

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS DE ASEO A HOGARES DE LOS ESTRATOS 3 AL 6 DE LA CIUDAD
DE NEIVA**

Lina María Vargas Vargas

Cód. 36307927

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL
FACULTAD CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS
NEIVA-HUILA**

2019

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS DE ASEO A HOGARES DE LOS ESTRATOS 3 AL 6 DE LA CIUDAD
DE NEIVA**

ESPECIALISTA EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

DIRECTOR/ASESOR

MIGUEL ANGEL CORTÉS PARRA

MAGISTER, ESTUDIANTE DEL DOCTORADO EN PROYECTOS

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL

FACULTAD CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS

NEIVA-HUILA

2019

LINA MARIA VARGAS VARGAS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREAR UNA EMPRESA PRESTADORA DE
SERVICIOS DE ASEO A HOGARES DE LOS ESTRATOS 3 AL 6 DE LA CIUDAD
DE NEIVA**

Prof. Mg. Miguel Ángel Cortés Parra
(Director)

Jurado 1 (por asignar)

Jurado 2 (por asignar)

Neiva, 8 de marzo de 2019

Señores

Centro de recursos para el aprendizaje y la investigación

CRAI-USTA de la universidad Santo Tomás

Ciudad

Asunto: Autorización Derecho de Autor

Yo Lina María Vargas Vargas identificada con Cedula de ciudadanía 36307927 de la ciudad de Neiva, autorizo a la universidad santo tomas para que con fines académicos mi trabajo de grado y/o tesis sea visible y pueda ser consultado en el repositorio institucional por los usuarios a los cuales sea de su interés. La reproducción parcial del trabajo se hace de acuerdo con lo establecido por el artículo 30 de la ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993 “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores” los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Agradezco su atención

Atentamente

LINA MARIA VARGAS VARGAS

CC 36307927

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	10
1. Planteamiento Del Problema	11
1.1. Formulación Del Problema	12
2. Justificación	13
3. Objetivos	15
3.2. Objetivos Específicos	15
4.1. Marco Legal	16
4.2. Marco Conceptual	17
5. Diseño Metodológico	18
5.1. Tipo de investigación	18
5.2. Población y muestra	19
5.2.1. Población	19
5.2.2. Muestra	19
5.3. Marco geográfico	21
6. Análisis del entorno	21
6.1. Análisis del macro entorno	21
6.1.1. Variable Económica	22
6.1.2. Variable Política	23
6.1.3. Variable social	24
6.1.4. Variable tecnológica	25
6.1.5. Variable Ecológica	26
6.1.6. Variable Legal	27

6.2.	Análisis del Micro entorno	28
6.2.1.	Análisis Del Mercado Microeconómico PORTER	28
7.	Estudio de Mercado	31
7.1.	Análisis del sector económico	31
7.2.	Análisis del mercado	31
7.3.	Descripción y análisis del producto	32
7.4.	Análisis de los resultados de la encuesta a clientes	32
7.5.	Tamaño del mercado	35
7.6.	Participación en el mercado	35
7.7.	Demanda Potencial	35
7.8.	Análisis de la oferta y de la competencia	36
7.9.	Análisis de los precios	38
7.10.	Proyecciones de venta	39
8.	Estudio Técnico/Operacional	39
8.1.	Ubicación	39
8.1.1.	Macro localización	39
8.1.2.	Micro localización	39
8.2.	Ficha Técnica	41
8.3.	Análisis de Procesos de prestación del servicio	43
9.	Estudio Organizacional y Legal	44
9.1.	Estructura Organizacional	44
9.2.	Análisis de cargos	44
9.3.	Costos administrativos	45
9.4.	Tipos de sociedad	45
9.5.	Imagen corporativa	46

9.6.	Estrategia organizacional.	46
9.7.	Permisos y licencias.	47
9.8.	Legislación	47
9.9.	Impuestos y Tasas	48
10.	Formulación y evaluación financiera	49
10.1.	Costos	49
10.2.	Punto de equilibrio	49
10.3.	Presupuestos	50
10.4.	Flujo de caja	51
10.5.	Estados financieros	52
10.6.	Indicadores financieros	53
11.	Conclusiones	55
	Bibliografía	57
	Anexos	61

Lista de ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1: Distribución de las ciudades de Neiva por comunas	21
Ilustración 2: Actualmente cuenta con empleada domestica	32
Ilustración 3: Frecuencia de uso de servicio Empleada domestica	33
Ilustración 4 Salario mensual empleada domestica	33
Ilustración 5: Medio a través del cual conoció a la empleada domestica	34
Ilustración 6 Conocimiento existencia agencia de aseo domestico	34

Ilustración 7 Análisis de Procesos de prestación del servicio	43
Ilustración 8 Organigrama De La Empresa.	44
Ilustración 9 Logo De La Empresa	46

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1 Análisis de la competencia.	36
Tabla 2: Análisis del precio.	38
Tabla 3: Proyección De Ventas	39
Tabla 4:Factor Localización.	41
Tabla 5: Costos	45
Tabla 6 Costos variables y fijos.	49
Tabla 7: Punto de equilibrio	49
Tabla 8 Presupuesto organizacional	50
Tabla 9 Flujo de caja	51
Tabla 10 Estados de resultados proyectados	52
Tabla 11 Indicadores financieros	52

Resumen

Este trabajo de especialización tiene como propósito la creación de una empresa que es un proceso que requiere realizar un estudio de factibilidad y de acuerdo a los resultados tomar la decisión para colocarla en marcha. En este caso, una empresa de servicios de aseo doméstico, la cual tendrá como domicilio la ciudad de Neiva y estará dirigida para hogares de estrato 3 en adelante. Inicialmente, se determina la problemática y necesidad a resolver al cliente, encontrándose en la actualidad que tanto el hombre como la mujer laboran, estos no tienen el suficiente tiempo de ocuparse de las tareas del hogar debiendo contratar empleada(o) domestica, viéndose en la obligación de asumir obligaciones contractuales.

Estudio De Factibilidad Para Crear Una Empresa Prestadora De Servicios De Aseo A Hogares De Los Estratos 3 Al 6 De La Ciudad De Neiva

En tal caso, al momento de realizar el estudio de mercado por parte de FULL HOUSE se evidencia una buena aceptación de los clientes potenciales de este tipo de servicios, máxime cuando en la ciudad de Neiva no hay empresas como se propone en este caso. Para esto se hizo una investigación con un enfoque mixto y un tipo de estudio exploratorio descriptivo, aplicándose una encuesta a 182 hogares de estrato 3 en adelante que habitan en los barrios Ipanema, la Gaitána y Prado Alto, al igual de los conjuntos residenciales de la zona.

Al final, se plantea una infraestructura física, una estrategia para el acceso del servicio y unos indicadores en los que se evidencia la viabilidad financiera de la empresa.

Este estudio de factibilidad se llevó acabo por parte de la Estudiante de la especialización en gestión para el desarrollo empresarial de la universidad Santo Tomás, Lina María Vargas Vargas bajo la asesoría del profesor Mg. Miguel Ángel Cortes Parra, en la ciudad de Bogotá dando como resultado un trabajo de 61 páginas.

Palabras claves: Estudio de factibilidad, Aseo doméstico, cliente, mercado

Abstract

This specialization work has the purpose of creating a company that is a process that requires a feasibility study and according to the results take the decision to put it in motion. In this case, a domestic cleaning services company, which will be domiciled in the city of Neiva and will be directed to households from stratum 3 onwards. Initially, the problem and the need to resolve the client is determined, currently finding that both men and women work, they do not have enough time to take care of household tasks, hiring a domestic worker, seeing themselves in the workplace. obligation to assume contractual obligations.

Feasibility Study to Create a Provider of Cleaning Services to Households in Strata 3 to 6 of the City of Neiva

In such case, at the time of carrying out the market study by FULL HOUSE, there is a good acceptance of the potential customers of this type of services, especially when in the city of Neiva there are no companies as proposed in this case. For this, an investigation was made with a mixed approach and a descriptive exploratory type, applying a survey to 182 households from stratum 3 onwards that live in the Ipanema, La Gaitána and Prado Alto neighborhoods, as well as the residential complexes of the zone.

In the end, a physical infrastructure is proposed, a strategy for accessing the service and indicators that show the financial viability of the company. This feasibility study was carried out by the Student of the specialization in management for the business development of the Santo Tomas University, Lina María Vargas Vargas under the advice of Professor Mg. Miguel Ángel Cortes Parra, in the city of Bogotá result a work of 61 page

Introducción

La sociedad presenta en la actualidad un dinamismo acelerado, provocando que las personas tengan o sientan múltiples necesidades por satisfacer a través de la oferta de productos y servicios existentes en el mercado. En tal caso, cada día nacen diversos emprendimientos que buscan aprovechar estas oportunidades. En consideración a esto, nace la idea de crear una empresa dedicada a la prestación de servicio de aseo doméstico en la ciudad de Neiva.

Para cumplir tal propósito, se realiza un estudio de factibilidad en donde se analizan todos los aspectos relacionados con el mercado, la parte operativa, organizacional y financiera que permita tener éxito al momento de colocar en funcionamiento la empresa. Por consiguiente, dentro de los primeros temas puestos en consideración fue la identificación de la necesidad y/o problemática a solucionar, así como aspectos conceptuales, el módulo de mercados, en donde se desarrolla el análisis del entorno, el estudio de mercado con el fin de identificar el cliente potencial y los consumidores. También es importante conocer la competencia e identificar sus ventajas y desventajas.

El módulo de operación abarca aspectos relacionados con el lugar de funcionamiento del proyecto, mientras el módulo de organización, contempla lo concerniente a la estructura bajo la cual funcionara la empresa, estrategia organizacional y análisis de puestos. Finalizando con el estudio financiero, a través del cual se identifican los gastos generados por la empresa para su puesta en marcha; proyección de ingresos, costos y gastos, punto de equilibrio, indicadores financieros, etc. Logrando con ello, determinar la viabilidad de la puesta en marcha para prestar el servicio de aseo doméstico para los hogares de estratos socioeconómicos 3 al 6 de la ciudad de Neiva.

1. Planteamiento Del Problema

En un mundo dinámico y competitivo, donde la población demanda cada día mayores servicios, es importante buscar alternativas para satisfacer las necesidades, deseos de las personas. Uno de los servicios es el de aseo doméstico, que, por cierto hace la vida más fácil, pero a la vez somete a una serie de situaciones relacionadas con el asumir obligaciones como la contratación de empleados domésticos, así como la garantía de un buen servicio y de confianza.

En tal caso, se requiere una empresa que preste un servicio con garantía de calidad y buen servicio, haciéndole igualmente más fácil la vida a las personas y brindándole bienestar a cada uno de los solicitantes del servicio. Un aspecto a tener en cuenta, es que ante los cambios sociales, la incorporación de la mujer al mercado laboral, ha llevado a ambos miembros del hogar a laborar y por consiguiente a no disponer del suficiente tiempo para atender las labores del hogar. (Sabater, 2014). Precisamente, de acuerdo al DANE (2018) en Colombia “hay 9,4 millones de mujeres con empleo. De estas, 7,2 millones se ubican en actividades de los sectores de comercio, hoteles y restaurantes; servicios comunales, sociales y personales e industria manufacturera.” Claro está, que de este número el solo el 37% corresponde a un empleo formal.

Todas estas situaciones, llevan a las personas a verse en la necesidad de contratar servicios de empleadas domésticas, en gran parte de manera informal, siendo personas con bajo nivel de escolaridad y socioeconómico. (Escuela Nacional Sindical, 2018). Ello lleva a que exista un temor por la existencia de una estricta normatividad en materia de servicio doméstico. (Mintrabajo, 2018).

Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, se ve la necesidad de colocar en marcha en la ciudad de Neiva una empresa dedicada a la prestación de servicios de aseo domestico a hogares pertenecientes a los estratos 3 al 6. Ello aprovechando también que Neiva ha sido una ciudad con crecimiento en los últimos años, pues de acuerdo a estadísticas del DANE (2005) en el 2005 cuando en Neiva había 315.332, pero para el 2018 ya se habla de más de 400.000 personas. Además, la Ciudad es epicentro del surcolombiano, pues es paso obligado a los departamentos del Caquetá y Putumayo.

1.1. Formulación Del Problema

¿Cómo determinar la factibilidad de una empresa para la prestación de servicios de aseo doméstico a los estratos 3 al 6 en la ciudad de Neiva?

2. Justificación

En un entorno dinámico y cambiante, la población cada día demanda mayores necesidades, por lo que a través del sector empresarial o a partir de iniciativas de creación de empresas se debe estar siempre en la búsqueda de satisfacer este tipo de necesidades. Una de ellas tiene el servicio doméstico puesto que en la actualidad cuando en el hogar tanto el hombre como la mujer trabaja, o en otros casos son solteros, requieren de quien les preste el servicio de aseo, viéndose en la necesidad de contratar y pagar por días u horas los servicios de una persona de aseo doméstico.

Tal situación indudablemente lleva a la informalidad laboral, pero a la vez a la vulneración de los derechos laborales. Al igual, los clientes quienes pueden verse en situaciones de tipo legal, en que no se preste un buen servicio, incumplimientos, etc. Todo ello evidencia la necesidad de crear una empresa encargada de prestar a través de personal idóneo el servicio de aseo domestico a los hogares con confiabilidad, calidad y cumplimiento, para los clientes y con las garantías legales para las prestadoras del servicio.

Con todo ello también, se está fomentando el empleo formal, pues de acuerdo al DANE (2018) en el caso de las mujeres en Colombia solo llega al 37%. Por su parte, según el DANE, (2005) para ese año el 2% de la población en edad de trabajar se dedicaba a labores domésticas, mientras para el 2018 de acuerdo al DANE, (2018), 712.000 se dedicaban a realizar labores domésticas, un número que puede crecer de forma significativa, si se tienen en cuenta aquellos no contabilizados por esta entidad. En conclusión, este es uno de los sectores en donde mayor informalidad se presenta y por consiguiente donde los empleados no cuentan con las garantías laborales suficientes, con el agravante que ante la normatividad vigente nadie quiere asumir obligaciones patronales.

A esto se suma la situación vivida por las familias, quienes deben tomar en muchas ocasiones el riesgo de contratar personas, quienes quizás no le dan ningún tipo de garantía de buen servicio, de confianza, quedando incluso desprotegido sus bienes, en donde ante cualquier anomalía nadie le responde.

Ante este panorama surge la idea de crear una Agencia de Servicio de aseo doméstico desde la cual los hogares puedan contratar los servicios de Empleadas Domésticas sin la obligación patronal, ya sea por horas o por días, sin que ello implique una tercerización de estos servicios, pues el objetivo es ofrecer el servicio por días o por horas de acuerdo a las necesidades del hogar solicitante del servicio.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la creación una empresa dedicada a la prestación de servicio de aseo a hogares de estratos 3 al 6 en la ciudad de Neiva.

3.2. Objetivos Específicos

Realizar el estudio de mercado en la ciudad de Neiva para determinar el segmento de la empresa de servicios de aseo a domicilio para el hogar, y generar una propuesta de valor diferenciador

Efectuar el estudio financiero con el fin de determinar la factibilidad económica del proyecto.

Realizar el estudio administrativo necesario para la implementación de la empresa de servicio de aseo a domicilio en la ciudad de Neiva.

Analizar la normativa legal para servicios de limpieza doméstica y servicios generales.

4. Marcos de referencia

4.1. Marco Legal

Para la puesta en marcha de la empresa, es necesario considerar aspectos relacionados con la Constitución de la empresa, así como las normas bajo las cuales se regirá el funcionamiento de la misma, especialmente en lo concerniente con su constitución, relación empleado – empleador, Sistema de Seguridad y salud en el trabajo.

Para el proceso de constitución se debe seguir:

- Matricula mercantil: Es el registro a realizar ante cámara de comercio y con el cual se le pasa a dar vida a la empresa. Aquí se debe considerar el tipo de sociedad a conformar.
- RUT: Tramite a realizar ante la DIAN. Este permite tener un Número de Identificación tributaria y es mediante este, con el que el Estado hace seguimiento a las empresas, poder este declarar rentas. Así mismo la empresa toma vida jurídica.

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

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.

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.

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.

Sistema de seguridad y salud en el trabajo: Al momento de colocar en marcha una empresa en funcionamiento, esta debe cumplir con toda la normatividad al respecto, en donde se garantice a los trabajadores bienestar y salud laboral. En este caso se deben considerar aspectos relacionados con Capacitación para el manejo de riesgos, así como en el uso de Elementos de protección personal.

4.2. Marco Conceptual

Trabajador de servicio doméstico: Es la Persona que presta su servicio personal de manera directa, habitual y bajo continuada subordinación o dependencia, a una o varias personas naturales, para realizar tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños, adultos mayores...”(Ministerio de Protección Social ,2009, p. 8).

Servicio doméstico: Corresponde a las actividades realizadas en casa, relacionadas con el aseo, cocina, cuidar niños, etc. El mismo, es prestado especialmente por amas de casa u otros miembros de la familia con poca formación. (UNICEF, 2012, p. 6).

Estudio de factibilidad: Es el desarrollo de un proyecto en donde se hace un análisis técnico y científico con el fin de determinar si una idea es viable desde lo económico, técnico, financiero, organizativo. A partir de ello se decide si colocarla o no en marcha. (Méndez, 2010).

5. Diseño Metodológico

5.1. Tipo de investigación

El estudio de factibilidad es un estudio de tipo Mixto: Ello en la medida que tendrá aspectos de tipo Cuantitativo y cualitativo. En cuanto a lo cuantitativo se busca conocer estadísticas acerca del comportamiento del sector, así como de esos clientes potenciales, dispuestos a utilizar el servicio de aseo doméstico. Por su parte, en lo cualitativo se hace una descripción del mercado al cual se pretende llegar, así como de ese cliente potencial y de las fuerzas del entorno. Al respecto Pereira (2011) cita a Hernández, Fernández y Baptista (2003, p.4) para decir que los estudios mixtos “representan el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación (...) agrega complejidad al diseño de estudio...

Tipo De Estudio: Es un Estudio exploratorio descriptivo donde se busca tener conocimiento de características relacionadas con:

- Identificar cuántas familias de los estratos 3 y 4 hay en la ciudad de Neiva.
- Identificar empresas de servicios similares de servicios de aseo a hogares en la ciudad de Neiva.
- Conocer el impacto o recordación que tienen de la competencia en los hogares consultados a través de una encuesta aleatoria vía telefónica.
- Revisión bibliográfica
- Marco legislativo
- Consultas en la web de tipos de empresas con similar actividad económica en la ciudad.
- Marco legal para la constitución creación de empresa.

A propósito de estudios descriptivos, estos de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2006 ,p ,84) “buscan especificar las características y los perfiles de personas, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un

análisis... miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos, aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar...” A partir de ello se recolecta la información y se describe el fenómeno a estudiar, al igual que se hace un estudio del entorno.

5.2. Población y muestra

5.2.1. Población

La población con la que se realiza el estudio corresponde a los hogares en donde todos los miembros de la familia laboran y cuyo nivel socioeconómico es de estrato 3 en adelante y sus ingresos superan los 3 SMLMV. En tal caso se toma una población de la comuna 7 de la ciudad de Neiva, en los barrios Ipanema, Prado alto y la Gaitana y conjuntos residenciales de la zona, en donde de acuerdo a la Alcaldía de Neiva (2014) hay 2350 viviendas entre casas y apartamentos.

5.2.2. Muestra

La muestra tomada para la realización de esta investigación, es de 182 hogares de estratos 3 al 6 de la comuna 7 de la ciudad de Neiva con el objetivo de conocer sus necesidades en materia de labores domésticas, sus opiniones referentes a las preguntas aplicadas (5) y las cuales son sujetas al análisis correspondiente para los intereses de la empresa, en la búsqueda de las preferencias de los consumidores del servicio y de las ventajas y desventajas de la empresa frente a la competencia, la acogida y sus variaciones en el mercado.

Cálculo de la muestra: Se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n=Número de clientes a analizar

N= Población objeto de estudio =
2350

p= Probabilidad de éxito = 0,95

q=Probabilidad de fracaso=0.05

Z=Nivel de confianza (95%)= 1.96

e= Margen de error (5%)=0.03

$$n = \frac{2350 * (1,96)^2 * 0.05 * 0.95}{(0,03)^2 * (2350 - 1) + (1,96)^2 * 0.05 * 0,95} = 182$$

n= 182 Número de encuestas a aplicar

La selección de los hogares se realizó de aplicando el muestreo aleatorio simple.

Estrategias metodológicas

Se consultarán fuentes de información para tener un conocimiento del mercado, en cuanto a fuerzas competitivas, clientes, proveedores, etc.

Las fuentes de información son:

Fuentes primarias: Encuesta vía telefónica: ésta se aplicará de forma aleatoria a 182 hogares de estratos 3 y 4 de la comuna 7 de la ciudad de Neiva con el objetivo de conocer sus necesidades en materia de labores domésticas; conocer si cuentan con el servicio de empleada doméstica; conocer si han contratado a ésta a través de empresas que ofrezcan este servicio o por medio de qué modalidad.

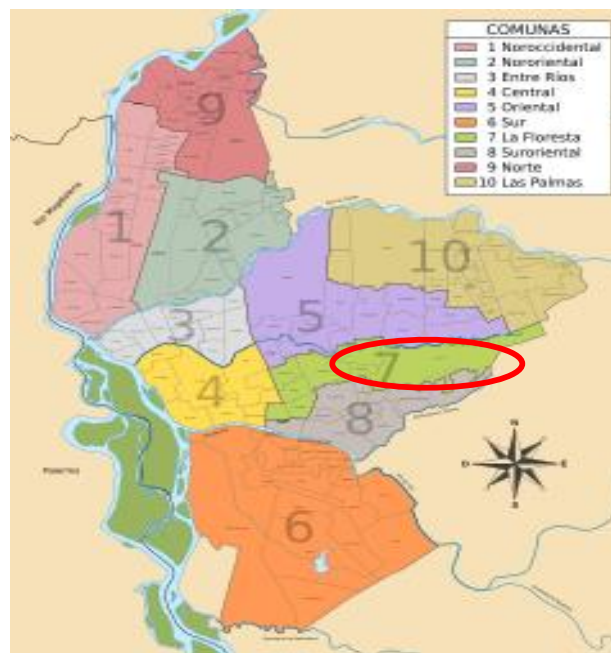
Fuentes secundarias: Corresponde a información obtenida de bases de datos, estudios realizados por entidades como el DANE y otras fuentes en su mayoría tomados de internet.

Técnicas para la recolección de la información: Se utilizará una encuesta en donde se le preguntara a los posibles clientes acerca de su interés en el uso de servicios como los que pretende ofrecer FULL HOUSE. (Ver anexo 1)

5.3. Marco geográfico

El área geográfica en el cual se realizará el estudio de factibilidad es en el departamento del Huila, en la ciudad de Neiva; en los barrios ubicados en los estratos 3 al 6 como lo es Ipanema, La Gaitana y Prado Alto y conjuntos residenciales de la zona.

Ilustración 1: Distribución de las ciudades de Neiva por comunas



Fuente: Alcaldía de Neiva, 2010

6. Análisis del entorno

6.1. Análisis del macro entorno

Análisis Del Mercado Macroeconómico **PESTEL**

Para tener un análisis del entorno y conocer en donde se desarrollara la inversión, se debe tener en cuenta ciertos factores para determinar la factibilidad de esta. Para ello se

utilizara como herramienta PESTEL, donde se tendrá una visión de factores claves como el político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal del país, que nos ayudara a tener éxito en la inversión. Precisamente, el análisis PESTEL de acuerdo a Martínez y Mila (2005, p, 34) “consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos fuera de control de la empresa, pero que pueden afectar a su desarrollo a futuro”.

6.1.1. Variable Económica

Colombia es un país con vientos de crisis económica, originados por situaciones como el precio del petróleo y la falta de confianza inversionista ante decisiones del gobierno como lo fue la última reforma tributaria del gobierno Santos. (Cámara de Comercio de Neiva, 2017). Sin embargo, para el 2018 el Fondo Monetario Internacional prevé un crecimiento del 3% y hay quienes consideran riesgosa la situación de Venezuela, por las posibles afectaciones en los indicadores económicos del país.

Otro aspecto a tener en cuenta, es el PIB del 2018, pues en el primer trimestre fue de 2,3%, donde el departamento del Huila le aporta un 1,8%. Mientras la inflación fue de 2,47% en este mismo periodo de tiempo. Estos indicadores, muestran de cierta forma una estabilidad económica del país, que ha sido mantenida a través de la llamada locomotora minero – energética. Adicional a ello, están los índices de desempleo, donde en el mes de marzo de 2018 a un 9,4%. (DANE, 2018).

Aunque todo lo que ocurre a nivel nacional afecta indudablemente la región, es importante considerar el comportamiento económico de la ciudad. En tal caso, se resaltan aspectos relacionados con la creación de nuevas unidades productivas durante 2017, con un incremento del 7,53%. Por su parte el IPC en la ciudad fue de 2,61, una cifra baja en relación al 4,9% nacional. (Cámara de Comercio de Neiva, 2017).

Durante el gobierno anterior, un hecho económico importante fue la reforma tributaria, en donde a partir de la aprobación de la misma, se presentó un incremento del impuesto de valor agregado IVA del 16 al 19% y como este afecta al 54,84% de colombianos con un salario básico legal, en especial su poder adquisitivo. (Dinero, 2016).

El conocimiento de aspectos como estos es esencial pues a través de ello se puede determinar el panorama económico a nivel nacional y local, así como la capacidad de las personas de poder pagar por servicios como los de la Agencia de Aseo Doméstico.

A todo ello se suman las expectativas de tipo económico con el nuevo gobierno, pues por ejemplo, a través del Ministro de Hacienda Alberto Carrasquilla se han dado pistas sobre lo que sería la nueva reforma tributaria, como la colocación de IVA a todos los productos de la canasta familiar, la declaración de renta para trabajadores con ingresos mayores a \$ 1.900.000, así como la disminución de impuesto de renta a las grandes empresas con el fin de incentivar la generación de empleo. (Portafolio, 2018). Aunque han sido declaraciones a través de los medios de comunicación, se espera que el Gobierno presente el proyecto al Congreso. Todo ello genera cierta incertidumbre, tanto en las empresas, como en la población quienes verán afectado su bolsillo.

Colombia, con las políticas del nuevo gobierno, debe estar atento al comportamiento de la economía, pero a la vez a la dinamización de la misma, a partir de la potencialización de sectores como la Educación, Infraestructura, Mercados Financieros, el Fortalecimiento Institucional. (BID, 2018, p. 29). A esto se suma todo lo relacionado con el emprendimiento y la reactivación del sector agropecuario, como bien lo mencionó el Presidente Iván Duque en su campaña a la presidencia.

6.1.2. Variable Política

Actualmente el país vive la llegada de un Nuevo Gobierno, como el del presidente Iván Duque Márquez, un gobierno de Centro Derecha el cual para muchos genera múltiples incertidumbres, en la medida de las decisiones que pueda tomar, bien de continuidad, o de acuerdo a las políticas de su partido. De ello, no hay análisis profundos, lo cierto es que este Gobierno se enfrenta a situaciones relacionadas con Los Acuerdos de Paz con las Farc, el aumento de los cultivos ilícitos, la inseguridad ciudadana, la crisis de Venezuela, los altos índices de pobreza y desempleo, la necesidad de lograr un repunte en la economía. (El Espectador, 2018).

Esto es importante, pues cualquier decisión tomada al respecto sobre los anteriores temas, determinan o afectan la dinámica del país, en cuanto a inversión extranjera, generación de empleo, creación de nuevas empresas. A propósito de esto último, se ha hablado en los últimos días del emprendimiento en el marco de la economía naranja, que junto a la Ley 1780 de 2016 o del emprendimiento juvenil, busca incentivar la creación de nuevas empresas, lo cual indudablemente significara una dinamización de la economía. (Mintic, 2018).

De todas maneras, la actual situación del país en materia política es estable. Ello independiente que en la región no lo sea así, pues en países como Venezuela y Nicaragua se vive una crisis interna a nivel social, económico y político que reclaman la salida del gobierno a quien consideran dictadura. Mientras en países como Brasil y Perú se vive una inestabilidad política debido a los cambios de gobierno por hechos de corrupción. Todo ello a su vez afecta el crecimiento económico de la región y las expectativas de desarrollo. (BID, 2018, p. 3).

6.1.3. Variable social

Colombia, un país con más de 44 millones de habitantes, ha vivido en los últimos años profundos cambios, especialmente con los acuerdos de paz. Ello en la medida de que los mismos, han permitido pasar de una profunda guerra entre grupos ilegales y el Estado, a un panorama más promisorio, podría decirse de paz. Precisamente, así como ese acuerdo de paz ha evitado la muerte de miles de personas, también ha significado una mayor confianza inversionista, un repunte en el turismo, el transporte. (El Tiempo, 2016).

Sin embargo, a pesar de esa situación, las poblaciones siguen siendo víctima de la desigualdad, pues las cifras económicas ya expuestas, llevan a unos niveles de pobreza del 26,9% y de pobreza extrema del 7,4%. (DANE, 2018). Situación que pasa a afectar el acceso a vivienda, a educación, a alimentos, de esta población. A esto se suma la llegada de miles de venezolanos, algunos de ellos de paso hacia los demás países de la región, otros se quedan en el país en busca de mejores oportunidades. Aunque en el caso de la ciudad de Neiva dicha situación aún no se siente, pero de continuar la dinámica actual pronto se verán

los efectos. Migración Colombia habla de cerca de un millón de venezolanos. (Migración Colombia, 2018).

Otro aspecto a considerar es el nivel educativo de la población, pues para el caso de estudio es fundamental, ello en la medida de que la población actualmente busca tener mayor preparación, tanto hombres como mujeres, ello con el fin de lograr obtener mejores oportunidades en cuanto a empleo y tener estabilidad económica. A propósito, de acuerdo al DANE “Para el año 2017, la proporción de la población económicamente activa (PEA) que habían completado la educación media fue 33,5%, el 23,2% había completado la educación básica primaria, el 5,7% la educación básica secundaria, 10,9% la educación técnica profesional o tecnológica, 8,0% la educación universitaria y el 3,4% postgrado”. La población económicamente activa de acuerdo a las mediciones del DANE corresponde a quienes están en edad de trabajar, desde los 12 años para zonas urbanas.

Este último aspecto, es fundamental, pues el hecho de que la población se quiera preparar para tener un buen trabajo o formar su empresa y por tanto buenos ingresos, lleva a hombres y mujeres a no estar en casa y por consiguiente no poderse ocupar por completo de las labores del hogar.

La economía, la cultura, determinan la forma en que se presentan las dinámicas de la población, pero a la vez determinados comportamientos. Uno de ellos está relacionado con los hábitos de consumo de la población. En este caso es importante mencionar como la tecnología ha influenciado los mismos. Precisamente Cámara de Comercio de Bogotá (2018) habla de “algunos aspectos como el uso de la realidad virtual, el mayor desarrollo de la economía colaborativa o de suscripción o los hábitos de vida saludables marcarán el consumo”. De todas formas, es innegable que ello se da en los estratos altos, pues situaciones como la inflación, el desempleo, la informalidad, afecta sustancialmente a los estratos bajos.

6.1.4. Variable tecnológica

Cuando se habla de que esta es la sociedad del conocimiento, de las comunicaciones, es necesario considerar el hecho de como las tecnologías de la información y las comunicaciones ocupan cada día mayores espacios en la vida de la

población. Prácticamente la mayoría de las actividades requieren de su uso. Incluso al momento de comprar un producto o requerir el uso de un servicio. Hoy en día el desarrollo de Apps, Internet de las cosas, Bigdata, inteligencia artificial, realidad virtual, impresión en 3D toma fuerza. Sobre este tema la revista Dinero, (2018) en una entrevista a la viceministra de TIC dice que “Colombia está en la ruta de la Transformación Digital, pero con retos muy interesantes todavía en materia de infraestructura de comunicaciones, de apropiación TIC y de comercio electrónico”.

Teniendo en cuenta esa proliferación de las tecnologías, el hecho de que prácticamente en el país hay más celulares que personas, gran parte con conexión a internet, hay una preocupación de las empresas por entrar al comercio digital. Sobre este tema Dinero.com (2018) citando a MINTIC, (2018) afirma “tan solo el 16% de las empresas grandes realiza ventas a través de comercio electrónico, bajando esta estadística a 14% en pymes y 12% en microempresas”.

En cuanto a conectividad, el 98% de los municipios se encuentran conectados a internet y se presentan más de 26 millones de conexiones. (Mintic, 2017). Ello indudablemente, es un buen panorama, máxime cuando desde la propuesta de creación de empresa se pretende hacer uso de una página WEB y en un futuro hacer uso de una APPS a través de la cual se pueda ofrecer un mejor servicio al cliente.

En consideración a la economía digital y los múltiples desarrollos tecnológicos permiten a una empresa prestadora de este tipo de servicios implementar herramientas como Apps, los cuales permiten un mayor contacto con el cliente, así como agilidad en la prestación de los servicios y eficiencia en los procesos internos de la empresa.

6.1.5. Variable Ecológica

Actualmente hay una preocupación por la conservación del medio ambiente y por consiguiente se presentan múltiples normas para contribuir a tal propósito. Pero también está la tendencia hacia la compra y uso de productos amigables con el medio ambiente. En el caso de las empresas dentro de los procesos de Responsabilidad Social Empresarial, de la misma normatividad como la ISO 14001 llevan a al desarrollo de actividades sostenibles con el medio ambiente. Al respecto Bohórquez y Cendales (2015) dice “La gestión

ambiental en las organizaciones es, hoy por hoy, un tema que ha suscitado gran debate entre empresarios, académicos y grupos sociales que han empezado a notar la importancia de que las empresas asuman la responsabilidad del impacto ambiental que producen”.

Sobre este tema Fenalco (s.f) afirmó “El consumidor actual exige responsabilidad social ambiental, empresarial y practicará estrictamente la responsabilidad ecológica de su existencia”. Todo ello ha llevado al crecimiento de los negocios verdes, aspecto que en el caso de FULL HOUSE debe tenerse en cuenta y podría darse a través del fomento entre los clientes para el uso de productos de aseo amigables con el medio ambiente.

Respecto a este tema, las empresas actualmente deben tener responsabilidad ambiental, viéndose en la obligación de que las actividades desarrolladas tengan los menores impactos sobre el medio ambiente. Por ejemplo, se puede contribuir en materia ambiental fomentando el uso de elementos de limpieza biodegradables, capacitando a quienes prestan el servicio doméstico en manejo de residuos sólidos, etc.

6.1.6. Variable Legal

Colombia es un país, en donde se podría decir hay normas en todos los aspectos. Algunas de ellas beneficiosas para las empresas, otras obligan a cumplir con una serie de requisitos que en ocasiones dificultan su operatividad, aún más cuando se trata de Mipymes. Sin embargo, todo ello le da seguridad jurídica a las inversiones realizadas. Incluso se ha llegado al punto de tener un marco regulatorio para la inversión extranjera en Colombia, lográndose dar estabilidad jurídica y proteger las inversiones. (Ramírez, 2011).

Pero adicional a ello, se ha trabajado por fomentar la creación de empresa, a través de normas como la ley de emprendimiento o la ley 1780 de 2016 sobre emprendimiento juvenil a través de la cual se disminuyen los tramites y costos de los mismos para las empresas creadas por jóvenes. Aunque claro, independiente de ello, Colombia tiene normatividad en todos los ámbitos, ya sea tributaria, ambiental, laboral, de constitución, de Seguridad y Riesgos laborales, etc. Ante ello, se habla de la necesidad de una certidumbre jurídica, mediante normas a largo plazo, reduciendo a su vez la expedición excesiva de normas, las cuales desestabilicen la operación de las empresas. (Asobancaria, 2017, p.25).

Ello lleva a la necesidad de tener en cuenta toda la normatividad con que debe cumplir la empresa, independiente de las implicaciones en cuanto al asumir una serie de costos.

En consideración a ello, al momento de constituirse la Agencia de Servicio de Aseo doméstico, se debe tener especial cuidado con la normatividad en materia laboral, pues no se puede caer operacionalmente en la tercerización de la actividad, ni en formas de cooperativa.

6.2. Análisis del Micro entorno

Se realizará el análisis de estas diferentes fuerzas para que Full House desarrolle estrategias para superar la competencia del mercado.

Se deberá manejar y controlar estas fuerzas ya que influyen directamente sobre el negocio y por consiguiente en la rentabilidad, destacando las ventajas competitivas y convirtiéndolas en los pilares de la estrategia corporativa.

6.2.1. Análisis Del Mercado Microeconómico PORTER

El análisis del Micro entorno se hace teniendo en cuenta las fuerzas de Porter, una herramienta utilizada para comprender las estructuras competitivas del entorno. Siendo en este caso el negocio del cliente, el poder de negociación de los proveedores, amenaza de productos sustitutos y de los productos entrantes y de la rivalidad entre los competidores. Esta técnica es determinante para conocer la posición de la empresa en el mercado.

Negociación Con El Cliente

Identificado el segmento del mercado, teniendo en cuenta que los clientes son personas de estrato tres al seis de la ciudad de Neiva, profesionales empleados, empresarios, quienes tienen niveles de ingresos superiores a los tres salarios Mínimos y donde ambos miembros del hogar trabajan, muestra en primer lugar el poder adquisitivo de los mismos y a la vez la existencia de una necesidad, estando en la disposición de pagar por el servicio. Ahora, como en la ciudad de Neiva, no hay una empresa prestadora de este tipo de servicios, lleva a estimar que puede haber un alto poder de negociación con el cliente.

Negociación con el proveedor: El proveedor directo de personal para el desarrollo de las funciones de aseo será la Agencia Pública de Empleo del SENA (servicio nacional de aprendizaje) de la ciudad, ente que permitirá escoger personas idóneas, capacitadas y con principios, ya que en estas se depositará la confianza y los bienes de nuestros clientes. Del mismo modo están los proveedores de uniformes, en un futuro de implementos de aseo. Sin embargo, estos no terminan siendo una amenaza latente para la empresa.

Dada la modalidad de servicio ofrecido por la empresa, habrá flujo de efectivo diario, por lo que se tendrá la posibilidad de hacer compras de contado y por consiguiente tener mayor control sobre la negociación y según el caso cambiar de proveedores.

Amenazas de nuevos competidores: En las empresas pertenecientes al sector servicios y en particular de servicios de aseo doméstico, la entrada de competidores es probable, dado lo fácil que puede resultar la creación de una empresa con las mismas características o el establecimiento en la ciudad de otras regiones del país.

Aunque en el momento no se tienen identificadas en la ciudad empresas con este tipo de servicio, si los hay en grandes ciudades como Bogotá, Medellín y Cali. Por ejemplo, la Empresa Hogaru ofrece servicios de aseo domestico para hogares y oficinas, con una amplia trayectoria y opera en seis ciudades, lo cual lleva a pensar que viene en un proceso de expansión y en cualquier momento pudiera llegar a Neiva. Hay otras empresas como 4 Home, Servidomesticas en Bogotá, Cali y Barranquilla, Domesticas de Colombia y Casa Limpia. Dichas empresas incluso no necesariamente pueden establecerse en Neiva, puesto que pueden hacer uso de la tecnología para ofrecer sus servicios en la ciudad. Ante ello, dada la inexperiencia, el desconocimiento de la empresa en el mercado, se debe procurar por ofrecer servicios competitivos con el fin de fidelizar al cliente y ante la llegada de competencia ser sostenibles.

Amenazas productos sustitutos

El servicio de empleadas domésticas se presenta en la informalidad en cuanto a su forma de contratación y vinculación laboral. Las empleadas del servicio doméstico generalmente son contratadas por un término no definidos y se realizan contratos verbales para su vinculación laboral esquivando de esta manera una contratación legal que conlleve

todo lo relacionado con la ley de prestaciones sociales. No se suelen tener en cuenta prestaciones sociales ni pagos parafiscales, así como el reconocimiento de los tiempos de vacaciones ni permisos laborales. (Universidad del Rosario, 2018, p.3). En un momento dado, se podría decir que el servicio ofrecido de manera informal es la amenaza visible para la empresa a crear.

Sin embargo, a través de la Agencia se busca además de ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades del cliente, contar con personal, contratado de acuerdo a lo estipulado por la legislación laboral colombiana. Dando garantía y seguridad al cliente, logrando así fidelizarlo, aún más si se considera que en la ciudad de Neiva no hay una empresa especializada en la prestación de este servicio a los hogares.

Rivalidad entre los competidores.

Empresas prestadoras de servicio de limpieza doméstico como las ya mencionadas, entre ellas Hogaru, 4 Home, Servidomesticas Domesticas de Colombia y Casa Limpia. Estas empresas operan en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla, siendo las más reconocidas manteniendo el dominio en el mercado, ofreciendo precios competitivos y haciendo uso de las diferentes herramientas digitales para llegar al cliente y a través de las que realizan procesos como solicitud del servicio, agendamiento, sistemas de pagos mediante convenios con Baloto, Efecty, Bancos, etc. De esta manera, se debe tener presente la necesidad de ofrecer al cliente una propuesta de valor diferenciadora de forma que, ante la llegada de competencia, esta no afecte de forma grave las operaciones de la empresa.

A partir del análisis del Macro entorno y el Micro entorno, se encuentra en la ciudad de Neiva, un mercado inexplorado. Aunque a nivel nacional hay varias empresas reconocidas, algunas de ellas con operación en varias ciudades que en cualquier momento pueden convertirse en grandes competidores. Lo importante en este caso, es aprovechar las herramientas tecnológicas, los beneficios para creación de empresa, para colocar en marcha la empresa, dejando presente que la misma debe satisfacer las necesidades de los clientes potenciales identificados, mediante una propuesta de valor atractivo, que lleve a fidelizar al cliente y a un crecimiento paulatino en el sector.

7. Estudio de Mercado

7.1. Análisis del sector económico

El sector servicios, es uno de los de mayor expansión en los últimos años en Colombia, en el 2018 fue del 3,4%, crecimiento en gran proporción dado gracias al sector financiero, seguido del sector de servicios sociales con una participación de 16% en el PIB. (ANIF, 2018). Por su parte, el subsector de servicios a hogares y servicio doméstico registró un crecimiento de 3,1% anual en 2017, desacelerándose levemente frente al crecimiento observado en 2016 (4%) y en línea con el bajo dinamismo de los ingresos de este subsector. Esto último se manifestó especialmente en las actividades de empleo, seguridad e investigación privada y servicios a edificios, cuyos ingresos operacionales tuvieron un crecimiento anual de solo 1,5% real en el último trimestre del año (vs. 3,5% en el mismo trimestre de 2016). (ANIF, 2018).

7.2. Análisis del mercado

El servicio de empleadas domésticas siempre ha estado marcado por la informalidad en cuanto a su forma de vinculación laboral y contratación. Las empleadas domésticas son contratadas por términos no definidos y se realizan contratos verbales para su vinculación formal obviando de esta manera una contratación legal ni teniendo en cuenta lo de ley ni las prestaciones sociales a las que tiene derecho. No se suelen tener en cuenta prestaciones sociales ni pagos parafiscales, así como el reconocimiento de los tiempos de vacaciones ni permisos laborales. (Guataquí, García y Rodríguez, 2010). En esa situación se encuentran en Colombia se encuentra el 90% de los más de 800.000 trabajadores de la limpieza. (Mintrabajo, 2018). En tal caso, mediante la creación de este tipo de empresas, aparte de satisfacer las necesidades de un mercado, se está logrando la dignificación y formalización laboral.

Se debe tener en cuenta que, para el caso de la ciudad de Neiva, más específicamente en lo relacionado con servicio doméstico en los hogares, aunque se habla de una variación del 2,2% en 2017 respecto al año anterior y de una contribución del 0,5 al

PIB del Huila, no hay una cifra exacta de cuantos hogares cuentan con este servicio, dada la informalidad existente. (Cámara de Comercio, 2017, p.32).

7.3. Descripción y análisis del producto

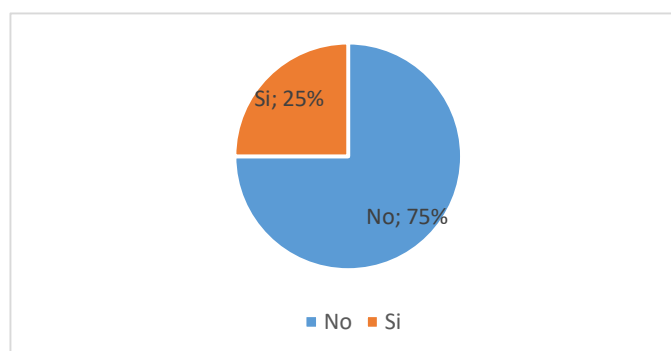
FULL HOUSE será una empresa dedicada a la prestación de servicios de aseo para el hogar se prestará a través de personal altamente calificado, con eficiencia y eficacia, dando garantía de calidad y buen servicio. Esperando que con este servicio se pueda satisfacer las necesidades de bienestar, confort a nuestros clientes. Para solicitar el servicio el cliente puede hacer uso de la plataforma Web o se comunica con la empresa y programa la fecha y hora en que desea le sea prestado el servicio.

7.4. Análisis de los resultados de la encuesta a clientes

Se realizó una encuesta vía telefónica a personas que viven en los estratos 3 al 6 de la ciudad de Neiva, específicamente en los barrios Ipanema, La Gaitana y Prado Alto y conjuntos residenciales de la zona, en la cual se definieron tres conceptos:

1. ¿Tiene actualmente empleada doméstica?

Ilustración 2: Actualmente cuenta con empleada domestica

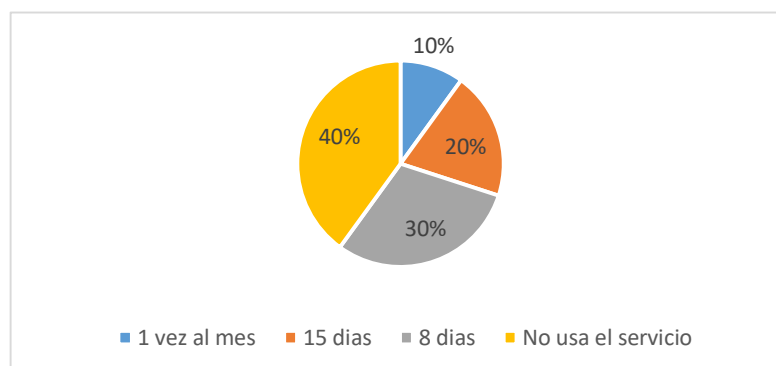


Fuente: Elaboración propia

Claramente se detectó que el 25% de los encuestados si poseen empleada doméstica para las labores del hogar, y el 75% no posee empleada del servicio doméstico.

2. ¿Cada cuánto solicita usted empleada doméstica en su casa para realizar aseo en su vivienda?

Ilustración 3: Frecuencia de uso de servicio Empleada domestica

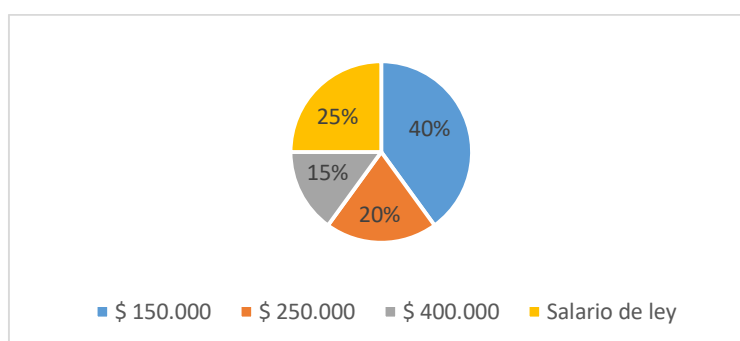


Fuente: Elaboración propia.

Se encontró que los encuestados utilizan el servicio de aseo domestico con una frecuencia del 30% cada ocho días, el 20% cada quince días, el 10% una vez al mes y el 40% no usa el servicio. A partir de ello, se puede ver una gran proporción de posibles clientes potenciales a los cuales se puede llegar a través del servicio de aseo doméstico.

3. ¿Cuál es el presupuesto mensual que destina usted para el pago de su empleada doméstica?

Ilustración 4 Salario mensual empleada domestica



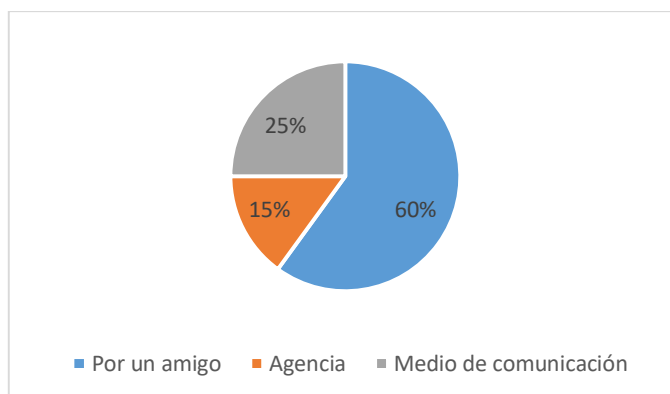
Fuente: Elaboración propia.

Con esta pregunta, se evidenció que gran parte de quienes tienen empleada doméstica, el 40% paga \$150.000, el 25% el salario de ley, el 20% paga \$250.000, mientras

que el 15% paga un salario de \$400.000. En este caso se confirma la informalidad en este sector del servicio de aseo doméstico, siendo ella una situación que se debe contemplar al momento de poner en marcha la empresa.

4. ¿Cómo conoció a su empleada doméstica?

Ilustración 5: Medio a través del cual conoció a la empleada domestica

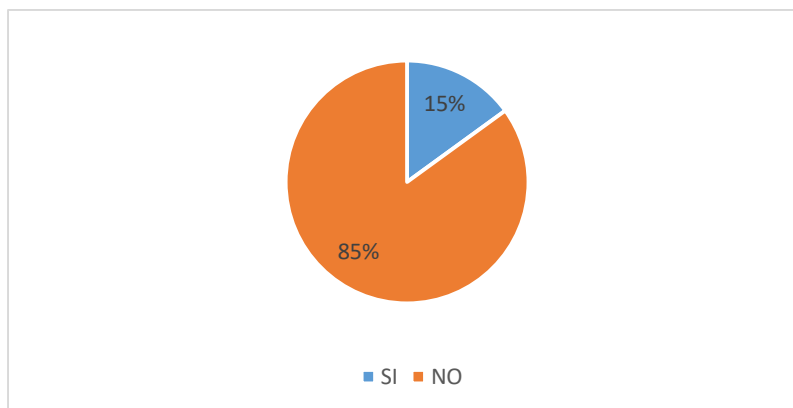


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la forma en cómo conoció a la empleada doméstica, el 60% de los encuestados dijo que a través de un amigo, mientras el 25% a través de un medio de comunicación. El 15% de ellos, lo conoció por medio de una agencia. Estos resultados se dan a que dada la informalidad las empleadas domésticas son contratadas a partir de referidos, conocidos.

5. ¿Conoce alguna agencia que preste servicio de aseo a domicilio en la ciudad?

Ilustración 6 Conocimiento existencia agencia de aseo domestico



Fuente: Elaboración propia

Respecto a si conocen alguna empresa prestadora del servicio de aseo para hogares en la ciudad de Neiva, el 85% dijo no, mientras el 15% respondió afirmativamente.

A partir de la aplicación de la encuesta, se encuentra que si hay una demanda insatisfecha y una disposición de los posibles clientes por satisfacer esa necesidad a través de la empresa de servicios de aseo doméstico. Al igual se encuentra que en la ciudad de Neiva no hay una oferta de estos servicios, conllevando a una alta informalidad en el sector, lo cual queda en evidencia en los salarios que pagan.

7.5. Tamaño del mercado

En la ciudad de Neiva hay construidas aproximadamente 80.000 viviendas, proyectadas a partir de estadísticas de 2010 en donde se indica que en la ciudad de Neiva hay 64.320 viviendas (DANE, 2010). De ese total de viviendas, el 65% corresponde a estrato 3 en adelante, para un total de 44.000 viviendas aproximadamente. Sin embargo, es de anotar que inicialmente se pretende llegar a un 5% de ese mercado.

7.6. Participación en el mercado

La aceptación por parte del tamaño del mercado objetivo en la empresa de servicios domésticos para el hogar, es de un 85%, es un porcentaje considerado como conveniente para efectuar el proyecto, dando un resultado de familias de estrato 3 y 4 de la ciudad, considerando que el 78,6% de las viviendas de Neiva son casa y el Promedio de 3.7 personas por hogar.

7.7. Demanda Potencial

El mercado potencial para Full House, son familias de estrato 3 y 4 de la ciudad de Neiva-Huila, que han mostrado interés en utilizar los servicios de la empresa, pensando en satisfacer sus necesidades al contratar servicios especializados para las tareas del hogar. Lo anterior se hace sin excluir las otras estratificaciones de acuerdo a su capacidad económica. Según el crecimiento logrado, se pretende en el segundo año de actividades dar apertura a una sucursal posiblemente ubicada en una de las tres principales ciudades de Colombia,

cuya escogencia depende del momento coyuntural económico respectivo, su mercado puede estar ubicado en el sector de los pequeños y medianos empresarios.

7.8. Análisis de la oferta y de la competencia

Tabla 1 Análisis de la competencia.

Descripción	Competencia				
	Hogaru	4Home	Servidomesti cas	Casa Limpia	Doméstic os de Colombi a
Localización	Bogotá, Medellin Cali, Barranquill a, Cartagena y Bucaraman ga	Bogotá	Bogotá, Barranquilla y Medellin	Bogotá, Medellín, Boyacá, Eje cafetero, Bucaramang a, Cali, Barranquilla , Villavicenci o, Tolima	Bogotá
Productos y servicios (Atributos)	Servicios de limpieza profesional y de productos de limpieza para oficinas y hogar	Servicios de limpieza profesional oficinas y hogar	Limpieza residencial y comercial. Servicio de atención a cafetería por días	Servicios Empresariales: Aseo y cafetería, Servicios especializados, Mantenimiento técnico locativo y Facility Management. Servicios residenciales: Aseo por días, seguridad y vigilancia	Servicio de aseo domestico para hogar, restaurante y oficinas

				por días, afiliación empleada domestica	
Precios	4 Horas desde \$49.000 8 horas desde \$69.000	4 Horas desde \$54.900 8 horas desde \$89.900	4 horas desde 50 mil pesos 8 horas de 80 mil pesos	En aseo domestico 4 horas desde 50 mil pesos 8 horas de 80 mil pesos	Paquetes de horas desde 45 mil pesos
Logística de distribución	Asignación de cuenta virtual Catálogo, agendamiento y pagos virtuales	Asignación de cuenta virtual Catálogo, agendamiento y pagos virtuales	Telefónico	Apps, telefónico	Telefonico o
Otros (Paquetes de horas)	Paquetes por horas	Paquetes de 4 y 8 horas diaria, semanal, quincenal y mensual	Paquetes por horas	Paquetes de horas y días	Paquetes por horas y días

Fuente: Elaboración propia.

En la ciudad de Neiva no hay empresas identificadas de servicios de aseo domestico para hogar, pero si las hay a nivel nacional. Dentro de esas empresas identificadas se encuentra que algunas de ellas se encuentran en un proceso de expansión, donde el servicio no solo se remite a aseo doméstico, sino también al empresarial. Una de ellas incluso ofrece los productos de aseo. Así mismo, la mayoría de estas empresas llevan sus servicios a través del uso de aplicaciones y páginas Web. En todos los servicios tiene precios similares y se encuentran en paquetes de horas o días. Todo ello, es un referente importante para la Full Hogar en cuanto a la forma en que se presta el servicio, en los precios, en la forma de llevar el servicio al cliente, en cómo se realizan operaciones como agendamiento de citas, pagos, etc.

7.9. Análisis de los precios

Clientes: Los clientes a los que Full House les brindará el servicio se encuentran en un rango de edad de 24 a 60 años, trabajan, estudian y/o tienen poco tiempo para dedicar a las labores del hogar, desean tener servicios de calidad, buen precio, exclusivos, confiables y personalizados, ya sea que requieran el servicio doméstico ocasional o diariamente para su hogar u oficina. Los clientes deben tener un buen poder adquisitivo, para adquirir los servicios domésticos prestados por la agencia y tener disposición para pagar por el servicio elegido.

Competencia: En la ciudad de Neiva no hay identificadas empresas de servicios de aseo doméstico dirigidos al hogar, aunque sí de servicios empresariales. Mientras que a nivel nacional sí hay varias empresas con servicios similares. Por consiguiente, se debe tener un componente diferenciador, ligado a la generación de confianza mediante un seguimiento al servicio prestado, capacitación permanente a los empleados y contacto con el cliente.

Costos

Tabla 2: Análisis del precio.

ANÁLISIS DEL PRECIO	
C. variable unitaria	\$24.724
fijo unitario	\$21.667
Total costos	\$46.391
Precio servicio	\$57.989
PRECIO	\$58.000

Fuente: Elaboración propia

El precio establecido por la prestación del servicio es de \$58.000 por jornada laboral, este se definió a través de la variable unitaria y, costos fijos y totales.

7.10. Proyecciones de venta

De acuerdo con la información obtenida por la investigación de mercados, se realiza la proyección de ventas según una penetración del mercado. Se traza para éste un 0,5% del mercado real.

Tabla 3: Proyección De Ventas

PROYECCIÓN VENTAS	Ventas Mensuales año 1	Ventas Mensuales año 2	Ventas Mensuales año 3	Ventas Mensuales año 4	Ventas Mensuales año 5
Cliente Mes	117	123	129	136	142
valor servicio	\$58.000	\$60.900	\$63.945	\$67.142	\$70.499
Valor total	\$6.786.000	\$7.490.700	\$8.248.905	\$9.131.312	\$10.010.858

Fuente: Elaboración propia.

La proyección se estableció para los próximos 5 años teniendo como parámetros la cantidad de clientes que se atenderán por mes y el valor cobrado por el servicio

8. Estudio Técnico/Operacional

8.1. Ubicación

Para determinar la ubicación más favorable para la empresa se realiza un estudio de macro localización y micro localización.

8.1.1. Macro localización

La empresa se iniciará en la ciudad de NEIVA capital del departamento del Huila ya que la ciudad carece de una empresa de este tipo de servicio y existen clientes potenciales en el nicho de mercado estudiado.

8.1.2. Micro localización

Se establecieron parámetros para encontrar el punto más estratégico para la ubicación de la oficina de la empresa, lo cual se consideró pertinente ubicarla en el centro

de la ciudad de Neiva especialmente a los alrededores del parque Santander, ya que este monumento es un emblema de la ciudad y es un punto de alta afluencia de personas. Pero antes se debe identificar tres alternativas posibles de localización del proyecto; primera: cerca del parque Santander localizado en el centro de Neiva, continuo a la Plaza cívica los libertadores y en las afueras de la ciudad en la zona franca sur colombiana.

Ubicar la empresa junto al parque Santander del centro de Neiva, estar más cerca de las personas que transita el centro diariamente, lo cual permitirá llegar más fácil a los clientes y así aumentar las ventas.

La Plaza cívica los libertadores es una zona ubicada en el antiguo sitio de la galería cerca del centro comercial los comuneros, es bastante transcurrida principalmente en automóvil o motocicleta, dado que está en una avenida muy transitada, pues atraviesa prácticamente de sur a norte toda la ciudad, este sería un punto donde se podría dar a conocer fácilmente la empresa.

En la zona Franca Sur colombiana, teniendo una visión a futuro, dado que la ciudad se está expandiendo constantemente hacia estos sectores, se tiene la ventaja de que por la ciudad cruza la vía nacional, y se conecta con otros municipios al sur del departamento y es muy transitada y se podría aprovechar para un más rápido reconocimiento.

Se Realizará el método de ponderación de factores la localización, teniendo en cuenta las siguientes variables a evaluar:

1. visibilidad de la empresa,
2. tránsito de clientes,
3. facilidad de espacio y
4. facilidad de desplazamiento.

La calificación se hará en una escala de 1 a 5, siendo 5 la mayor calificación y 1 la menor, con el fin de identificar cada una de las localizaciones alternativas, cada uno de los

factores relevantes para determinar su selección y por último elegir la localidad óptima determinada por el puntaje más alto.

Valoración de los factores:

Tabla 4: Factor Localización.

Factor Localización	Visibilidad de la empresa	Tránsito de clientes	Facilidad de espacio	Facilidad de desplazamiento	Total
Parque Santander del centro de Neiva	5	5	4	5	19
La plaza cívica los Libertadores	4	5	4	5	18
En la zona franca sur colombiana	4	2	5	3	14

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados arrojados en nuestra ponderación, muestran que la localización óptima de la empresa es en el Parque Santander del centro de Neiva, esta fue la alternativa de localización con mayor puntaje en la evaluación de factores de localización determinantes.

8.2. Ficha Técnica

Descripción Del Servicio: Servicio de aseo domestico a través de personal capacitado e idóneo, el cual será garantía de calidad y buen servicio. Se ofrecerán al usuario servicios individuales, así como paquetes por horas o días.

Beneficios

1. Personal altamente capacitado sobre servicio al cliente y servicio doméstico.
2. Totalmente confiable y eficiente en servicio prestado.
3. Se da todos los elementos de trabajo y de protección para su realización.
4. Se coordina los horarios y pago del servicio solicitado

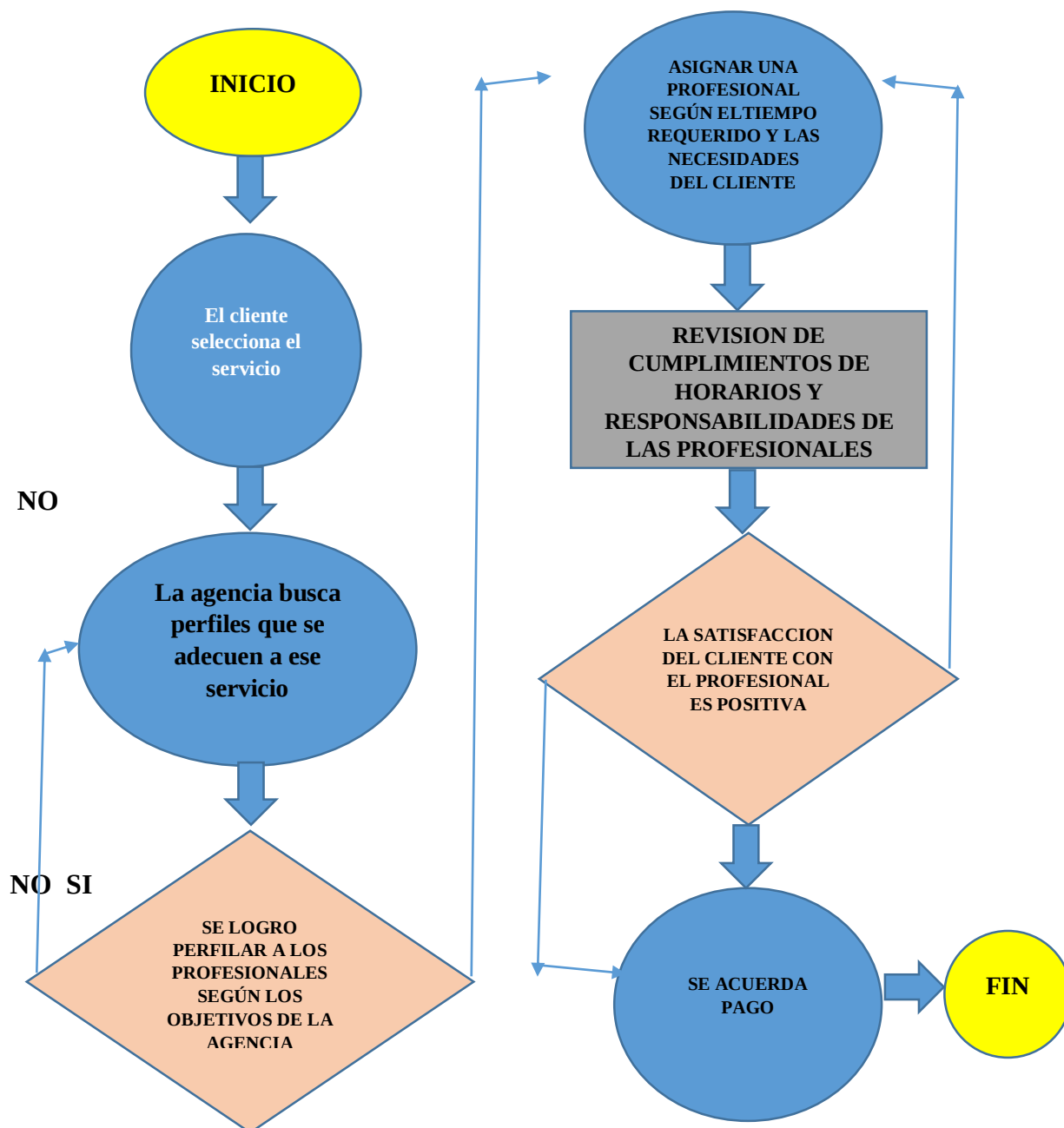
Modo De Adquirir El Servicio

- De forma presencial en las oficinas de Full House, de forma telefónica o a través de página web o por redes sociales.
- Se Coordina hora, fecha y lugar para la prestación del servicio.
- Se acuerda forma de pago del servicio solicitado.

Observaciones: El cliente puede elegir varias opciones del servicio, las cuales pueden tener variables de tipo de servicio, tiempo y precio.

8.3. Análisis de Procesos de prestación del servicio

Ilustración 7 Análisis de Procesos de prestación del servicio

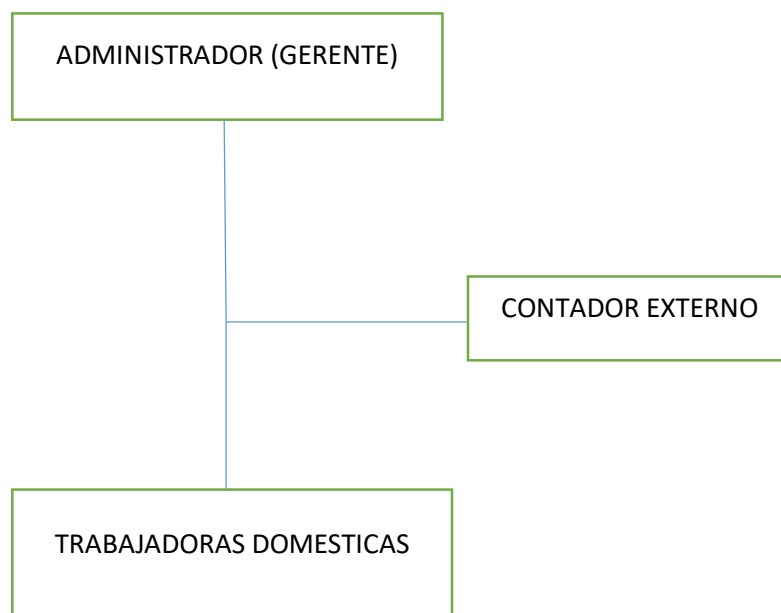


Fuente: Elaboración propia.

9. Estudio Organizacional y Legal

9.1. Estructura Organizacional

Ilustración 8 Organigrama De La Empresa.



Fuente: Elaboración propia

9.2. Análisis de cargos

Perfiles de cargos

Gerente general: Es el encargado de la planificación, dirección, control y supervisión de todos los procesos de la empresa, así como el adecuado manejo de los recursos económicos y humanos de la misma, la principal función es velar por el cumplimiento de las metas y objetivos a corto y largo plazo establecidos.

Contador externo: E el encargado de organizar y registrar los movimientos contables de la empresa por medio de la realización de estados y balances financieros, con

el tiempo este recurso de alta fidelidad se utilizará para la toma de decisiones dentro de la agencia.

Trabajadora doméstica: Persona encargada de realizar todas las labores asignadas de acuerdo a las directivas en relación a la prestación de servicios de aseo doméstico. (Ver Anexo 2).

9.3. Costos administrativos

Tabla 5: Costos

COSTOS FIJOS		
	Costo mes	Costo año
ARRIENDO	\$500.000	\$6.000.000
CONTADOR	\$350.000	\$4.200.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$300.000	\$3.600.000
OTROS	\$150.000	\$1.800.000
TOTAL	\$1.300.000	\$15.600.000

Fuente: Elaboración propia.

La empresa identifica que dentro de su operación fija mensual debe contar con \$1'300.000 para cubrir los costos de funcionamiento.

9.4. Tipos de sociedad

La constitución de la empresa se realizó bajo la sociedad tipo S.A.S: Sociedad por acciones simplificada. Este tipo de sociedad se constituyó bajo la ley 1258 de 2008 y entró en vigencia el 15 de diciembre de 2008. Esta sociedad se escogió por ser el mecanismo más moderno y ventajoso para la formalización de este tipo de empresa.

Entre otras ventajas se encuentra la facilidad para la formalización de la actividad, por medio de documento privado, reduciendo los costos de escritura ante notario público.

Este tipo de sociedad puede ser constituida por uno o infinitos accionistas, tener actividades comerciales múltiples o indeterminadas, plazo de duración indefinida y

prescindir de órganos burocráticos innecesarios como revisor fiscal hasta cierto monto de utilidades o activos brutos, que dada la magnitud actual e la empresa son innecesarios.

Así las partes deberán diseñar los estatutos sociales en la forma que más convenga a sus propios intereses. La negociación de las cláusulas estatutarias es responsabilidad de las partes, de manera que las protecciones para cada una de ellas dependerán en gran medida de la diligencias de contratantes y asesores en la definición de reglas equilibradas en el contrato social”(Francisco, 2009) .

9.5. Imagen corporativa

Inicialmente se tuvieron en cuenta varias opciones de nombre, pero para evitar casos de homonimia nacional, se verificaron a través de la cámara de comercio de Neiva los diferentes nombres y se escogió la marca, FULLHOUSE S.A.S, marca que posteriormente fue registrada ante la entidad respectiva.

Ilustración 9 Logo De La Empresa



Fuente: Elaboración propia

9.6. Estrategia organizacional.

La estrategia organizacional estará enfocada en darle valor al servicio al cliente, a partir de todos los integrantes de la agencia.

Misión

Soluciones integrales para su hogar FULLHOUSE: Es una empresa que presta los servicios integrales de limpieza y aseo para el hogar, con personal altamente capacitado y

de confianza, satisfaciendo con calidad las necesidades de nuestros clientes, propiciando crecimiento a nuestros colaboradores.

Visión.

FULLHOUSE soluciones integrales para su hogar será en el 2023 en la ciudad de Neiva la empresa líder especializada en la prestación de servicios de aseo y limpieza para el hogar, con cultura de atención al cliente y crecimiento responsable para nuestros colaboradores y empresa.

9.7. Permisos y licencias.

Clasificación de la empresa por actividad económica (CIU)

Aunque en la constitución de la empresa como sociedad tipo S.A.S establece la posibilidad de tener actividades comerciales múltiples o indeterminadas, la empresa se constituyó usando tres códigos para su clasificación por actividad económica, sin que esto limite otras actividades no inscritas en este documento.

Los códigos (CIU) usados fueron:

- ✓ 4559: Otros trabajos de terminación y acabados.
- ✓ 7492: Obtención y suministro de personal.
- ✓ 7020: Actividades inmobiliarias

9.8. Legislación

Legislación laboral

La legislación para la ejecución de los servicios prestados por la empresa, se perfeccionarán a través de un contrato de tipo no laboral; éste es denominado contrato de prestación de servicios, que a su vez está regido por las leyes nacionales amparadas en el código de procedimiento civil y el código de comercio. Sobre el “contrato de prestación de servicios”, la Corte Constitucional mediante Sentencia C154/97, del Magistrado Ponente HERNANDO HERRERA VERGARA, señaló que “un contrato de prestación de servicios era la actividad independiente desarrollada, que puede provenir de una persona jurídica con la que no existe el elemento de la subordinación laboral o dependencia consistente en la

potestad de impartir órdenes en la ejecución de la labor contratada.” Mientras que, el Código de Comercio por su parte, define el Contrato de Suministro de Servicios en el artículo 968, como: "El Suministro es el contrato por el cual una parte se obliga, a cambio de una contraprestación, a cumplir a favor de otra, en forma independiente, prestaciones periódicas o continuadas de cosas o servicios". Con base en estas dos definiciones se ratifica la presunción del contrato elegido y se procede a poner expresamente las características más relevantes del mismo.

La contratación bajo esta modalidad, deberá ser de manera ocasional, de forma que no se cumplan los requisitos dados por el artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo subrogado por el artículo 1° de la Ley 50 de 1990, esto es, que no se genere una relación laboral. Este tipo de contratos no recibe salario sino honorarios, la afiliación al sistema de seguridad social la debe realizar el proveedor como trabajador independiente: el contratista asume la totalidad de las prestaciones; sus aportes se cotizan sobre una base del 40% del valor del contrato, no se genera una relación laboral, no hay lugar a pago de prestaciones sociales por parte del empleador y no hay obligaciones en el cumplimiento de horario. La duración de este es limitada (tiempo en el cual se perfecciona dicho contrato), se llega al fin de la labor para la que fue contratado, y presenta como característica la autonomía e independencia del contratista desde el punto de vista técnico y científico.

En este tipo de contratos se acordarán aspectos como objeto, remuneración por los servicios prestados, tiempo de ejecución de las actividades contratadas y las causas de terminación del contrato. Como en este contrato no existe una relación de carácter laboral, no le son aplicables las disposiciones del Código Sustantivo del Trabajo, sobre el reconocimiento y pago de prestaciones sociales.

9.9. Impuestos y Tasas

Los impuestos que la Empresa debe pagar según su constitución son los siguientes:

- ❖ Impuesto de renta y complementario régimen ordinario.
- ❖ Retención en la fuente a título de renta.
- ❖ Retención en la fuente en el impuesto sobre las ventas.
- ❖ Ventas régimen común.

❖ Informante de exógena.

10. Formulación y evaluación financiera

10.1. Costos

Tabla 6 Costos variables y fijos.

COSTO VARIABLE		
	MES	AÑO
COSTO TOTAL EMPLEADOS	\$5.933.810,51	\$71.205.726
TOTAL, OBLIG. LAB	\$4.743.810,51	\$56.925.726
TOTAL DOTACION	\$150.000	\$1.800.000
TOTAL TRANSPOR.	\$1.040.000	\$12.480.000
TOTAL	\$5.933.810,51	\$71.205.726
COSTOS FIJOS		
	MES	AÑO
ARRIENDO	\$500.000	\$6.000.000
CONTADOR	\$350.000	\$4.200.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$300.000	\$3.600.000
OTROS	\$150.000	\$1.800.000
TOTAL	\$1.300.000	\$15.600.000

Fuente: Elaboración propia.

10.2. Punto de equilibrio

Tabla 7: Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTO VXH	\$4.333,33
COSTO FIJO	\$6.193.810,51
SERVICIO MES	115
ING MES	\$6.693.931,86
COSTO V MES	\$500.121,35
COSTO FIJO	\$6.193.810,51
	\$0,00

Fuente: Elaboración propia. (VXH=valor por hora)

Para que la empresa Full House alcance su punto de equilibrio, esta debe prestar el servicio de aseo a 115 hogares mensualmente.

10.3. Presupuestos

Tabla 8 Presupuesto organizacional

PRESUPUESTO GASTOS NO OPERACIONALES					
	2019	2020	2021	2022	2023
OTROS	\$ 300.000	\$ 312.059	\$ 324.602	\$ 337.650	\$ 351.222
INTERESES	\$ 7.012.500	\$ 6.207.238	\$ 5.176.099	\$ 3.855.726	\$ 2.164.989
GASTOS NO OPERACIONALES					
Concepto	Valor	Vida útil	Año		
Equipo de computo	\$ 7.000.000	5	\$ 1.400.000		
Muebles y enseres	\$ 8.000.000	5	\$ 1.600.000		
Equipos de comunicación	\$ 1.500.000	5	\$ 300.000		
TOTALES	\$ 16.500.000		\$ 3.300.000		
ACTIVOS INTANGIBLES					
Concepto	Valor	Vida útil	Año		
Gastos constitución	\$ 3.000.000	5	\$ 600.000		
Formulación de proyecto	\$ 4.000.000	5	\$ 800.000		
Publicidad y promoción	\$ 5.000.000	5	\$ 1.000.000		
TOTALES	\$ 12.000.000		\$ 2.400.000		

Fuente: Elaboración propia.

Aquí se muestra que para el desarrollo del proyecto en cuanto a su puesto en marcha se requieren \$35.000.000.

10.4. Flujo de caja

Tabla 9 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA FULL HOUSE

CONCEPTO \ AÑOS	0	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos por año		\$149.834.880	\$155.079.101	\$160.506.869	\$166.124.610	\$171.938.971
Egresos						
COSTOS DE PRODUCCION		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Materia Prima		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Mano de Obra		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
COSTOS INDIRECTOS FABRICACION		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$103.027.427	\$104.658.071	\$105.974.127	\$106.860.333	\$107.168.152
Gastos Fijos		\$89.843.927	\$92.988.464	\$96.243.060	\$99.611.567	\$103.097.972
Gastos de distribución		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Intereses		\$13.183.500	\$11.669.607	\$9.731.067	\$7.248.766	\$4.070.180
Depreciación		\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000
Amortización Intangibles		\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$41.907.453	\$45.521.030	\$49.632.743	\$54.364.277	\$59.870.819
Impuestos 33%		\$13.829.460	\$15.021.940	\$16.378.805	\$17.940.211	\$19.757.370
UTILIDAD NETA		\$28.077.994	\$30.499.090	\$33.253.938	\$36.424.065	\$40.113.449
Depreciación		\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000	\$2.500.000
Amortización Intangibles		\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000	\$2.400.000
INVERSION INICIAL						
Activos fijos	-\$16.500.000					
Activos Intangibles	-\$12.000.000					
Capital de Trabajo	-\$8.468.008	-\$134.026	-\$108.169	-\$72.839	-\$25.300	\$0
Inversión Ampliación	-\$6.000.000					
Préstamo	-\$25.000.000					
Amortización deuda		-\$5.397.123,73	-	-\$8.849.557	-	-\$14.510.444
FLUJO NETO DE CAJA	-\$67.968.008	\$27.446.845	\$6.911.016,94	\$29.231.541	\$11.331.857,98	\$29.966.907
TOTAL INVERSION	\$67.968.007,66					

Fuente: Elaboración propia.

10.5. Estados financieros

Tabla 10 Estados de resultados proyectados

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO						
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
INGRESOS OPERACIONALES		\$138.600.000,00	\$147.026.880,00	\$155.516.212,05	\$164.495.718,14	\$173.993.700,90
SERVICIOS DOMESTICOS		\$138.600.000,00	\$147.026.880,00	\$155.516.212,05	\$164.495.718,14	\$173.993.700,90
COSTO OPERACIONALES		\$ 84.366.301,44	\$ 90.231.280,81	\$ 95.617.825,20	\$ 100.855.552,59	\$ 106.082.414,05
SUELDOS		\$ 83.038.441,44	\$ 88.851.132,34	\$ 94.182.200,28	\$ 99.362.221,30	\$ 104.529.056,80
DOTACION		\$1.327.860	\$1.380.148	\$1.435.625	\$1.493.331	\$1.553.357
UTILIDAD BRUTA		\$54.233.698,56	\$56.795.599,19	\$59.898.386,85	\$63.640.165,54	\$67.911.286,85
GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 7.350.000,00	\$ 7.383.058,80	\$ 7.416.007,32	\$ 7.449.408,09	\$ 7.484.391,69
GASTOS FIJOS		\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS		\$ 300.000,00	\$ 312.058,80	\$ 324.602,32	\$ 337.650,03	\$ 351.222,21
SERVICIOS PROFESIONAL		\$ 350.000,00	\$ 371.000,00	\$ 391.405,00	\$ 411.758,06	\$ 433.169,48
DEPRECIACION		\$ 3.300.000,00	\$ 3.300.000,00	\$ 3.300.000,00	\$ 3.300.000,00	\$ 3.300.000,00
AMORTIZACION INTANGIBLES		\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.400.000,00
UTILIDAD OPERACIONAL		\$46.883.698,56	\$49.412.540,39	\$52.482.379,54	\$56.190.757,45	\$60.426.895,16
GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 7.312.500,00	\$ 6.519.296,46	\$ 5.500.701,54	\$ 4.193.376,49	\$ 2.516.211,35
OTROS		\$ 300.000,00	\$ 312.058,80	\$ 324.602,32	\$ 337.650,03	\$ 351.222,21
INTERESES		\$ 7.012.500,00	\$ 6.207.237,66	\$ 5.176.099,22	\$ 3.855.726,46	\$ 2.164.989,14
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO		\$39.571.198,56	\$42.893.243,93	\$46.981.678,00	\$51.997.380,96	\$57.910.683,81
IMPUESTO		\$13.058.495,52	\$14.154.770,50	\$15.503.953,74	\$17.159.135,72	\$19.110.525,66
UTILIDAD NETA		\$26.512.703,04	\$28.738.473,43	\$31.477.724,26	\$34.838.245,24	\$38.800.158,15

Fuente: Elaboración propia.

En la evaluación de los estados financieros se puede identificar que Full House, se convierte en una empresa generadora de utilidad después de sacar los costos y gastos de funcionamiento.

Indicadores financieros

Tabla 11. Indicadores financieros

CALCULO TIO (TASA INTERNA DE OPORTUNIDAD)								
\$47.577.605	FUENTE	MONTO	PONDERACIÓN	COSTO FUENTE	C.C.P.P	TIR	31%	
\$20.390.402,30	PASIVO	\$47.000.000	69%	28,05%	19,4%	VNA	\$76.448.998,57	\$8.480.990,90
\$67.968.008	RECURSOS PROPIOS	\$20.968.008	31%	20%	6,2%			
\$20.968.007,66	TOTAL	\$67.968.008	100%		25,6%			
CALCULO CAPITAL DE TRABAJO								
Gastos Desembolsables		\$103.027.427	\$104.658.071	\$105.974.127	\$106.860.333	\$107.168.152		
Capital de Trabajo	\$8.468.008	\$8.602.033,22	\$8.710.202,20	\$8.783.041,08	\$8.808.341,24	\$0		
Capital de Trabajo Neto	\$8.468.008	\$134.026	\$108.169	\$72.839	\$25.300			
INVERSIÓN INICIAL								
ACTIVOS FIJOS			TABLA DE AMORTIZACION PRESTAMO					
Concepto	Valor	Vida-Útil	Año	PERIODO	PAGOS	INTERES	AMORTIZACIÓN	SALDO
Equipos de computo	\$7.000.000	20%	\$1.400.000	0				\$47.000.000
Muebles y Enseres	\$8.000.000	10%	\$800.000	1	\$18.580.623,73	\$13.183.500,00	\$5.397.123,73	\$41.602.876,27
Equipos de comunicación	\$1.500.000	20%	\$300.000	2	\$18.580.623,73	\$11.669.606,79	\$6.911.016,94	\$34.691.859,33
TOTALES	\$16.500.000		\$2.500.000	3	\$18.580.623,73	\$9.731.066,54	\$8.849.557,19	\$25.842.302,13
				4	\$18.580.623,73	\$7.248.765,75	\$11.331.857,98	\$14.510.444,15
				5	\$18.580.623,73	\$4.070.179,58	\$14.510.444,15	\$0,00
ACTIVOS INTANGIBLES								
Concepto	Valor	Vida-Útil	Año					
Gastos Constitución	\$3.000.000	5	\$600.000					
Formulación del proyecto	\$4.000.000	5	\$800.000					
Publicidad y promoción	\$5.000.000	5	\$1.000.000					
TOTALES	\$12.000.000		\$2.400.000					

Fuente: Elaboración propia.

Mediante esta ilustración de los indicadores financieros se evidencia, como la puesta en marcha de la empresa es viable, lo cual se puede corroborar a partir de la TIR y el VNA. En el caso de la TIR del 31%, muestra una amplia rentabilidad del proyecto, esto en consideración a que es una empresa de servicios y hay una rápida recuperación de la

inversión. Lo mismo el VNA, teniendo en cuenta que es positivo resulta conveniente realizar la inversión.

11. Conclusiones

1- A partir del estudio realizado se puede evidenciar una necesidad en el mercado de la existencia de una empresa prestadora de servicios como los que propone FULL HOUSE. Siendo evidente que, sí hay personas dispuestas a pagar por estos servicios, máxime cuando en la actualidad ambos miembros del hogar laboran, quedando poco tiempo para dedicarse a las labores del hogar.

Un aspecto muy importante de tener en cuenta por la nueva empresa es hacer la diferencia, superando las debilidades del sector y creando fortaleza interna mediante la prestación de un servicio de calidad, donde el usuario se sienta retribuido por los atributos y los diferenciadores del servicio.

Se debería considerar en el mediano plazo ofrecer nuestros paquetes de servicios en los pueblos vecinos como una opción para la diversificación y crecimiento del negocio.

En términos generales sí existe un mercado potencial para el funcionamiento y desarrollo de la empresa, mediante la implementación de un óptimo programa de publicidad y promoción, y aprovechando la ventaja de ser la única empresa que ofertará servicios a través de un portafolio integral y flexible a presupuestos del usuario.

2- En cuanto al análisis financiero, se evidencia que de acuerdo a las proyecciones sí es viable la puesta en marcha de la empresa. Pues se evidencia una tasa interna de retorno del 31%. Para que haya punto de equilibrio se requiere prestar el servicio al menos a 115 hogares.

Con base en esta tasa de retorno, podemos concluir que hay viabilidad y sostenibilidad económica para la puesta en marcha de nuestro proyecto.

3- En lo que al aspecto administrativo de la puesta en marcha de nuestra idea de negocio tenemos, por un lado, que es de vital importancia que la empresa capacite al personal a encargar de la logística interna y externa de los servicios a realizar, de esto depende el éxito en la operación del proyecto y la satisfacción de los usuarios por los servicios prestados. Y por otro lado, que la normatividad vigente en lo que se refiere a la contratación de personal del servicio doméstico y demás leyes laborales en este ramo del servicio, sea respetada y aplicada para poder dignificar la labor de nuestro personal de apoyo y que a su vez, estas personas mejoren su calidad de vida.

Administrativamente aún es viable para nuestra idea de negocios pagar todas las prestaciones sociales de nuestro personal, dignificando su labor y haciendo valer sus derechos laborales. En esta medida, capacitación de nuestro personal en el cumplimiento de sus labores y unas condiciones laborales dignas que respeten sus derechos como trabajadora, nuestro personal estará en mejor disposición y sus quehaceres dejarán bien posicionada nuestra imagen como empresa seria, con personal capacitado y respetuosa de los derechos laborales de su personal.

Bibliografía

Álvarez, F. (2006). Salud Ocupacional. (1º ed). ECOE Ediciones.

Analítica de datos, una de las tecnologías con más futuro en el 2018 en Colombia (Publicado el 30 de enero de 2018). Dinero.com. Recuperado en <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/tendencias-de-tecnologia-mas-importantes-en-colombia/254681>

ANDI. (2017). Colombia: Balance 2017 y Perspectivas 2018. Recuperado en <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDIBalance2017Perspectivas%202018.pdf>

ANIF. (2018). Desempeño del Sector de Servicios Sociales en 2017 y Perspectivas. Recuperado en <http://anif.co/sites/default/files/mar5-18.pdf>

Baca, G. (1997). Evaluación de Proyectos. (3º ed). México, McGraw-Hill.

BID. (2018). Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe. Recuperado en <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/8805/Informe-macroeconomico-de-America-Latina-y-el-Caribe-2018-La-hora-del-crecimiento.pdf>

Bohórquez, P. y Cendales, J. (2015). Las Pymes Y La Política Pública Ambiental En Colombia: Redireccionamiento Con Base En La Cultura Organizacional. Recuperado en <http://revistas.udenar.edu.co/index.php/rtend/article/view/2303/4033>

Cámara de comercio de Bogotá. (2018). Las mayores tendencias que marcarán el consumo durante el presente año. Recuperado en <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Gastronomia/Noticias/2018/Enero-2018/Las-mayores-tendencias-que-marcaran-el-consumo-durante-el-presente-ano>

DANE. (2015). Informe de coyuntura económica regional. Recuperado en https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Huila2015.pdf

DANE. (2018). Pobreza Monetaria y Multidimensional en Colombia 2017. Recuperado en <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-y-desigualdad/pobreza-monetaria-y-multidimensional-en-colombia-2017>

El difícil reto de Ivan Duque. (Publicado el 07 de agosto de 2018). El espectador. Recuperado en <https://www.elspectador.com/noticias/politica/el-dificil-reto-de-ivan-duque-articulo-804649>

El país volvería a registrar un crecimiento económico del 3%. (Publicado el 25 de enero de 2018). vePortafolio.com. Recuperado en <http://www.portafolio.co/economia/el-pais-volveria-a-registrar-un-crecimiento-economico-del-3-513625>

Esta es la reforma tributaria que regirá desde el primero de enero de 2017Dinero. (Publicado el 28 de diciembre de 2016). Recuperado en <https://www.dinero.com/economia/articulo/resumen-de-reforma-tributaria-aprobada-y-texto-completo/240455>

Fenalco (s.f). Productos y servicios amigables con el medio ambiente. Recuperado en https://www.fenalcosolidario.com/sites/default/files/memorias/2015/ecoformador_mercadeo_de_productos_verdes.pdf

Fischer, L., NAVARRO, A. (1999). Introducción a la Investigación de Mercados. (3º ed). McGraw-Hill.

Guataqui, J., García, A. y Rodríguez, M. (2010). El perfil de la informalidad laboral en Colombia. Recuperado en <http://www.scielo.org.co/pdf/pece/n16/n16a05.pdf>

Hernández, R, Fernández, C. y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Recuperado en https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/1033525612-mtis_sampieri_unidad_1-1.pdf

Lambin, J. (1995). Marketing Estratégico, (3º ed). Mc Graw-Hill.

Las mayores tendencias que marcarán el consumo durante el presente año. (Publicado el 16 de enero de 2018). Portafolio. Recuperado en <http://www.portafolio.co/tendencias/lo-que-marcara-el-consumo-en-el-2018-513326>

Las mayores tendencias que marcarán el consumo durante el presente año. (Publicado el 16 de enero de 2018). Portafolio. Recuperado en <http://www.portafolio.co/tendencias/lo-que-marcara-el-consumo-en-el-2018-513326>

Las mayores tendencias que marcarán el consumo durante el presente año. (Publicado el 16 de enero de 2018). Portafolio. Recuperado en <http://www.portafolio.co/tendencias/lo-que-marcará-el-consumo-en-el-2018-513326>

Martínez, C. (1999). Estadística y Muestreo. (9º ed). Bogotá D.C, ECOE. Ediciones.

Martínez, D. y Milla, A. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. Recuperado en <https://books.google.com.co/books?id=qGUOpeifdUC&pg=PA34&dq=analisis+pest&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjLg96bw-vdAhUmw1kKHAP-AfIQ6AEIKDAA&authuser=1#v=onepage&q=pest&f=false>

Meléndez, H. (2005). Plan de Negocios y Análisis de Inversiones. Bucaramanga. Universidad Santo Tomas.

Méndez, C. (2006). Metodología, Diseño y Desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. (4º ed). Bogotá D.C., Limusa Noriega Editores.

Méndez, R. (2010). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá. JVC Editores.

Migración Colombia. (2018). Boletín Migratorio. Recuperado en <http://migracioncolombia.gov.co/index.php/es/component/content/article?id=718>

Mintic. (2017). MinTIC le cumple a Colombia: 98% de municipios conectados a Internet y 28 millones de conexiones. Recuperado en <https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-61094.html>

Mintic. (2018). El Ministro Restrepo anunció apoyos al emprendimiento y a la economía naranja en San Jacinto. Recuperado en http://www.mincit.gov.co/publicaciones/41323/el_ministro_restrepo_anuncio_apoyos_al_emprendimiento_y_a_la_economia_naranja_en_san_jacinto

Murcia, J. (2009). Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Bogotá D.C., Alfaomega.

Palencia, M. (2000) Modulo Metodología de la Investigación. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Pereira, Zulay. (2011). Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta. Recuperado en <http://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf>

Ramírez, C. (2015). Marco Jurídico de la inversión extranjera en Colombia. Recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3997401.pdf>

Revive iniciativa de cobrar renta a quienes ganen desde \$1,9 millones. (Publicado el 12 de julio de 2018). Portafolio.com. Recuperado en <https://www.portafolio.co/economia/consejo-gremial-revive-la-polemica-iniciativa-de-cobrar-renta-a-quienes-ganen-1-9-millones-519007>

UNICEF. (2012). Manual de trabajo doméstico remunerado. Recuperado en https://www.unicef.org/paraguay/spanish/py_manual_trabajo_domestico.pdf

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Buen día, Con la intención de conocer su grado de satisfacción frente a las empresas prestadoras de servicio de aseo por favor tome unos minutos de su tiempo y responda las siguientes preguntas:

1. ¿Tiene actualmente empleada doméstica?
SI _____ NO _____
2. ¿cada cuánto solicita usted empleada doméstica en su casa para realizar aseo en su vivienda?
Cada 8 días _____
Cada 15 días _____
1 vez al mes _____
No usa el servicio _____
3. ¿Cuál es el presupuesto mensual que destina usted para el pago de su empleada doméstica?
\$150.000 _____
\$250.000 _____
\$400.000 _____
Salario legal establecido por ley _____
4. ¿Cómo conoció a su empleada?
Por un amigo _____
Por agencia _____
Medio de comunicación _____
5. ¿Conoce alguna agencia que preste servicio de aseo a domicilio en la ciudad?
SI _____ NO _____

Anexo 2: Perfiles de cargos

IDENTIFICACION DEL PUESTO
Gerente
PROFESION U OCUPACION
Profesional en administración de empresas, economía, contaduría y carreras afines, especialista en marketing.
REQUISITOS
• Experiencia mínima de 3 años como gerente. • Facilidad para aprender, buen nivel de relaciones interpersonales, Competitivo, control de emociones, resistencia al trabajo bajo presión, desenvolvimiento en las tareas a desarrollar, compromiso y sentido de pertenencia. • Conocimientos en las Áreas Administrativas y Comerciales. • Capacidad de análisis e interpretación. • Sólidos conocimientos en mercadeo. • Conocimiento de la normatividad del trabajo. • Habilidad para definir una visión y transmitirla, y para motivar.
COMPETENCIAS
• Capacidad de planificación y organización. • Organizado y metódico, buena comunicación oral y escrita, Liderazgo. • Dirección, liderazgo y toma de decisiones. • Aptitudes para la negociación y el trabajo en equipo que promueva la motivación del personal. • Habilidad en la comunicación y en la solución de problemas. • Capacidad de innovación y creatividad. • Habilidad en el manejo de las relaciones interpersonales. • Capacidad para trabajar con independencia. • Disciplina, orden y metodología en el trabajo. • Persona analítica, de abstracción y síntesis.

- Actitud de profundo compromiso con su trabajo.
- Debe ser un profesional revestido de excelentes calidades humanas, experticia, conocimiento, ética, madurez, carácter y, además, de una comprobada capacidad de adaptación a los retos propios de cualquier proyecto de alguna magnitud.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Formular, planificar, organizar, dirigir y controlar el proyecto, aplicando las técnicas y metodologías idóneas a cada proceso.
- Identificar los requerimientos y el alcance del proyecto.
- Planear y controlar las adquisiciones.
- Informar sobre el estado del proyecto.
- Tomar decisiones oportunas para lograr el cumplimiento de los objetivos del proyecto.
- Manejar técnicas financieras y económicas para la evaluación del proyecto.
- Identificar y Manejar el riesgo y el cambio en la ejecución del proyecto.
- Establecer los diferentes indicadores de gestión para el control del proyecto.
- Manejar las técnicas de relaciones interpersonales y de comunicación con el personal involucrado.
- Crear la Estructura de División del Trabajo (EDT)

CONDICIONES DE TRABAJO

Contrato a término indefinido

Asignación salarial de \$1.500.000 Mensuales más prestaciones sociales

Horario de Trabajo de Lunes a Viernes de 8:00 a 12:00 y de 2:00 a 6:00

Sábados: de 8:00 a.m. a 12 m

Insumos (Escritorio, Silla, teléfono celular y Portátil con acceso a internet).

IDENTIFICACION DEL PUESTO
Contador
PROFESION U OCUPACION
Profesional en contaduría
REQUISITOS
• Experiencia mínima de 2 años como contador • Facilidad para aprender, buen nivel de relaciones interpersonales, Competitivo, control de emociones, resistencia al trabajo bajo presión, desenvolvimiento en las tareas a desarrollar, compromiso y sentido de pertenencia. • Conocimientos en el área contable • Capacidad de análisis e interpretación. • Manejo de software contables • Conocimiento de la normatividad tributaria
COMPETENCIAS
• Habilidad en el manejo de las relaciones interpersonales. • Capacidad para trabajar con independencia. • Disciplina, orden y metodología en el trabajo. • Persona analítica, de abstracción y síntesis. • Actitud de profundo compromiso con su trabajo. • Debe ser un profesional revestido de excelentes calidades humanas, experticia, conocimiento, ética, madurez, carácter y, además, de una comprobada capacidad de adaptación a los retos propios de cualquier proyecto de alguna magnitud.
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Formular, planificar, organizar, dirigir y controlar el proyecto, aplicando las técnicas y metodologías idóneas a cada proceso.
- Planificar las actividades contables de la Institución, controlando y verificando los procesos de registro, clasificación
- Contabilización del movimiento contable, a fin de garantizar que los estados financieros sean confiable y oportunos.
- Dirigir los análisis contables de las operaciones.

CONDICIONES DE TRABAJO

Contrato por obra o labor

Asignación salarial: Honorarios

Horario de Trabajo de Lunes a Viernes: Acordado con el empleador

IDENTIFICACION DEL PUESTO
Trabajadora Domestica
PROFESION U OCUPACION
Bachiller
REQUISITOS
• Experiencia mínima de 1 año en el cargo • Persona responsable y comprometida con sus obligaciones.
COMPETENCIAS
• Puntualidad. • Disciplina, ser consecuente con el mismo. • Respeto frente a sus superiores y compañeros de trabajo. • Ser generador de la cultura del respeto. • Proyectar confianza hacia los demás empleados. • Tener un enfoque proactivo y saber anticiparse a los problemas
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES
• Realizar el aseo, limpieza a los hogares a los que contraten el servicio. • Cumplir con el horario para dicho servicio • Postura de ergonomía adecuadas para el desarrollo de sus funciones
CONDICIONES DE TRABAJO
Contrato a término fijo Asignación salarial de 1 SMLV Mensuales más prestaciones sociales Horario de Trabajo de Lunes a sábado de 6:00am a 8:00 pm (Dentro de este periodo de tiempo se podrá solicitar el servicio). Jornada de trabajo: 8 horas diarias