de mayo de 2023, de La República: <https://www.larepublica.co/empresas/le-estamos-apostando-al-empleo-formal-y-digno-para-trabajadoras-domesticas-3301495>

Gutierrez N, A. (14 de febrero de 2022). Le estamos apostando al empleo formal y digno para las trabajadoras domésticas. Recuperado el 5 de abril de 2023, de La República: <https://www.larepublica.co/empresas/le-estamos-apostando-al-empleo-formal-y-digno-para-trabajadoras-domesticas-3301495>

La Nota. (21 de agosto de 2022). Ranking 2021 limpieza y mantenimiento de Colombia. Recuperado el 10 de mayo de 2023, de <https://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2021-limpieza-y-mantenimiento-de-colombia.html>

Registro Único Empresarial y Social - RUES-, Consulta empresarial y social. [En línea]. recuperado el 10 de abril de 2023. Disponible en: <https://www.rues.org.co/> . (s.f.).

Toda Colombia. (21 de febrero de 2019). Municipios de Santander, División Política. Obtenido de <https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/santander/municipios-division-politica.html>

Vicente. (6 de marzo de 2018). Una breve historia de la limpieza. Recuperado el 20 de septiembre de 2022, de <https://www.acuamar.es/una-breve-historia-de-la-limpieza/>

ANEXOS

ANEXO A
ENCUESTA

REALIZADA A LA DEMANDA PARA EL PROYECTO: “FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA EL SECTOR RESIDENCIAL DEL MUNICIPIO DE EL SOCORRO, SANTANDER”

Esta encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de la comunidad, acerca de la creación de una empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza para el sector residencial del municipio del Socorro, en el departamento de Santander. Los resultados serán utilizados únicamente con fines académicos.

Agradecemos diligenciar la siguiente encuesta solo si reside en el municipio del Socorro y si su vivienda se encuentra clasificada en los estratos 3, 4 o 5. Tomará máximo tres (3) minutos de su valioso tiempo.

Pregunta 1. ¿En cuál estrato socioeconómico se encuentra clasificada la vivienda en la que reside en El Socorro?

Estrato 3 ___ Estrato 4 ___ Estrato 5 ___

Pregunta 2. ¿En qué sector del casco urbano del municipio del Socorro, se encuentra ubicada su vivienda?

Centro ___ Norte ___ Occidente ___ Oriente ___ Sur ___

3. Indique la opción que represente el ingreso promedio mensual de su hogar

Menos de \$1.160.000 ___

Entre \$1.161.000 y \$2.320.000 ___

Más de \$2.320.000 _____

4. ¿Contrata usted personal para realizar labores de aseo y limpieza en la vivienda donde reside?

Siempre____ Algunas veces____ Nunca____

5. ¿Con qué frecuencia contrata el servicio de aseo y limpieza residencial?

Diariamente ____ Una vez por semana ____ Una vez al mes____ Dos veces al mes
¿Otra, cuál? ____

6. ¿De qué forma prefiere contratar el servicio de aseo y limpieza residencial?

Empleada doméstica ____ Empleada por días____ Empresa especializada ____
Particular ____ No contrata ____

7. ¿Conoce usted una empresa prestadora del servicio de aseo y limpieza residencial en el municipio del Socorro?

No ____ Si ____

8. ¿Usted considera que contratar el servicio de aseo y limpieza residencial con una empresa especializada, podría presentar ventajas o desventajas? Por favor marque la opción que considere más acertada.

Incremento de costos ____ Incumplimiento____ Mayor seguridad ____ Mejor
servicio ____ Personal calificado____ Ninguna ____

9. ¿Por cuál medio busca el personal a contratar para el servicio de aseo y limpieza residencial?

Emisora ____ Redes sociales ____ Referido amigo____ Referido familiar ____ No
contrato ____

10. ¿Cuánto tiempo gasta la persona que realiza el servicio de aseo y limpieza en la vivienda donde reside?

Dos horas____ Medio día ____ Un día ____ Otro, ¿Cuál? ____ No sabe ____

11. ¿Cuánto paga o estaría dispuesto a pagar por cada servicio de aseo y limpieza en la vivienda donde reside?

Entre \$40.000 y \$70.000 _____ Entre \$70.001 y \$100.000 _____ Entre \$100.001 y \$120.000 _____ Más de \$120.000 _____ No contrato _____

12. ¿Qué tan dispuesto estaría en contratar el servicio de aseo y limpieza residencial a través de una empresa especializada?

Extremadamente probable _____ Muy probable _____ Probablemente _____
Poco probable _____ Muy poco probable _____

13. ¿Cuál medio de pago prefiere, o le gustaría utilizar para pagar los servicios de limpieza contratados?

Efectivo _____ Pago con tarjeta _____ Transferencia bancaria _____

14. ¿Cuál medio de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

Radio _____ Televisión _____ Redes sociales _____ Material impreso _____ Otro, ¿Cuál? _____

¡Gracias por su colaboración!

ANEXO B

ENTREVISTA

ENTREVISTA APLICADA A LAS PERSONAS COLABORADORAS DE LAS EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVICIOS QUE HACEN PRESENCIA EN EL MUNICIPIO DE EL SOCORRO, SANTANDER

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Qué edad tiene?
3. ¿A qué empresa prestadora de servicios de aseo y limpieza pertenece?
4. ¿Hace cuánto tiempo trabaja para esa empresa?
5. ¿Qué tipo de contrato tiene con la empresa?
6. ¿Cuál es su jornada laboral?
7. ¿Qué asignación salarial tiene mensual?
8. ¿Tiene todas las prestaciones de ley, seguridad social y estabilidad laboral?
9. ¿Tiene usted conocimiento del promedio de edad, que en esas empresas contratan el personal?
10. ¿Si existiera una empresa prestadora de servicio de aseo y limpieza para los hogares, con domicilio principal en el municipio de El Socorro, usted solicitaría trabajo?