

**PLAN DE NEGOCIOS**

**DE LA DE EMPRESA SOLUCIONES S.A.S.**

**ALEX SANDRA MORENO ORJUELA**

**DEISY JUDITH CASTELLANOS CORTÉS**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN**

**ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**PROGRAMA PROFESIONAL EN PROCESOS ADMINISTRATIVOS**

**BOGOTÁ D.C.**

**2017**

**OPCIÓN DE GRADO III  
PLAN DE NEGOCIOS  
DE LA DE EMPRESA SOLUCIONES S.A.S.**

**INTEGRANTES:  
ALEX SANDRA MORENO ORJUELA  
DEISY JUDITH CASTELLANOS CORTÉS**

**OPCIÓN DE GRADO III  
GRUPO 40104**

**NÉSTOR GERARDO ECHAVARRÍA SALAMANCA  
DOCENTE**

**CORPORACIÓN UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR – CUN  
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
BOGOTÁ D.C.  
2017**

## **Agradecimientos**

Gracias al esfuerzo en equipo junto con mi compañera Deisy para hacer posible el presente trabajo. Agradezco a Dios por darme la oportunidad, los recursos, el tiempo y el apoyo de mi familia para poder realizar el sueño que tengo de poder profesionalizarme, aunque es exigente le pido a Dios la fortaleza para lograr culminarlo, a mi mamá María Teresa por darme la vida y apoyarme, a mis hijos Laura Dallana, Sara y Samuel por ser las Bendiciones que Dios me dio para ser mamá son las personas que me impulsan para esforzarme y lograr que también se sientan orgullosos de mí. Al Docente Néstor Echavarría por sus tutorías y conocimientos para llevar a cabo nuestro proyecto. A la empresa donde laboro Colvanes S.A.S. por colaborarme y darme el espacio para poder estudiar. *Alex Sandra Moreno Orjuela.*

Mis agradecimientos a los docentes de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, por su guía durante la elaboración de este proyecto, a mi compañera Alex Sandra Moreno por la cooperación y el trabajo mancomunado.

A todos mis seres queridos que me brindan su apoyo incondicional para cumplir mis metas. *Deisy Judith Castellanos Cortes.*

## **TABLA DE CONTENIDO**

INTRODUCCIÓN	10
1. CUSTOMER DEVELOPMENT	12
1.1. Identificación de las Necesidades del Stakeholders	12
1.1.1. Idea de Negocio	12
1.2. Beneficios del producto o servicio a ofrecer	13
1.3. Soluciones actuales	13
1.4. Limitaciones e inconformidades de las soluciones actuales	14
1.5. Mercado	14
1.5.1. Entrevista	14
1.5.2. Pentágono con la información obtenida en la entrevista	17
2. ESTUDIO DE MERCADOS	19
2.1. Objetivos del estudio de Mercados	19
2.2. Segmentación	20
2.3. Análisis concluyente	22
2.4. Plan de Marketing	23
2.5. Estrategia del Servicio	24
2.6. Estrategia de Precio	25
2.7. Estrategia de Publicidad	26
2.8. Desarrollo de la Marca	27
2.9. Logo	27
2.10. Slogan	27
2.11. Ventaja Competitiva	27
2.12. Ventaja Comparativa	28
2.13. Estrategia de Promoción	28
2.14. Campaña Publicitaria	29
2.15. Estrategia de Distribución	29
2.16. Canales	29
2.17. Logística	30

2.18.	Ejecución Comercial	30
2.19.	Proyección de Ventas	30
2.20.	Política de cartera	31
3.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA	32
3.1.	Descripción del negocio	32
3.2.	Objetivo General	32
3.3.	Marco Legal	32
3.4.	Misión	32
3.5.	Visión	33
3.7.	Objetivos Específicos	33
3.8.	Análisis Pestel	33
3.9.	Análisis de las cinco fuerzas de Porter	38
3.10.	Análisis DOFA	39
3.11.1.	Actividades Primarias	40
3.12.	Estrategia Competitiva	42
4.	ESTUDIO TÉCNICO	43
5.	ESTUDIO LEGAL	47
6.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	55
7.	ESTUDIO FINANCIERO	66
8.	IMPACTOS	74
9.	CONCLUSIONES	74
10.	BIBLIOGRAFÍA	66

## Lista de Tablas

<b>Descripción</b>	<b>Pág.</b>
Tabla 1 Característica Urbanística	21
Tabla 2 Proyección de población	21
Tabla 3 Distribución de población por edad Loc Kennedy 2005, 2009 y 2015	22
Tabla 4 Costos estrategia de servicios	24
Tabla 5 Costos estrategia de precio	25
Tabla 6 Costos estrategia de promoción	28
Tabla 7 Costos estrategia de comunicación	29
Tabla 8 Proyección de servicios	31
Tabla 9 Proyección de ventas	31
Tabla 10 Análisis DOFA	40
Tabla 11 Procedimiento	44
Tabla 12 Procedimiento negocio	44
Tabla 13 Relación muebles y enseres	45
Tabla 14 Relación y medida de insumos	46
Tabla 15 Clasificación de las empresas en Colombia	50
Tabla 16 Calificación según DANE para nuestra actividad comercial	50
Tabla 17 Matriz de identificación, valoración y definición de controles de aspectos e impactos ambientales	54
Tabla 18 Relación de los costos administrativos iniciales	65
Tabla 19 Gastos de personal	65
Tabla 20 Gastos de Puesta en Marcha	66
Tabla 21 Proyección de los Ingresos Operativos	67
Tabla 22 Proyección de Egresos	67
Tabla 23 Proyección Nómina para el personal	68

Tabla 24 Flujo de Caja	68
Tabla 25 Balance General	70
Tabla 26 Estado de resultados proyectado	71
Tabla 27 Punto de Equilibrio	71
Tabla 28 Indicadores Financieros	72
Tabla 29 Análisis vertical Balance General	73
Tabla 30 Análisis vertical estado de resultados	73

## **Lista de Figuras**

### **Descripción**

### **Pág.**

Figura 1. Pentágono de Texas	17
Figura 2. Logo planteado para la empresa	27
Figura 3. Slogan inspirado para la empresa, elaboración propia	27
Figura 4. Estudio legal	48
Figura 5 Organigrama	56

## **Lista de Imágenes**

### **Descripción**

### **Pág.**

Imagen 1 Fotografía	26
---------------------	----

## **Lista de Anexos**

### **Descripción**

### **Pág.**

Anexo 1 Formato de contrato	57
-----------------------------	----



## INTRODUCCIÓN

Nuestro trabajo nos enfoca en los planes de negocios, desde el inicio con la idea hasta poder evaluarlo con el estudio de mercado, donde proponemos una empresa que suministra personal para el servicio de aseo y cocina en el hogar.

Este de anotar que el proceso de estudio para el desarrollo de la empresa no es nada fácil, por lo que en el camino se presentan una serie de dificultades con relación al contexto del mercado.

Proyecto de grado II es un desarrollo enriquecedor para nuestro nivel académico y personal, nos llevó a investigar acerca del nivel competitivo de nuestra empresa en el mercado, este tipo de investigaciones amplía nuestro conocimiento y nuestra visión en el ambiente empresarial donde nos permitirá concluir estrategias que debemos siguiendo características para que nuestro objetivo sea exitoso.

## 1. CUSTOMER DEVELOPMENT

### 1.1. Identificación de las Necesidades del Stakeholders

#### 1.1.1. Idea de Negocio

Suministro de personal a domicilio, para aseo general y cocina, en los hogares que estén ubicados en la ciudad de Bogotá localidad de Kennedy. Contando con personal calificado y especializado en cada una de las áreas y cumpliendo con los estándares de seguridad e higiene.

##### 1.1.1.1. Caracterización de los clientes

- Hogares ubicados en la localidad de Kennedy
- Que requieran los servicios de Aseo general y cocina
- Que no cuenten con el tiempo para realizar estas actividades
- Que busquen seguridad en las personas empleadas
- Que pertenezcan a los estratos 3 y 4

Nuestro Stakeholder, está compuesto por; hogares ubicados en la localidad de Kennedy del estrato 3 y 4; que requieran los servicios de Aseo general y cocina; que no cuenten con el tiempo para realizar estas actividades; y que busquen seguridad en las personas empleadas. Con el fin de facilitar las gestiones de contratación de las personas que desempeñen labores domésticas de aseo y cocina.

##### 1.1.1.2. Necesidades

Nuestro Stakeholder, podría tener las siguientes necesidades:

- Falta de tiempo
- Inseguridad hacia las personas que realizan labores domésticas
- Evitar problemas de contratación laboral
- Compartir en familia

### 1.1.1.3. Beneficios y expectativas

Las expectativas generadas a partir de nuestro Stakeholder serán:

- Recibir un servicio de calidad
- Que sea puntual y eficiente
- Que brinde seguridad
- Evitarse la traumatología de contratos y prestaciones con la persona dedicada a dicha actividad.

### 1.2. Beneficios del producto o servicio a ofrecer

Los beneficios del servicio que ofrecemos son:

- Recibir un servicio de calidad
- Que sea puntual y eficiente
- Que brinde seguridad
- Evitarse la traumatología de contratos y prestaciones con la persona dedicada a dicha actividad.

### 1.3. Soluciones actuales

Creemos que nuestro Stakeholder, presenta las siguientes soluciones:

- Utilizan personas recomendadas o amigas
- Solicitan el servicio de aseo a través de agencias especializadas
- Levantarse temprano para preparar los alimentos
- Realizar las labores de aseo los fines de semana
- Sacrificar los tiempos de descanso en estas actividades

#### 1.4. Limitaciones e inconformidades de las soluciones actuales

Nuestro Stakeholder podría presentar las siguientes inconformidades:

- Las personas que realizan la labor, cuando se requieren no están disponibles
- Las personas empleadas no realizan bien las actividades
- Se presta para que estas personas realicen robos.
- Pierden mucho tiempo al realizar las actividades
- Genera inconvenientes de salud (enfermedades)

#### 1.5. Mercado

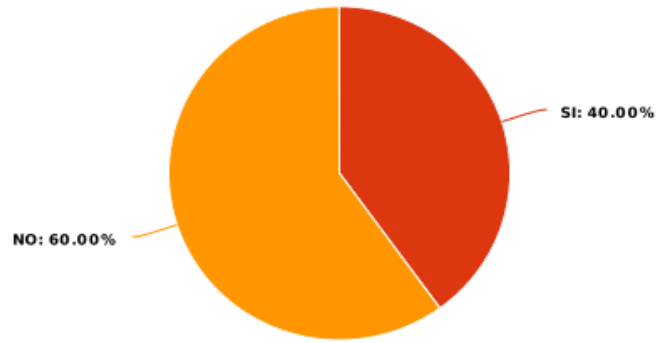
##### 1.5.1. Entrevista

Diseñamos nuestra encuesta por medio de [www.e-encuesta.com](http://www.e-encuesta.com) y la enviamos a 20 personas, mujeres y hombres mayores de 18 años, habitantes de la localidad de Kennedy, quienes mediante sus respuestas nos mostraron su percepción respecto a las labores domésticas.

Lo que nos muestra un enfoque más claro para implementar nuestra idea de negocio guiado a la satisfacción de las necesidades de nuestro mercado objetivo.

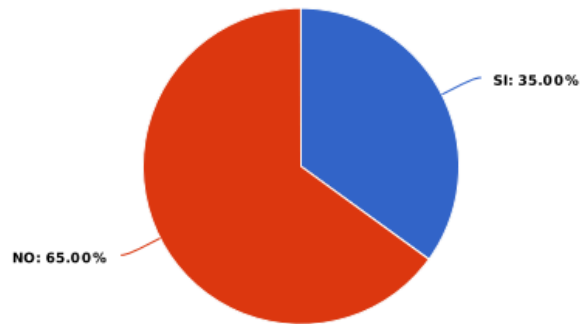
Las preguntas que consideramos para realizar nuestra entrevista y poder identificar las principales características a lo que refiere el negocio son las siguientes:

- a) ¿Considera que el tiempo que usted tiene para realizar las actividades de limpieza y cocina son suficientes?



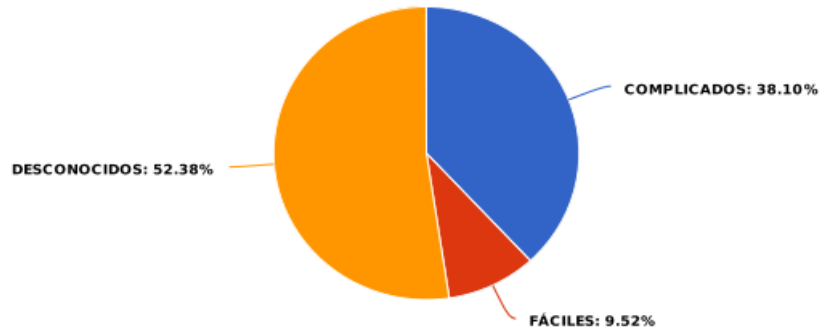
Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
	0.00%	0	Total de participantes
SI	40.00%	8	Suma
NO	60.00%	12	Promedio
<b>Total de respuestas</b>		<b>20</b>	

b) ¿Ha tenido que recurrir a una persona para que le colabore en las labores domésticas en su hogar?



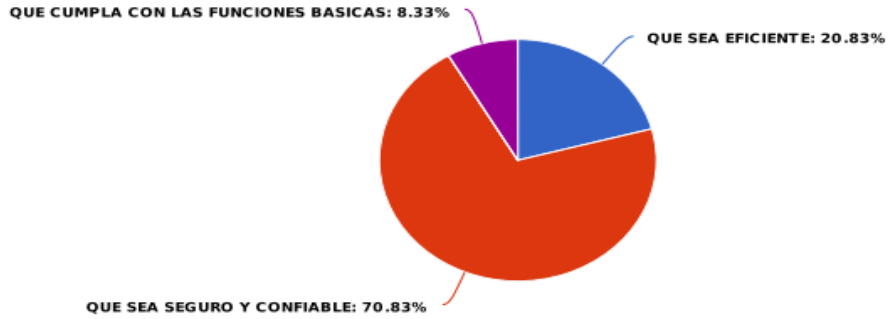
Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
SI	35.00%	7	Total de participantes
NO	65.00%	13	Suma
<b>Total de respuestas</b>		<b>20</b>	Promedio

c) ¿Qué opina acerca de los trámites legales que debe hacer es caso de contratar el servicio de una persona para limpieza y cocina?



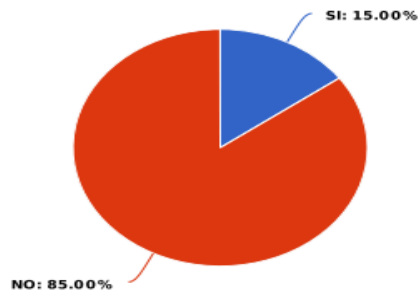
Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
COMPLICADOS	40.00%	8	Total de participantes 20 Suma 0.00 Promedio 0.00
FÁCILES	10.00%	2	
DESCONOCIDOS	55.00%	11	
<b>Total de respuestas</b>		<b>20</b>	

d) ¿Qué garantías le gustaría tener en el momento de contratar un servicio para aseo y/o cocina dentro de su hogar?



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
QUE SEA EFICIENTE	25.00%	5	Total de participantes 20
QUE SEA SEGURO Y CONFIABLE	85.00%	17	Suma 0.00
QUE SEA PRACTICO	0.00%	0	Promedio 0.00
QUE SEA RESPONSABLE	0.00%	0	
QUE CUMPLA CON LAS FUNCIONES BASICAS	10.00%	2	
		<b>Total de respuestas</b>	<b>20</b>

e) ¿Conoce usted empresas dedicadas al servicio de suministro de personal dedicado a la limpieza y cocina exclusivamente para hogares



Respuesta	Porcentaje	Cantidad	Estadísticas
SI	15.00%	3	Total de participantes 20
NO	85.00%	17	Suma 0.00
		<b>Total de respuestas</b>	<b>20</b>
			Promedio 0.00

### 1.5.2. Pentágono con la información obtenida en la entrevista

Después de haber realizado la entrevista a veinte personas, obtuvimos la siguiente información de acuerdo con la estructura del pentágono de Texas; así:



Figura 1. Pentágono de Texas, Elaboración propia

#### 1.5.2.1. Necesidades

Las necesidades que indican los entrevistados son:

- Falta de tiempo para realizar las actividades de limpieza de manera adecuada en sus hogares.
- Inseguridad en dar ingreso a una persona dentro de sus hogares.
- Desconfía de que los quehaceres no se hagan de manera correcta.
- Impuntualidad.
- Desgaste físico.



#### 1.5.2.2. Beneficios – Expectativas

Los beneficios que indican los entrevistados son, al tomar la opción de contratar los servicios para limpieza y cocina en sus hogares son:

- a) Puntualidad
- b) Labores domésticas bien hechas
- c) Transmitan organización para las labores que desempeñen.
- d) Independencia y conocimiento de lo que están realizando.
- e) Adecuado uso de los insumos e ingredientes.
- f) Aporten cuidados para el medio ambiente por medio de la actividad.

### 1.5.2.3. Soluciones actuales

Las soluciones que manifiestan los entrevistados si tomaran nuestro servicio son:

- a) Tranquilidad acerca del servicio que le esté beneficiando.
- b) Descanso, ya que va a ser una responsabilidad menos.
- c) Habría más tiempo libre.
- g) El cuidado de casa reflejaría orden y la cocina más variedad.

### 1.5.2.4. Frustraciones

Las decepciones que manifiestan los entrevistados a la imposibilidad que les prestemos el servicio son:

- a) Que se cobre un servicio que a su parecer este mal hecho.
- b) Que la persona contratada no tenga la disponibilidad de hacer las actividades correctamente.
- c) Que se genere estrés, por no tener su hogar limpio y que la persona asignada no tenga buena actitud para realizar bien los oficios y el no poder deleitarse con un buen plato.
- d) Incumplimiento en la llegada y el tiempo que se debe tomar para realizar el servicio.
- e) Deshonestidad de la persona que preste el servicio

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1. Objetivos del estudio de Mercados

El objetivo que consideramos primordial es tener el conocimiento de la cantidad de consumidores que puede haber para que adquieran nuestro servicio, donde nos indicará qué características buscan del servicio, el cual nos dará una guía acerca de lo que quiere, necesita y busca la gente.

Nos dará información acerca de nuestros competidores y de las habilidades frecuentes del sector el cual nos puede ayudar para mejorarlas y de sus debilidades no caer en el error de ellos.

Nuestra metodología del estudio de mercado se basó en la identificación del problema, establecer los objetivos específicos, acudir a las fuentes de información (recolección de información para análisis), definir lo que necesita el mercado donde tendremos allí resultados y poder llevarlos a cabo.

Dentro del proceso del estudio se tomó en datos Cualitativos, basados en una muestra pequeña (la entrevista) donde nos suministró conocimientos y entendimiento de problema con un enfoque de comprensión dado en la realidad y sus preferencias y por los datos estadísticos lo encasillamos también como cuantitativo donde el enfoque se basa en cobertura en datos y se muestra en medición.

## 2.2. Segmentación

Nuestro servicio está dirigido a hogares ubicados en la localidad de Kennedy del estrato 3 y 4; que requieran los servicios de Aseo general y cocina; que no cuenten con el tiempo para realizar estas actividades; y que busquen seguridad en las personas empleadas. Con el fin de facilitar las gestiones de contratación de las personas, que desempeñen labores domésticas de aseo y cocina

- La localidad de Kennedy según la “página de la alcaldía mayor de Bogotá 2016” tiene 1.500.000 habitantes y una ubicación estratégica de la ciudad, se localiza al suroccidente tiene una extensión 3856 hectáreas.
- Nuestro mercado se va a enfatizar en las UPZ residenciales.
- Donde la siguiente tabla nos refleja el sector residencial consolidado.

Nº	UPZ	Característica urbanística	Área/Ha. (1)	Población (2)	Decreto reglamentario de la norma urbanística
44	AMERICAS	CON CENTRALIDAD URBANA	381,00	98.002	381 del 6 de septiembre de 2002
45	CARVAJAL	RESIDENCIAL CONSOLIDADO	435,62	146.197	251 del 1 de agosto de 2005
46	CASTILLA	RESIDENCIAL CONSOLIDADO	500,2	123.102	429 del 28 de diciembre de 2004
47	KENNEDY CENTRAL	RESIDENCIAL CONSOLIDADO	337,17	146.132	308 del 27 de septiembre de 2004
48	TIMIZA	RESIDENCIAL CONSOLIDADO	431,38	145.852	467 del 20 de noviembre de 2006
78	TINTAL NORTE	DESARROLLO	346,46	27.422	
79	CALANDAIMA	DESARROLLO: Área en la que predominan los terrenos sin urbanizar	318,80	16.548	
80	CORABASTOS	RESIDENCIAL DE URBANIZACION	187,51	44.019	
81	GRAN BRITALIA	RESIDENCIAL DE URBANIZACION INCOMPLETA	179,41	77.272	217 del 13 de julio de 2005
82	PATIO BONITO	RESIDENCIAL DE URBANIZACION	313,61	98.776	398 del 15 de diciembre de 2004
83	LAS MARGARITAS	PREDOMINANTEMENTE DOTACIONAL	147,69	2.309	
113	BAVARIA	PREDOMINANTEMENTE INDUSTRIAL	277,72	25.698	620 del 29 de diciembre de 2006

Tabla 1 Característica Urbanística

Fuente: <http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/localidades/kenedy.pdf>

Según la tabla de proyección de población hay aproximación a la referenciada por la alcaldía mayor de Bogotá.

Años	Hombres	Mujeres	Ambos Sexos	Tasa de crecimiento Exponencial (x 100)
2005	457.537	487.240	944.777	
2006	464.883	494.415	959.298	1,53
2007	471.771	501.066	972.837	1,40
2008	478.297	507.273	985.570	1,30
2009	484.564	513.129	997.693	1,22
2010	490.744	518.783	1.009.527	1,18
2011	496.508	523.441	1.019.949	1,03
2012	502.287	528.336	1.030.623	1,04
2013	508.288	533.792	1.042.080	1,11
2014	514.716	540.134	1.054.850	1,22
2015	521.766	547.703	1.069.469	1,38

Tabla 2 Proyección de población Fuente DANE

Se evidencia que existe potencial desarrollo con oportunidad de ingresar al mercado, contando con consumidores que prefieren evitarse trámites legales, según nuestra encuesta donde nos favorece para que nos busquen y prestarles el servicio

Grupos de edad	2005			2009			2015		
	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos	Hombres	Mujeres	Ambos sexos
<b>Total</b>	<b>457.537</b>	<b>487.240</b>	<b>944.777</b>	<b>484.564</b>	<b>513.129</b>	<b>997.693</b>	<b>521.766</b>	<b>547.703</b>	<b>1.069.469</b>
0-4	45.119	42.818	87.937	44.804	42.467	87.271	44.969	42.263	87.232
5-9	45.579	43.431	89.010	43.875	41.537	85.412	42.991	40.518	83.509
10-14	45.667	43.498	89.165	44.776	42.763	87.539	42.602	40.181	82.783
15-19	41.986	40.596	82.582	44.636	42.696	87.332	43.802	42.139	85.941
20-24	42.714	45.987	88.701	43.251	42.982	86.233	46.414	44.834	91.248
25-29	42.759	45.948	88.707	45.029	49.033	94.062	46.116	45.199	91.315
30-34	37.058	40.038	77.096	41.204	44.379	85.583	44.679	48.427	93.106
35-39	34.007	37.698	71.705	34.772	37.855	72.627	39.996	43.291	83.287
40-44	31.822	36.190	68.012	33.171	37.118	70.289	34.619	37.703	72.322
45-49	25.945	30.334	56.279	30.283	34.783	65.066	32.476	36.351	68.827
50-54	20.524	24.267	44.791	24.812	29.295	54.107	30.927	35.602	66.529
55-59	15.742	18.633	34.375	19.007	22.690	41.697	25.176	29.965	55.141
60-64	11.078	13.210	24.288	13.762	16.539	30.301	18.248	22.256	40.504
65-69	6.970	9.077	16.047	8.829	10.929	19.758	12.216	15.221	27.437
70-74	4.854	6.586	11.440	5.554	7.732	13.286	8.013	10.374	18.387
75-79	3.282	4.746	8.028	3.750	5.211	8.961	4.705	6.947	11.652
80 +	2.431	4.183	6.614	3.049	5.120	8.169	3.817	6.432	10.249

Tabla 3 Distribución de población por edad Loc Kennedy 2005, 2009 y 2015

Fuente: departamento administrativo nacional de estadística. censo general 2005 departamento administrativo nacional de estadística-sdp, proyecciones de población según localidad, 2006 – 2015

De acuerdo con esta fuente nuestra población en la columna ambos sexos donde tomamos desde el grupo de edad desde los 20 años en adelante, donde arroja una diferencia del total de 730.004 según la cifra.

En promedio en la ciudad de Bogotá por familia contratan dos veces por semana un servicio de aseo para su hogar, y una persona que vive sola contrata el servicio 1 vez por semana o en muchas ocasiones solo una vez al mes (según fuente Archivo periódico el TIEMPO 29 de marzo 1998).

### 2.3. Análisis concluyente

Las labores domésticas es una actividad que se concentra en mayor porcentaje en la población femenina

Tendencia del mercado, el servicio doméstico en América Latina; el trabajo doméstico remunerado es una de las ocupaciones que tiene de los más bajos niveles en cuanto a condiciones laborales; en todos los países latinoamericanos hay discriminación en la legislación laboral. Una encuesta a 2.242 trabajadoras en Bolivia, Brasil, Costa Rica, Guatemala, México, Perú y

República Dominicana arrojó resultados alarmantes: el 69.1% labora jornadas superiores a las 48 horas y el 16.4% no disfruta de un día de descanso semanal; en la República Dominicana, Guatemala y Brasil la mayoría gana menos del salario mínimo<sup>2</sup>. De acuerdo con la OIT mujeres dedicadas al servicio doméstico en América Latina para el año 2006, sólo el 10.3% de las en esta ocupación cuenta con protección en salud y/o pensiones. Chile registra la cobertura más alta en protección de salud, con un 40.7%, seguido por Costa Rica con un 17.2%; El Salvador (8%), México (1.5%), Perú (1.9%), Paraguay (2.5%) y Ecuador (2.5%) presentan las peores cifras<sup>3</sup>. Las mujeres que se contratan en el servicio doméstico tienen un nivel educativo por debajo con relación a las mujeres económicamente activas. La mayoría tiene hijos, pero no tiene pareja. No obstante, los cambios en el servicio doméstico, sigue siendo una de las ocupaciones principales sobre todo de los migrantes en las grandes ciudades

La importancia de este tipo de empresas como la nuestra, son esenciales para el desarrollo personal de las mujeres quienes queremos contratar para que su actitud y aptitud, nos enfoquemos en realizar la visión y misión para que los espacios se mantenga limpios, según la página de la Alcaldía de Bogotá las localidades más pobladas son Suba, Kennedy y Engativá, el espacio donde nos vamos a enfocar es la segunda en población comprende 438 barrios donde sus ciudadanos habitan en casas y apartamentos, donde la propuesta de servicio está dirigido a los estratos 3 y 4.

#### 2.4. Plan de Marketing

##### Concepto del servicio

Somos una empresa que presta el servicio de suministro de personal para aseo y cocina a domicilio en los hogares ubicados en la localidad de Kennedy, cumpliendo con los estándares de seguridad e higiene con el fin de brindar un servicio óptimo y con calidad. Enfocados en brindar una oportunidad de crecimiento personal y laboral a las madres cabeza de hogar.

## 2.5. Estrategia del Servicio

Somos una empresa que presta el servicio de suministro de personal para aseo y cocina a domicilio en los hogares ubicados en la localidad de Kennedy, cumpliendo con los estándares de seguridad e higiene con el fin de brindar un servicio óptimo y con calidad. Enfocados en brindar una oportunidad de crecimiento personal y laboral a las madres cabeza de hogar.

A continuación, relacionamos las estrategias de servicio para nuestra labor.

- El servicio será un pilar de nuestra empresa y se garantizará al cliente la accesibilidad y oportunidad a nuestros servicios
- Se brindará acompañamiento constante con un enfoque de asesoramiento, servicio y calidad.
- Se mantendrán procesos de gestión de calidad que garanticen la identificación de oportunidades de mejora y la respectiva gestión que garantice altos niveles de satisfacción de los clientes
- Monitorear efectivamente a través de indicadores de satisfacción con el fin de verificar que los clientes pueden acceder a nuestros servicios de manera fácil y que la información de nuestro portafolio es totalmente clara.

COSTOS ESTRATEGIA DE SERVICIOS					
Descripción	Cantidad de personas	Tiempo de trabajo	Valor que pagar a la semana	Valor que pagar por mes	Total
Personas a cargo de realizar gestión de calidad y monitoreo de satisfacción de clientes	2	Medio Tiempo	\$ 70.000	\$ 280.000	\$ 560.000
Total			\$ 70.000	\$ 280.000	\$ 560.000

Tabla 4. Elaboración Propia

- Para la estrategia de servicios lo que se busca es brindar una oportunidad de empleo y al mismo tiempo que a través de esta área de gestión de calidad podamos estar al pendiente del bienestar y la satisfacción de nuestros clientes, con el fin de hacer planes de mejora y poder ser reconocidos por ofrecer los mejores servicios de aseo y cocina.

#### 2.6. Estrategia de Precio

Se tendrá una tarifa inicialmente de \$42.000 por un servicio de aseo, \$45.000 por un servicio de cocina y \$55.000 por un servicio de aseo y cocina



<b>COSTOS ESTRATEGIA DE PRECIO</b>			
<b>Descripción</b>	<b>No. de servicios contratados por mes</b>	<b>Tarifa</b>	<b>Total</b>
Servicios de Aseo	97	\$ 42,000	4,074,000 \$
Servicios de Cocina	36	\$ 45,000	1,620,000 \$
Servicios de Aseo y Cocina	45	\$ 55,000	2,475,000 \$

Tabla 5: Elaboración Propia

En la estrategia de precio se generan tarifas que están por debajo de los costos que ofrecen las empresas competidoras, teniendo en cuenta que son costos que recaen sobre la empresa se tiene como objetivo cumplir la meta de los 100 servicios por mes para así mismo tener la retribución de dichos costos por la estrategia

## 2.7. Estrategia de Publicidad

Para lograr captar clientes debemos estar en la obligación de comercializar nuestros servicios; el punto es llegar a convencer a nuestros posibles clientes en contratarnos y poder ejercer nuestra actividad de manera que se vea reflejado en la rentabilidad.

Se podría empezar de la manera más común de publicidad como los son:

Los anuncios impresos “volantes” y podríamos empezar ofreciendo:

- a) **Demostraciones:** Se puede ofrecer un servicio inicial gratis como prueba un gancho de captación de clientes donde lo podríamos llamar “Limpiamos haz la prueba” y de allí el cliente podrá verificar la calidad de nuestros servicios.
- b) **Referenciados:** Es la manera que nuestros clientes podrán recomendarnos de una experiencia propia es el llamado voz a voz

- c) Venta Directa: Se podría comercializar ubicándonos en partes estratégicas de los diferentes barrios de la localidad, como por ejemplo con la expansión de construcciones en nuestra ciudad en los conjuntos residenciales haciendo contacto con los administradores de los mismos para que nos conozcan.
- d) Sitio WEB: Con nuestro nombre comercial para que nos puedan identificar fácilmente
- e) Publicación en Periódicos Locales



Imagen 1. Diseño propio, fotografía search?q=familia google

## 2.8. Desarrollo de la Marca

La marca es la manera como los consumidores o clientes identifican por nuestro logo el servicio; nos enfatizamos en la letra inicial de nuestra empresa Soluciones S.A.S, donde refiere a la satisfacción, arreglo, salida salvación, compromiso, alivio que van a tener los miembros de un hogar al contratarnos como una opción fácil e idónea en las labores propias del servicio doméstico

## 2.9. Logo

Logo de la empresa planteada



Figura 2. Logo planteado para la empresa, elaboración propia.

## 2.10. Slogan

La frase que identifica a nuestra empresa es: Tu hogar como lo deseas con el fin de identificar el servicio que prestamos.



Figura 3. Slogan inspirado para la empresa, elaboración propia

## 2.11. Ventaja Competitiva

Nuestra ventaja competitiva radica en que es una propuesta innovadora, que presta un servicio de calidad, brindando seguridad y satisfacción a las partes interesadas promoviendo el bienestar tanto de nuestro cliente interno como externo, ofreciendo diversas alternativas respecto al suministro de personal de aseo exclusivo para hogares por horas, días, semanas.

Contamos con una póliza de cumplimiento la cual brinda un respaldo a la actividad realizada.

## 2.12. Ventaja Comparativa

Nuestra ventaja comparativa se fundamenta en el suministro de personal para aseo doméstico por periodos de tiempo mínimos, lo que indica un menor uso de recursos tanto para la empresa como para el contratante.

## 2.13. Estrategia de Promoción

La estrategia de promoción es una herramienta que utilizamos para generar un descuento en la tarifa por introducción al mercado, con el fin de que nuestros clientes reciban una atención, y así la empresa tenga una estabilidad oportuna de contratación.

COSTOS ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN			
Descripción	Porcentaje Descuento	Tarifa	Total, Costo x descuento
Servicios de Aseo	20%	\$ 30,000	\$ 6,000
Servicios de Cocina	20%	\$ 25,000	\$ 5,000
Servicios de Aseo y Cocina	20%	\$ 40,000	\$ 8,000
Total			\$ 19,000.00

Tabla 6: Elaboración Propia

## 2.14. Campaña Publicitaria

### Concepto del servicio

Somos una empresa que presta el servicio de suministro de personal para aseo y cocina a domicilio en los hogares ubicados en la localidad de Kennedy, cumpliendo con los estándares de seguridad e higiene con el fin de brindar un servicio óptimo y con calidad. Enfocados en brindar una oportunidad de crecimiento personal y laboral a las madres cabeza de hogar.

## 2.15. Estrategia de Distribución

Debido a que nuestros servicios se brindan a domicilio no asumimos ningún costo, ya que los gastos de transporte están a cargo de nuestras colaboradoras.

## 2.16. Canales

Se diseñará y ejecutará un plan de medios con el fin de lograr el mejor impacto en nuestros clientes, se utilizarán las redes sociales, volantes y tarjetas de presentación para dar a conocer nuestros servicios y las facilidades para acceder a los mismos.

<b>COSTOS ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN</b>		
Descripción	Cantidad	Valor
Volantes	500	\$ 22,500
Tarjetas de presentación	500	\$ 22,500
Total		\$ 45,000

Tabla 7: Elaboración Propia

- Con esta estrategia lo que se busca es llegar al cliente a través de una publicidad llamativa que no genera un alto costo, pero que sirve como

elemento esencial para enganchar al cliente y crear un anhelo por conocer y contratar nuestros servicios.

#### 2.17. Logística

Teniendo el personal con la suficiente preparación, se procede con la presentación de nuestros servicios a toda la localidad de Kennedy como fuente inicial.

#### 2.18. Ejecución Comercial

Como buenos administradores de ventas debemos fijar objetivos que para nuestro caso es llegar a los diferentes estratos sociales y las diferentes localidades donde las empresas de servicios generales no han llegado determinando actividades mercantiles utilizando publicidad como internet, prensa radio y televisión para llegar a cumplir con las metas establecidas

Realizando una investigación del mercado en los sectores señalados, a los que debemos llegar por los medios de campañas publicitarias en los medios de comunicación a los que más se tenga acceso. Además, el planeamiento de ventas se debe coordinar las actividades del personal comercial y de mercadeo; las fechas de los planes inicio y un cronograma de actividades; los inventarios; los presupuestos; y el control del personal que trabajara como operarios atendiendo las solicitudes.

#### 2.19. Proyección de Ventas

Tomamos el precio promedio generado entre el servicio de limpieza y el servicio de limpieza-cocina de \$48.000 y de igual manera promediamos el servicio tomando en cuenta que fuera los dos servicios limpieza-cocina de seis (06) servicios en el día, para los doce meses del año.

MES	CANTIDAD DE SERVICIOS EN EL MES	PRECIO PROMEDIO	TOTAL
Enero	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Febrero	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Marzo	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Abril	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Mayo	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Junio	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Julio	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Agosto	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Septiembre	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Octubre	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Noviembre	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
Diciembre	170	\$ 48.000,0	\$ 8.160.000,0
<b>TOTAL</b>	<b>2040</b>	<b>\$ 576.000,00</b>	<b>\$ 97.920.000,00</b>

Tabla 8 Elaboración propia

Lo vamos asumir año cero (02) que corresponde a 2017 hasta el año 2019, donde lo estimamos es un crecimiento anual del 2%, ya que no encontramos una fuente donde nos indique un porcentaje de crecimiento

TABLA DE PROYECCIÓN DE VENTAS			
	2017	2018	2019
VENTAS	\$ 97.920.000	\$ 99.878.400	\$ 101.875.968

Tabla 9: Elaboración Propia

## 2.20. Política de cartera

No se realiza un análisis de crédito por los servicios contratados, ya que el pago por cada servicio se realizará de manera inmediata una vez se hayan terminado con éxito las labores encomendadas dentro de dicha contratación.

### **3. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA GENERATIVA**

#### **3.1. Descripción del negocio**

SOLUCIONES S.A.S, es una empresa que presta el servicio de suministro de personal a domicilio, para aseo general y cocina, en los hogares que estén ubicados en la ciudad de Bogotá localidad de Kennedy. Contando con personal calificado y especializado en cada una de las áreas y cumpliendo con los estándares de seguridad e higiene.

#### **3.2. Objetivo General**

Prestar los servicios de suministro de personal a domicilio, para aseo general y cocina, en los hogares que estén ubicados en la ciudad de Bogotá localidad de Kennedy. Contando con personal calificado y especializado en cada una de las áreas y cumpliendo con los estándares de seguridad e higiene. Generando empleo para madres cabeza de hogar que se encuentren ubicadas en la localidad.

#### **3.3. Marco Legal**

Decreto 4369 de 2006,” por el cual se reglamenta el ejercicio de la actividad de las Empresas de Servicios Temporales y se dictan otras disposiciones.”

Decreto 824 de 1988, “Por la cual se dictan las condiciones y los derechos que deben tener los empleados domésticos”.

#### **3.4. Misión**

SOLUCIONES S.A.S. es una empresa comprometida con el servicio de suministro de personal para las labores de aseo y cocina de manera oportuna, eficiente y de calidad. Contando con personal calificado cumpliendo con los



reglamentos y normas establecidas por la Ley para ofrecer un respaldo integral de acuerdo con las necesidades de nuestros clientes.

### 3.5. Visión

En el año 2019, seremos reconocidos como la mejor empresa prestadora de personal dedicada a los servicios generales y de cocina a domicilio especializados en hogares en Bogotá, teniendo como prioridad la seguridad para nuestros clientes.

### 3.6. Valores

- Responsabilidad: Asumimos las diferentes actividades con dedicación, seriedad y pertenencia enfocándonos con dedicación a un buen resultado.
- Respeto: interactuamos mostrando interés por los beneficios individuales y grupales.
- Servicio: Realizamos las actividades cumpliendo con las necesidades de nuestros clientes logrando la satisfacción.
- Compromiso: Realizamos nuestras actividades con la mejor actitud, poniendo nuestra capacidad a entregar buenos resultados.
- Honestidad: conducta de honradez con relación a la moral
- Integridad, Nos mostramos con rectitud y honestidad

### 3.7. Objetivos Específicos

- a) Prestar treinta servicios (aseo o cocina) en la semana.
- b) Incrementar las ventas en un 5% en el segundo semestre
- c) Generar empleo, diez empleos directos, principalmente a madres cabeza de hogar en el primer año de operación.
- d) Brindar una capacitación semestral a nuestros colaboradores sobre el servicio.
- e) Atender el 100% los servicios solicitados en la localidad

### 3.8. Análisis Pestel

#### 3.8.1. Políticos

La política para la salud y la calidad de vida de los trabajadores de Bogotá D.C. tiene como objetivo general promover condiciones de salud, trabajo y vida de los trabajadores, sus familias y su entorno, teniendo en cuenta las diferencias de la población.

Es importante reconocer los avances del Distrito Capital en la materialización de las dimensiones de los derechos a través de atributos, variables e indicadores para determinar cuáles son los derechos satisfechos e insatisfechos, establecer unos mínimos y definir su progresividad (Secretaría de Integración Social de Bogotá, 2009). Se destaca, para efectos. En cuanto al trabajo digno y decente, la Política hace énfasis particular en la relación que este tiene con la salud en el trabajo y la seguridad social, por cuanto existe una asociación directa entre las condiciones de empleo y la salud de la población trabajadora. El mundo y la ciudad en particular se debaten en propuestas para superar el déficit de trabajo formal, en tanto el trabajo precario crece día a día y aumenta el número de trabajadores y trabajadoras que se insertan en la economía informal.

Según la política para la salud y la calidad de vida de los trabajadores se puede deducir que no pone en riesgo nuestra idea de negocio, ya que por el contrario es una oportunidad que tenemos de contribuir con el avance del país, nuestros servicios de suministro de personal deben ir de la mano con la salud en el trabajo y el bienestar con el fin de que la calidad de vida de todas las madres cabeza de hogar sean cada día mejor y se proyecten con nuevas expectativas para el futuro de sus familias, el objetivo primordial es brindar un entorno agradable y que se de todo el apoyo necesario para que la salud de cada trabajadora esté en constante control, para que con ello cumplir con las expectativas de cada una de las partes.

### 3.8.2. Económicos

El crecimiento del PIB en los últimos meses ha sido positivo lo que indica que la economía tiende a crecer. Por otra parte, luego de 15 meses de incrementos consecutivos en la tasa anualizada de inflación, volvió a bajar. El Índice de Precios al Consumidor (IPC) para los últimos 12 meses fue de 8,10 %, un 0,87 % menos que en los últimos doce meses a julio de 2016, el más alto de este siglo.

De acuerdo con el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, la tasa de desempleo subió casi 2 dígitos en la capital del país, pasando de 8.7 en el 2015 a 10,4 por ciento en el trimestre de noviembre del año pasado a enero de 2016. Lo que quiere decir que Bogotá tuvo la Tasa de Desempleo más alta de los últimos 3 años. En tiempo real a julio del presente año la tasa de desempleo se encuentra en 9.8%.

Aunque el índice de desempleo aumenta paulatinamente se puede identificar que podemos adquirir personal con el fin de asesorar y preparar a esas mujeres cabeza de hogar que deseen cambiar su estado financiero y al mismo tiempo brinden a la población ocupada un servicio óptimo con calidad y excelencia, y con ello lograr que a futuro sean más hogares los requieran de nuestros servicios teniendo en cuenta nuestra trayectoria a través del tiempo.

### 3.8.3. Socio – Culturales

El trabajo doméstico es una de las ocupaciones con más altos índice de crecimiento debido a la falta de oportunidades laborales y a la poca educación que se requiere para desarrollar esta labor, Según Asha D'Souza en un documento de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) “sólo el 0.5% de los hogares colombianos tiene empleada doméstica interna aumentando la preferencia por la empleada doméstica por días o por horas”.

Al igual que para el resto de los trabajadores, la calidad del empleo de quien trabaja en el servicio doméstico es un derecho; también es una necesidad

social. A medida que crece el número de mujeres que van incorporándose al mercado de trabajo, las tareas relacionadas con la función reproductiva van delegando en el personal del servicio doméstico, de cuyos cuidados depende el bienestar de generaciones enteras. El trabajo en el servicio doméstico no debería considerarse un sustituto de la prestación de atención por parte de las instituciones. Existe sin duda la necesidad de una mayor inversión pública en la economía de la prestación de asistencia a domicilio para que las familias puedan elegir entre la atención institucional, y la prestación de los servicios necesarios recurriendo a cuidadores(as) calificados(as) a domicilio.

Teniendo en cuenta el índice de crecimiento del trabajo doméstico, se puede generar una oportunidad donde no solo se brinde trabajo si no que sea una oferta donde el elemento esencial sea la estabilidad económica y la tranquilidad para cada una de las madres cabeza de hogar que día tras día buscan obtener una mejor calidad de vida para sus familias.

#### 3.8.4. Tecnológicos

Hoy en día, no se puede vivir sin hacer uso de las tecnologías, pues nos sirven para realizar todas nuestras actividades, la tecnología tiene un sinfín de utilidades las cuales nos permiten mantenernos en comunicación, realizar nuestros alimentos e incluso investigar nuestras enfermedades. Podemos decir que la tecnología es el punto neural de la sociedad actual, pues si esta no existiría la medicina actual, la industria, el mercado, el comercio, la comunicación, la política y en términos concretos los servicios de la humanidad.

En la actualidad es básicamente imposible llevar la vida diaria sin hacer uso de la tecnología, dando buen aprovechamiento de estas herramientas que nos ofrece la actualidad se dará a conocer por medio de las redes sociales nuestros servicios de suministro de personal para las labores domésticas y de cocina, con el único objetivo de poner a disposición una oportunidad que les brinde tranquilidad y seguridad a todas aquellas personas que buscan

por estos medios una mano que les ayude con la carga de las labores domésticas de sus hogares.

#### 3.8.5. Ecológicos

Lo primero que debemos entender es que una mejor calidad de vida no es poder tener el aire acondicionado prendido día y noche. Nos sentiremos mejor hoy, pero mañana las futuras generaciones sufrirán las consecuencias de la destrucción de la flora y la contaminación ambiental.

La utilización racional de la energía, además de ser una responsabilidad de nosotros con el planeta, es algo rentable. Cuando ahorramos energía se ahorra dinero.

Dentro de nuestra idea de negocio es primordial contribuir con el medio ambiente por lo cual se debe implementar la disminución oportuna de consumo de energía en los hogares a los cuales se les preste nuestros servicios, de igual manera brindar asesoría para reciclar la basura para que quede organizada de la siguiente forma:

- a) Orgánico: Aquí se puede colocar cáscaras de huevos, cáscaras de frutas, restos de vegetales. etc.
- b) Vidrio. En ese espacio se puede colocar botellas, alguna copa que se rompa y algún otro envase de ese material que ya no vaya a utilizar.
- c) Metal: En este sector se introduce envases de aluminio y acero.
- d) Papel y cartón: Aquí se colocan las hojas que ya no utilizas, las etiquetas de los envases y materiales de este tipo.
- e) Otros: Si en caso dado se tiene algún tipo de basura que no entre en las categorías anteriores, se podrá depositar aquí.

También se complementará el servicio dando como valor agregado bolsas de plástico Biodegradables, esto con el fin de contribuir con el medio ambiente de la siguiente manera:

- Reducir la contaminación de los ríos, playas y calles.
- Alargar la vida útil de los rellenos sanitarios
- Crear conciencia ambiental en la comunidad

- En 1995, la Corte Constitucional indicó que los trabajadores domésticos están excluidos del pago de la prima de servicios debido a que no generan utilidades al patrono como lo hace una empresa.
- En 2013 se estipula, respecto a seguridad social, que no hay diferencia con un empleado de empresa.
- Hoy día, ninguna persona que se desempeñe en el servicio doméstico puede devengar menos del salario mínimo, es decir, \$737.717, más el subsidio de transporte, que está en \$83.140.
- A esto hay que sumarle las prestaciones, que implica la provisión para salud, Pensión, ARL y caja de compensación.
- Según las leyes expuestas en una empresa como la nuestra se debe tener como elemento principal que dichas leyes sean cumplidas a cabalidad, con el fin de que las servidoras tengan la seguridad de que se les brinda todo lo que por ley les corresponde y que tendrán total garantía de nuestro compromiso con su calidad de vida.

### 3.9. Análisis de las cinco fuerzas de Porter

#### 3.9.1. Poder de Negociación de los compradores o clientes

No hay un poder de negociación fuerte, porque en su mayoría son personas que no están asociadas ni hay alguna institución que los represente. Toman el servicio basados en el precio, y buscan que este les brinde seguridad y tranquilidad en sus hogares.

#### 3.9.2. Rivalidad entre competidores

No hay rivalidad muy marcada debido a que no todas las empresas de suministro de personal están dirigidas a los hogares, y lo más importante que se les brinde confianza en cada servicio prestado.

### 3.9.3. Amenaza de entrada de nuevos competidores

No se genera una amenaza directa ya que los competidores de las grandes empresas de suministro de personal manejan un enfoque totalmente diferente el cual no es riesgo para nuestra idea de negocio.

### 3.9.4. Poder de negociación de los proveedores

Realmente no aplica, porque nuestros proveedores serian todas aquellas personas que nos suministren las dotaciones que se requieran a precios económicos, con el fin de tener lo necesario para prestar los servicios con todas las expectativas de nuestros clientes.

### 3.9.5. Amenaza de productos sustitutos

La única posible amenaza que se vería reflejada a futuro es que las personas a las cuales se les brinde nuestros servicios decidan sustituirlos porque van a realizar las labores del hogar por su propia cuenta.

### 3.10. Análisis DOFA

<b>FACTORES INTERNOS</b>		
	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>FACTORES EXTERNOS</b>	<p>Excelente talento humano Calidad en el servicio</p> <p>Servicio innovador</p> <p>Precios competitivos</p>	<p>Empresa nueva en el sector.</p> <p>Un nicho de mercado desconocido.</p> <p>Desconfianza del consumidor</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS (FO)</b>	<b>ESTRATEGIAS (FO)</b>
<p>Crecimiento constante</p> <p>Innovación en la industria</p> <p>Aumento de clientes</p>	<p>Ampliar el portafolio de servicios</p> <p>Aplicación de mejores procesos y procedimientos para mejorar la calidad del servicio</p> <p>Aplicación de mejores procesos y procedimientos para mejorar la calidad del servicio</p>	<p>Mantener investigación sobre el cambio de las necesidades del consumidor</p> <p>Obtener una fuerte red de distribución</p> <p>Mantener estrategias de mercadeo</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS (FA)</b>	<b>ESTRATEGIAS (DA)</b>
<p>Inestabilidad económica. Organizaciones con mejor portafolio</p> <p>Insatisfacción de los clientes Bajo requerimiento del servicio</p>	<p>Implementar tecnología de punta</p> <p>Aplicar estrategias promocionales</p>	<p>Ofrecer servicios complementarios</p> <p>Mantener y atraer nuevos clientes</p>

Tabla 10: Elaboración propia



### 3.11. Cadenas de valor

#### 3.11.1. Actividades Primarias

- a) Logística Interna
- b) Reclutamiento de hojas de vida
- c) Selección de personal que cumpla con el perfil requerido
- d) Verificación de información de hoja de vida (Referencias)
- e) Contratación de personal
- f) Operaciones
  - Por medio de capacitación se dará asesoría con el fin de que sea claro el objetivo de la empresa, el cual es brindar seguridad y confianza
  - Se instruirá al personal para que cada servicio sea dado con calidad
- a) Logística externa
  - Teniendo el personal con la suficiente preparación, se procede con la presentación de nuestros servicios a toda la localidad de Kennedy como fuente inicial.
- b) Actividades con las que se da a conocer el servicio
  - Hacer un lanzamiento el cual sea llamativo para las personas que habitan la localidad de Kennedy; la cual es nuestro enfoque principal y que este público sea cautivado con nuestros servicios al suministrar personal calificado que les brinde plena seguridad, y así conseguir que nos abran las puertas de sus hogares con total tranquilidad

Por medio de redes sociales se busca llegar de manera intensiva a los hogares donde se requiera personal para las labores domésticas y de cocina. Como buenos administradores de ventas debemos fijar objetivos que para nuestro caso es llegar a los diferentes estratos sociales y las diferentes localidades donde las empresas de servicios generales no han llegado determinando actividades mercantiles utilizando publicidad como internet, prensa radio y televisión para llegar a cumplir con las metas establecidas

Realizando una investigación del mercado en los sectores señalados, a los que debemos llegar por los medios de campañas publicitarias en los medios

de comunicación a los que más se tenga acceso. Además, el planeamiento de ventas se debe coordinar las actividades del personal comercial y de mercadeo; las fechas de los planes inicio y un cronograma de actividades; los inventarios; los presupuestos; y el control del personal que trabajara como operarios atendiendo las solicitudes.

c) Servicio

Se suministra el personal para los servicios domésticos y de cocina en los hogares ubicados en la localidad de Kennedy.

### 3.11.2.Actividades Secundarias

1. Adquisición de bienes y servicios

- Se requiere adquirir bienes tales como computadores para llevar de manera ordenada la gestión de todo lo referente a la parte administrativa y contable de la empresa.
- Teléfonos por medio de los cuales se pueda hacer contacto con nuestros posibles clientes y que así mismo ellos lo puedan tener con la empresa

2. Tecnología

Utilizar equipos de con los programados acordes y actuales de nuestra para nuestra actividad, para con ello ofrecer de manera eficiente los servicios de suministro de personal, haciendo la tecnología nuestra más grande aliada.

3. Administración de los recursos humanos

El principal propósito de la empresa es vincular personal calificado para las labores domésticas y de cocina que a su vez puedan transmitir seguridad total a las personas que requieran nuestros servicios.

4. Infraestructura de la empresa

La empresa se localiza al suroccidente de la ciudad de Bogotá en la localidad de Kennedy, ubicado en un punto estratégico, para que la gente que necesite saber más de nosotros o adquirir un servicio lo pueda hacer de manera fácil y rápida.

5. Valor agregado

Nuestro valor agregado es que se suministra personal calificado para las labores de limpieza y de cocina enfocados en los hogares ubicados en la localidad de Kennedy, que también apoyamos la conservación del medio ambiente con el ahorro de energía y el reciclaje en casa, y que se ofrecen estos servicios a domicilio brindando total garantía y seguridad a las personas que depositan su confianza en nuestra empresa.

A través de estos procedimientos se busca fortalecer nuestros servicios brindando una mayor confianza y seguridad, y así mismo conocer a cabalidad las necesidades que tienen nuestros clientes para con ello convertirnos en una empresa en la cual su principal objetivo es la satisfacción total y el compromiso para cumplir todas las labores encomendadas.

### 3.12. Estrategia Competitiva

Se implementa en las actividades de capacitación para nuestras colaboradoras como auto cuidado, decoración, flores, seguridad en el trabajo, manejo de residuos realizando con el protocolo de buen servicio a nuestros clientes por medio del supervisor de servicios.

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1. Objetivos del estudio Técnico

Nace de la necesidad de formar una empresa en el suministro de servicio de personal para limpieza y cocina, como respuesta a la insuficiencia para que esta actividad se haga de manera más segura y organizada, ya que hay establecimientos que asumen esta actividad no cumpliendo con los requisitos legales en la localidad de Kennedy haciendo el reclutamiento en

### 4.2. Descripción del Proceso

Objetivo:

Suministro de personal capacitado e idóneo para prestar el servicio de aseo y de cocina en los hogares ubicados en la localidad octava de Kennedy que se ajuste a los requerimientos y satisfacciones de los clientes.

Prestación del servicio de aseo el día requerido, con disposición de personal capacitado para el desarrollo de las actividades propias del mismo.

Definiciones:

Adecuada: se ajusta a ciertas condiciones que resulten convenientes para llevar a cabo una acción determinada.

Aseo: Son las actividades de limpieza de, para nuestra actividad en hogares (casas o apartamento) que genere la satisfacción de un ambiente limpio y agradable.

Higiene: es la actividad de limpieza y/o aseo para mantener la salud.

Limpieza: es el acto en el cual se eliminan los desechos utilizando agua y productos que eliminen las suciedades.

Personal de servicios generales: es el conjunto de personas adecuadas que ejercen las actividades de aseo, limpieza y cafetería.

#### 4.3. Procedimientos

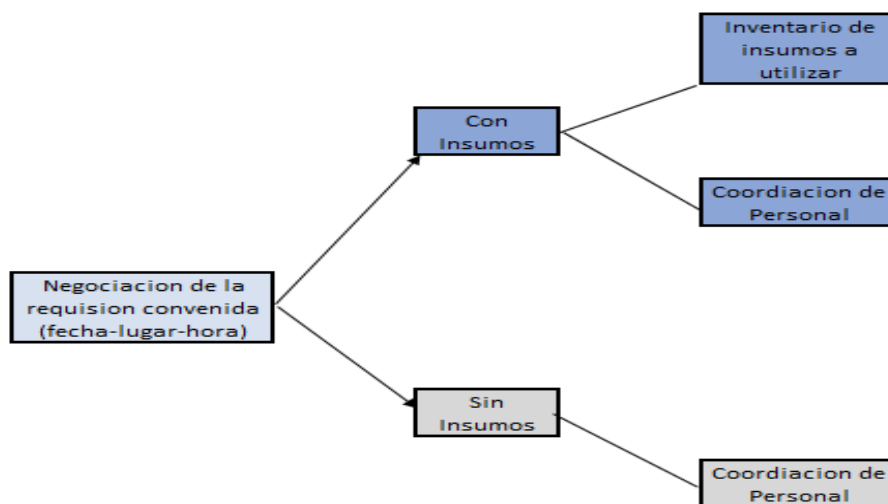


Tabla 11: Elaboración Propia

Proceso	Actividad	Responsable
Negociación del tipo de servicio a prestar	Coordinar el servicio, de acuerdo con las tarifas establecidas, según las actividades a realizar.	Vendedor-Supervisor
Con insumos	Establecer los insumos si el cliente no los facilita	Vendedor-Supervisor - Aux Rec. humanos
Coordinación de personal	Relacionar a la colaboradora, el tiempo requerido	Vendedor-Supervisor
	Evaluación del servicio	Vendedor-Supervisor
Sin Insumos	Se coordina el servicio cuando el cliente es quien dar los suministros	Vendedor-Supervisor
Coordinación de personal	Relacionar a la colaboradora, el tiempo requerido	Vendedor-Supervisor
	Evaluación del servicio	Vendedor-Supervisor

Tabla 12:Elaboración Propia

#### 4.4. Requerimientos y Necesidades

Se utilizarán productos que aporten al cuidado del medio ambiente y que quebranten la salud de nuestros colaboradores se contará con tecnología que tenga ahorro de energía y medios de comunicación básico, la parte administrativa contará con equipo informático con el aplicativo que contenga las características necesarias que nos deje llevar a cabalidad todas las tareas según la actividad económica de Soluciones S.A.S

#### 4.5. Infraestructura

La empresa contará con una oficina localizada al suroccidente de la ciudad de Bogotá en la localidad de Kennedy, ubicado en un punto estratégico, para que la gente que necesite saber más de nosotros o adquirir un servicio lo pueda hacer de manera fácil y rápida

#### 4.6. Maquinaria y equipo

No utilizaremos inicialmente, hasta ir afianzando nuestro negocio

#### 4.7. Muebles y Enseres

Inicialmente para el desarrollo de nuestra actividad contaremos con los siguientes muebles y enseres:

Muebles y enseres	Valor \$
Cafetera	\$ 100,000
Dos (02) computadores HP	\$ 1,000,000
Dos (02) Escritorios	\$ 600,000
Tres (03) sillas de oficina	\$ 300,000
Dos (2) teléfonos fijos	\$ 100,000
	\$ 2,100,000

Tabla 13: Elaboración propia

#### 4.8. Materias Primas e insumos

Para la modalidad servicio de aseo con insumos se elaborará una orden con la relación de insumos por cada cliente según la complejidad del sitio donde serán controlados por un sistema de inventario con el fin de garantizar la prestación con los elementos necesarios para cumplir el servicio.

Insumos	Medida
Bayetilla blanca	Unidad
bolsas para la basura	Unidad
Desinfectante	Galón
Escobar suave en nylon	Unidad
esponjilla	Unidad
guantes	por par
Limpiavidrios	galón
Lustramuebles	Galón
paños abrasivos	Unidad
Traperos	Unidad

Tabla 14: Elaboración propia

#### 4.9. Plan de producción

Se elabora una orden de servicio general para una periodicidad mensual donde se relaciona el conjunto de los servicios por cada solicitud con el propósito de establecer control de lo ejecutado y adquirir los elementos e insumos para que nuestras colaboradoras puedan cumplir completamente sin alterar sus actividades convenidas.

#### 4.10. Plan de compras

Soluciones S.A.S comprar los insumos en la modalidad de al por mayor con el fin de obtener un precio de insumo bajo, según el análisis de las órdenes de servicio que se prestan en el mes para proyectarse, para realizar las compras se considera los aspectos de calidad de producto y que sean amigables con el medio ambiente.

#### 4.11. Costos de producción

Nuestros costos de producción se determinan de acuerdo con el servicio solicitado ya que puede ser incluido los insumos de aseo o no, de acuerdo con la distancia que deba recorrer la operaria por si existen gastos de traslado.

#### 4.12. Costos Fijos

- Arrendamiento
- Servicios públicos
- Impuestos
- Salarios

#### 4.13. Costos Variables

- Suministros de aseo
- Mano de obra
- Gastos de traslado

## 5. ESTUDIO LEGAL

### 5.1. Objetivos del Estudio Legal

El objetivo del estudio legal es determinar la viabilidad de nuestro proyecto respecto a las normas, leyes y requerimientos vigentes que nos aplique en diferentes ámbitos con el fin de medir las implicaciones legales y económicas que se pueden presentar en el transcurso operativo de nuestra actividad comercial.

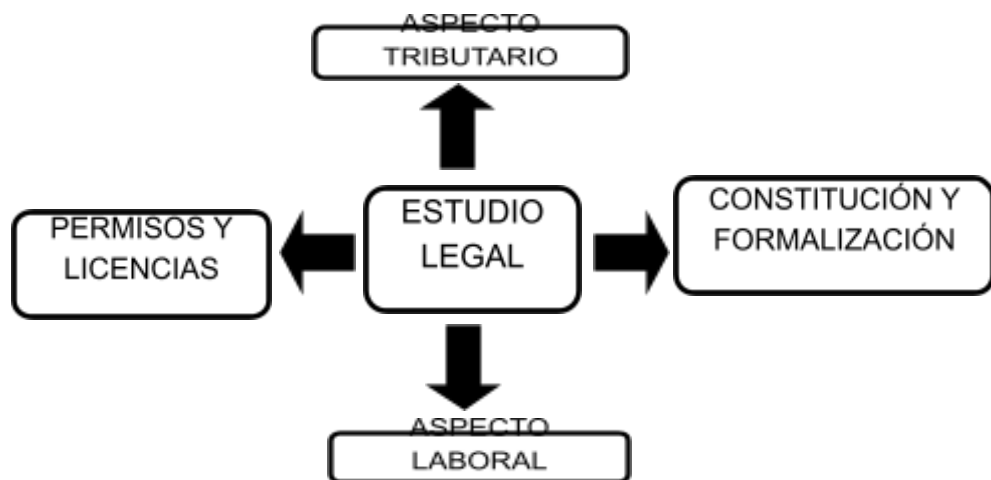


Figura 4: Elaboración propia

### 5.2. Marco Legal

Los trámites para realizar son:

- Industria y Comercio: Para solicitar el número de identificación tributaria (NIT) se siguieron los siguientes pasos:



- Con el certificado de existencia y representación que se solicitó en la Cámara de Comercio, me dirijo a la DIAN y solicite el formulario de RUT (registro único tributario), por medio del cual se puede realizar los siguientes trámites, entre otros:
- Asignación de NIT
- Inscripción en el registro de vendedores si es responsable de IVA.
- Una vez adquirido y diligenciado el formulario, me presento ante la DIAN, con los siguientes documentos:
- Formulario de RUT diligenciado en original y dos copias.
- Copia de la escritura pública de constitución.
- Certificado de existencia y representación.
- Fotocopia de la cédula del representante legal.
- El registro de Impuestos sobre las ventas (IVA), se puede hacer en el momento de realizar la solicitud del NIT. Simultáneamente con la solicitud del formulario RUT, solicitamos el formulario para que la DIAN nos autorice la numeración para las facturas.
- Permiso de usos de sueldos se solicitó en la Ventanilla Única de la Cámara de Comercio de Pereira o se puede solicitar también en la alcaldía municipal.
- Certificado de sanidad: este certificado no tiene ningún costo y es otorgado por el instituto municipal de salud de la ciudad, después de haber realizado una visita técnica.
- Condiciones de seguridad: certificado que expide el cuerpo de Bomberos y el valor fue asignado por el funcionario encargado de la visita técnica.

### 5.3. Concepto de empresa

De acuerdo con el Artículo 25 del Código de Comercio Colombiano se entiende por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio.

#### 5.4. Clasificación de las Mipymes

Una Pyme es toda unidad de explotación económica realizada por persona natural o Jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano

Las Pymes en Colombia, según la Ley 590 para el Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, las PYMES se clasifican así:

Soluciones SAS, en un inicio será considerada como microempresa ya que cumplimos con las condiciones para pertenecer a este grupo.

TIPO DE EMPRESA	NUMERO DE EMPLEADOS	ACTIVOS TOTALES SMMLV
MICROEMPRESA	1 A 10	MENORES DE 501
PEQUEÑA EMPRESA	11 A 50	501 A 5000
MEDIANA EMPRESA	51 A 200	5001 A 15.000

Tabla 15: Clasificación de las empresas en Colombia  
Fuente <http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria>

#### 5.5. Clasificación internacional de actividades económicas(ciiu)

La Clasificación Internacional Industrial Uniforme (siglas: CIIU) o, en inglés, International Standard Industrial Classification a All Economic Activities (abreviada como ISIC), es la clasificación sistemática de todas las actividades económicas cuya finalidad es la de establecer su codificación armonizada a nivel mundial. Es utilizada para conocer niveles de desarrollo, requerimientos, normalización, políticas económicas e industriales, entre otras utilidades.

Para Soluciones S.A.S el código CIIU que le aplica según la normatividad colombiana es:

Agrupación por Tarifa	Código de Actividad CIIU	Código de Actividad CIIU a Declarar Resolución 0079	Descripción Actividad Económica CIIU Rev. 4 A.C. Distrito Capital	Tarifa por Mil Vigente
304	7491	7830	Otras actividades de suministro de recurso humano	9.66

Tabla 16 Código Actividad CIIU fuente DANE Clasificación de las actividades económicas.

#### 5.6. Clasificación de las sociedades

La empresa SOLUCIONES S.A.S será Sociedad por Acciones Simplificadas -S.A.S., esta decisión se tomó teniendo en cuenta el objetivo de crecimiento de la empresa, los beneficios comerciales y después de analizar las demás opciones.

Las principales características de este tipo de sociedad son:

- Número de accionistas: mínimo un (1) accionista y no tiene límite máximo.
- El capital social se divide en acciones libremente negociables, pero puede por estatutos restringir hasta por diez (10) años su negociación; por tanto, se concibe como un modelo ideal para sociedades de familias.
- Responsabilidad de los accionistas: Responden hasta el monto de sus aportes por las obligaciones sociales.

#### 5.7. Constitución legal

Los pasos para crear una S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada) son:

- Consultar nombre en el RUES

Verificar que no exista otra empresa con el nombre de SOLUCIONES S.A.S.

- Preparar la papelería

Los documentos necesarios para la constitución son:

- Documento privado de constitución
- PRE-RUT
- Fotocopia de la cédula del representante legal
- Formulario único empresarial

- Inscripción en la cámara de comercio

Vamos a la cámara de comercio con toda la papelería y realizamos el registro, nos cobrarán los derechos de inscripción junto con los demás costos de constitución.

- Crear cuenta de ahorros

Con la papelería vamos a una entidad financiera para crear una cuenta de ahorros a nombre de la empresa.

#### 5.8. Registro Único Tributario (RUT)

Es necesario ir a la DIAN para diligenciar el RUT definitivo, para ello necesitamos: la cédula del representante legal con su respectiva copia, la versión previa del registro mercantil y la constancia de titularidad de la cuenta de ahorros

#### 5.9. Requisitos del registro mercantil

Con el RUT terminamos el registro en la Cámara de Comercio de Bogotá, el proceso es simple, y al completarlo ya podemos solicitar copias de la matrícula mercantil.

#### 5.10. Resolución de facturación DIAN

Para solicitar la resolución de facturación debemos diligenciar un formulario que puede ser descargado a través de la página de la DIAN, llevamos la cédula del representante legal (original y copia), y el registro mercantil definitivo.

#### 5.11. Obligaciones de registro

- Matricularnos en el Registro Mercantil y realizar la renovación anualmente.
- Inscribir en el Registro Mercantil todos los actos, libros y documentos.
- Estamos obligados a llevar contabilidad regular de nuestra empresa de acuerdo con lo que dicta la ley.
- Debemos conservar la correspondencia y demás documentos relacionados con nuestra empresa y las actividades que realizamos.
- Debemos abstenernos de ejecutar actos de competencia desleal.

#### 5.12. Revisión técnica de seguridad (bomberos)

Para obtener el concepto técnico de bomberos debemos acercarnos al Supercade Américas, el cual es el punto más cercano de atención, presentando la solicitud de inscripción junto con el certificado de matrícula mercantil de la Cámara de Comercio de Bogotá.

#### 5.13. Normas sanitarias y de salud (secretaría de salud)

Como nuestra empresa estará ubicada en una oficina, para efectos de sanidad está considerada como de bajo riesgo según el Artículo 3 de la Resolución 10984 DE 1993 de la Secretaría de Salud de Bogotá.

Cumplimos con las siguientes condiciones básicas:

- Poseemos conexiones a la red de acueducto y alcantarillado
- Tenemos pisos, paredes y techos en condiciones higiénicas de fácil lavado y limpieza según la utilización que se le dé a las diferentes áreas
- Contamos con iluminación y ventilación natural y artificial.
- Contamos con unidades sanitarias un baño para mujeres, y un baño y orinal para hombres con sus respectivos lavamanos y elementos de aseo (jabón, elementos de secado).
  
- Almacenamos las basuras en un lugar indicado para tal fin, cumpliendo con las normas de recolección y reciclaje establecidas.
- Las oficinas están libres de insectos y roedores, permanecen limpias y aseadas.

#### 5.14. Impacto ambiental (secretaría de ambiente)

Diseñamos nuestra matriz de aspectos e impactos ambientales con el fin de que nuestro proyecto de empresa sea ambientalmente satisfactorio.

MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN, VALORACIÓN Y DEFINICIÓN DE CONTROLES DE ASPECTOS E IMPACTOS AMBIENTALES												
ACTIVIDAD	ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	SITUACIÓN			INCIDENCIA			TIPO DE IMPACTO		ESCALA DE VALORACIÓN: E: Extremo, A: Alto, M: Medio, B: Bajo	CONTROL
									POSITIVO	NEGATIVO		
			N	A	SE	D	I					
IMPRESIÓN Y FOTOCOPIADO DOCUMENTOS	CONSUMO DE RECURSOS	GENERACION DE RESIDUOS PELIGROSOS	X			X				X	BAJO	PROGRAMA MANEJO DE RESIDUOS
	CONSUMO DE RECURSOS	DESCAPOTE DE BOSQUES	X			X				X	BAJO	PROGRAMA MANEJO DE RESIDUOS
	GENERACION DE RESIDUOS SOLIDOS	CONTAMINACION RECURSO SUELO	X			X				X	BAJO	PROGRAMA MANEJO DE RESIDUOS
UTILIZACION DE EQUIPOS ELECTRONICOS	CONSUMO DE ENERGIA	DETERIORO RECURSOS NATURALES	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA AHORRO DE ENERGIA
UTILIZACION DE SANITARIOS	CONSUMO DE ENERGIA	DETERIORO RECURSOS NATURALES	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA AHORRO DE ENERGIA
	CONSUMO DE AGUA	DETERIORO RECURSOS NATURALES	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA AHORRO DE AGUA
	GENERACION DE AGUAS RESIDUALES GRISES Y NEGRAS	CONTAMINACION RECURSO AGUA	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA AHORRO DE AGUA
	GENERACION DE RESIDUOS SOLIDOS	CONTAMINACION SUELO	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA MANEJO DE RESIDUOS
UTILIZACION DE SERVICIOS DE CAFETERIA Y ASEO	CONSUMO DE AGUA	DETERIORO RECURSOS NATURALES	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA AHORRO DE AGUA
	GENERACION DE RESIDUOS SOLIDOS	CONTAMINACION RECURSO SUELO	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA MANEJO DE RESIDUOS
	GENERACION DE AGUAS RESIDUALES GRISES Y NEGRAS	CONTAMINACION RECURSO AGUA	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA AHORRO DE AGUA
	DERRAME DE SUSTANCIAS QUIMICAS	CONTAMINACION DE AGUA	X			X				X	MEDIO	PROGRAMA DE MANEJO QUIMICOS

Tabla 17: Elaboración propia

### 5.15. Contratación personal

Utilizaremos el contrato a término indefinido el cual se entiende cuando no hay estipulación en tiempo, no es posible determinar la fecha de terminación (Artículo 47 del Código Sustantivo de Trabajo), donde el empleador tiene la responsabilidad de pagar prestaciones sociales, prima de servicios, descansos pagados y aportes parafiscales y en caso de terminación unilateral o sin justa causa se debe pagar una indemnización.

Este contrato aplica para los cargos Administrativos, Comercial, Servicios y Transportador. En el anexo 1 se establece el contrato de trabajo a término indefinido que se realizará en la empresa.

Y para el cargo de nutricionista se elaboraría un contrato civil por prestación de servicios, se maneja entre la empresa y la persona especializada y la remuneración se acuerda entre las dos partes, el tiempo de duración es igual en común acuerdo. El empleado recibe su compensación y se deduce únicamente el concepto de retención en la fuente

#### 5.16. Contratación de clientes y proveedores

5.16.1. Proveedores: nuestros proveedores serán únicamente para la adquisición de productos para el aseo, para lo cual realizaremos un estudio de precios para identificar el que nos brinde productos de calidad a un precio razonable.

5.16.2. Clientes: Para la contratación con nuestros clientes ofreceremos nuestro portafolio de servicios con todas las opciones que manejamos con el fin de determinar el tipo de servicio, horario, personal que requieren para realizar un contrato respaldado por una póliza, donde SOLUCIONES S.A.S, se compromete a cumplir con el servicio prometido y el cliente se compromete a parte de realizar los pagos oportunos a respetar a nuestro personal.

### **6. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

#### 6.1. Objetivo del estudio administrativo

Determinar la ordenación que la empresa deberá tener para su creación, se toma en cuenta la planificación, el marco legal, el organigrama, recursos humanos (reglamentos).

#### 6.2. Definición de la estructura organizacional



Corresponde a la fase de instalación organización la estructura que pueda responder a la estructura que garanticen el logro de las metas establecidas para la empresa con todos los recursos precisos como humanos, materiales y financieros

### 6.3. Organigrama

- Administración
- Supervisor
  
- Personal Aseo
  
- Secretaria Auxiliar contable

Figura 5: Elaboración propia

### 6.4. Tamaño de la empresa

Nuestra empresa será considerada como microempresa por contar inicialmente con 4 empleados, cumpliría el rango de 1 a 10 empleados.

### 6.5. Modelo contratación

Utilizaremos el contrato a término indefinido el cual se entiende cuando no hay estipulación en tiempo, no es posible determinar la fecha de terminación (Artículo 47 del Código Sustantivo de Trabajo), donde el empleador tiene la responsabilidad de pagar prestaciones sociales, prima de servicios, descansos pagados y aportes parafiscales y en caso de terminación unilateral o sin justa causa se debe pagar una indemnización.

Este contrato aplica para los cargos Administrativos, Comercial y Servicios. En el anexo 1 se establece el contrato de trabajo a término indefinido que se realizará en la empresa.

#### Anexo 1. Formato de Contrato

##### (0411) Contrato de trabajo a término indefinido (\*)

Entre el EMPLEADOR y el TRABAJADOR, de las condiciones, identificados como aparece al pie de sus firmas, se ha celebrado el presente contrato individual de trabajo, regido además por las siguientes cláusulas:

PRIMERA: EL EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR y este se obliga: a) A poner al servicio del EMPLEADOR toda su capacidad normal de trabajo, en forma exclusiva en el desempeño de las funciones propias del oficio mencionado en las labores anexas y complementarias del mismo, de conformidad con las órdenes e instrucciones que le imparta EL EMPLEADOR o sus representantes, y b) A no prestar directa ni indirectamente servicios laborales a otros EMPLEADORES, ni el trabajar por cuenta propia en el mismo oficio, durante la vigencia de este contrato(\*\*)

SEGUNDA: Las partes declara que el presente contrato se entiende incorporadas en lo pertinente, las disposiciones legales que regulan las relaciones entre la empresa y sus trabajadores, en especial, las del contrato para el oficio que se suscribe fuera de las obligaciones consignadas en los reglamentos de trabajo y de higiene y seguridad industrial de la empresa.

TERCERA: En relación con la actividad propia del trabajador, este la ejecutara dentro de las siguientes modalidades que implican claras obligaciones para el mismo trabajador así:

-Observar rigurosamente las normas que le fije la empresa para la realización de la labor a que se refiere el presente contrato.

-Guardar absoluta reserva, salvo autorización expresa de la empresa de todas aquellas informaciones que lleguen a su conocimiento debido a su trabajo y que sean por naturaleza privadas.

-Ejecutar por sí mismo las funciones asignadas y cumplir estrictamente las instrucciones que le sean dadas por la empresa o por quienes representen, respecto del desarrollo de sus actividades.

-Cuidar permanentemente los intereses de la empresa

-Dedicar la totalidad de su jornada de trabajo a cumplir a cabalidad con sus funciones.

-Programar diariamente su trabajo y asistir puntualmente las reuniones que efectúe la empresa a las cuales hubiere sido citado.

-Observar completa armónica y comprensión con los clientes, con sus superiores y compañeros de trabajo en sus relaciones personales y en la ejecución de su labor.

-Cumplir permanentemente con espíritu la lealtad, colaboración y disciplina con la empresa.

-Avisar oportunamente y por escrito a la empresa todo cambio en su dirección, teléfono o ciudad de residencia.

CUARTA: EL EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR por la prestación de sus servicios el salario indicado pagadero en las oportunidades también señaladas arriba. Dentro de este pago se encuentra incluida la remuneración de los descansos dominicales y festivos de qué tratan los capítulos I y II del título del Código Sustantivo del Trabajo. Se aclara y se conviene que en los casos en los que EL TRABAJADOR devengue comisiones o cualquier otra modalidad de salario variable, el 82.5% de dichos ingresos, constituye remuneración ordinaria, y el 17.5% restante está destinado a remunerar el descanso en los días dominicales y festivos de qué tratan los capítulos I y II del título VII del Código Sustantivo del Trabajo.

PARÁGRAFO: Las partes expresamente acuerdan que lo que reciba el trabajador o llegue a recibir el futuro adicional a su salario ordinario, ya sean beneficios o auxilios habituales u ocasionales, tales como alimentación, habitación o vestuario, bonificaciones ocasionales o cualquier otra que reciba, durante la vigencia del contrato de trabajo, en dinero o en especie, no constituyen salario.

QUINTA: Todo trabajo suplementario o en horas extras y todo trabajo en domingo o festivo en los que legalmente debe concederse descanso se remuneran conforme a él, así como los correspondientes recargos nocturnos. Para el reconocimiento y pago del trabajo suplementario dominical o festivo EL EMPLEADOR o sus representantes deben autorizarlo previamente por escrito. Cuando la necesidad de este trabajo se presente de manera imprevista o inaplazable, deberá ejecutarse y darse cuenta de él por escrito, a la mayor brevedad al EMPLEADOR o a sus representantes. EL EMPLEADOR en consecuencia, no reconocerá ningún trabajo suplementario o en días de descanso legalmente obligatorio que no haya sido autorizado previamente o avisado inmediatamente, como queda dicho.

SEXTA: EL TRABAJADOR se obliga a laborar la jornada ordinaria en los turnos y dentro de las horas señaladas por EL EMPLEADOR, pudiendo hacer ésto ajustes o cambios de horario cuando lo estime conveniente. Por el acuerdo expreso o tácito de las partes, podrán repartirse las horas de la jornada ordinaria en la forma prevista en el artículo 164 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 23 de la Ley 50 de 1990, teniendo en cuenta que los tiempos de descanso entre las secciones de la jornada no se computan dentro de la misma.

Así mismo el empleador y el trabajador podrán acordar que la jornada semanal de cuarenta y ocho (48) horas se realice mediante jornadas diarias flexibles de trabajo, distribuidas en máximo de seis días a la semana con un día de descanso obligatorio, que podrá coincidir con el domingo. En este, el número de horas de trabajo diario podrá repartirse de manera variable durante la respectiva semana y podrá ser de mínimo durante (4) horas continuas y hasta (10) horas sin lugar a ningún recargo por trabajo suplementario cuando el número de horas de trabajo no exceda el promedio de cuarenta y ocho (48) horas semanales dentro de la jornada ordinaria de 6 a.m. a 10 p.m.

SÉPTIMA: Los primeros dos meses del presente contrato se consideran como período de prueba y, por consiguiente, cualquiera de las partes podrá terminar el contrato unilateralmente, en cualquier momento. Durante dicho periodo. Vencido

este, la duración del contrato será indefinida, mientras subsistan las causas que le dieron origen y la materia del trabajo.

OCTAVA: Son justas causas para dar por terminado unilateralmente este contrato por cualquiera de las partes, las enumeradas en el artículo 7º del Decreto 2351 de 1965; y, además por parte del EMPLEADOR, las faltas que, para el efecto por parte del EMPLEADOR, las faltas que para el efecto se califiquen como graves en el espacio reservado para cláusulas adicionales en el presente contrato.

NOVENA: Las invenciones o descubrimientos realizados por El TRABAJADOR contratado, para investigar pertenecen al EMPLEADOR, de conformidad con el artículo 539 del Código de Comercio, así como en los artículos 20 y concordantes de la Ley 23 de 1982 sobre derechos de autor. En cualquier otro caso el invento pertenece al TRABAJADOR, salvo cuando este no haya sido contratado para investigar y realice la invención mediante datos o medios conocidos o utilizados debido a la labor desempeñada, evento en el cual EL TRABAJADOR, tendrá derecho a una compensación que se fijará de acuerdo con el monto del salario, la importancia del invento o descubrimiento, el beneficio que reporte al EMPLEADOR u otros factores similares.

DÉCIMA: Las partes podrán convenir que el trabajo se preste en lugar distinto del inicialmente contratado siempre que tales traslados no desmejoran las condiciones laborales o de remuneración del TRABAJADOR o impliquen perjuicios para él. Los gastos que se originen con el traslado serán cubiertos por EL EMPLEADOR de conformidad con el número 8º del artículo 57 del Código Sustantivo del Trabajo. EL TRABAJADOR se obliga a aceptar los cambios de oficio que decida EL EMPLEADOR dentro de su poder subordinante, siempre que se respeten las condiciones laborales del TRABAJADOR, de conformidad con el artículo 23 del Código Sustantivo del Trabajo, modificado por el artículo 1º de la Ley 50 de 1990.

UNDÉCIMA: El presente contrato reemplaza en su integridad y deja sin efecto cualquier otro contrato verbal o escrito celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotarán a continuación de su texto.

Para constancia se firma en dos o más ejemplares del mismo tenor y valor, ante testigos en la ciudad y fecha que se indican a continuación:

El empleador

El Trabajador

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

c.c. o NIT

CC. Nit

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Testigo

Testigo

Ciudad y fecha: \_\_\_\_\_

Cláusulas adicionales:

(0417) Contrato de trabajo con el Servicio doméstico

NOMBRE DEL EMPLEADOR	DOMICILIO DEL EMPLEADOR
NOMBRE DEL TRABAJADOR	OFICIO QUE DESEMPEÑARÁ EL TRABAJADOR
LUGAR, FECHA DE NACIMIENTO	FECHA DE INICIACIÓN DE LABORES
SALARIO \$	PERIODO DE PAGO

DURACIÓN DEL CONTRATO:

a) INDEFINIDO      b) A TÉRMINO FIJO      c) POR DÍAS

Entre EL EMPLEADOR y EL TRABAJADOR, se ha celebrado el presente contrato individual de trabajo, con las condiciones arriba detalladas, regido además por las siguientes cláusulas: PRIMERA: EL EMPLEADOR contrata los servicios personales del TRABAJADOR y este se obliga: a poner su capacidad normal de trabajo desempeñando por sí mismo las funciones asignadas y complementarias en una casa de familia, tales como aseo, cocina, lavado, planchado y demás relacionadas con el oficio, ya que sea que EL TRABAJADOR resida o no en la misma casa del EMPLEADOR de conformidad con las órdenes e instrucciones que la imparta EL EMPLEADOR o sus representantes; SEGUNDA: EL EMPLEADOR pagará al TRABAJADOR por la prestación de sus servicios el salario indicado, pagadero con la periodicidad establecida TERCERA: En este contrato de trabajo se presumen como período de prueba los primeros quince (15) días de servicio CUARTA: EL EMPLEADOR se obliga a dar descanso dominical remunerado que se encuentra incluido dentro del sueldo. QUINTA: Son justas causas para poner término a este contrato unilateralmente, las enumeradas en el artículo 7º del Decreto 2351 de 1965 y además, por parte del EMPLEADOR, las siguientes faltas que para el efecto se califican como graves a) La ejecución por parte del TRABAJADOR de labores remuneradas al servicio de terceros sin autorización del EMPLEADOR, cuando se trate de servicio doméstico; b) Las repetidas desavenencias con los integrantes de la familia, como violencia, injuria, malos tratos e indisciplina c) abuso de confianza por parte del TRABAJADOR como también sustraer de la casa de familia elementos y equipos en general, sin permiso del EMPLEADOR, y d) Permitir, sin la debida autorización, el ingreso de personas ajenas al núcleo familiar a la

residencia. SEXTA: El presente contrato reemplaza de su integridad y deja sin efecto alguno cualquier otro contrato verbal o escrito celebrado entre las partes con anterioridad. Las modificaciones que se acuerden al presente contrato se anotaran a continuación de su texto. Para constancia se firma en dos ejemplares del mismo tenor y valor, ante testigos en la ciudad y fecha que se indican a continuación.

El empleador

El Trabajador

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

C.C. o NIT

C.C

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Testigo

Testigo

#### Anexo 1. Formato de Contrato

#### 6.6. Recurso humano /Manual de funciones

##### Cargo: Administración

- Es el Representante Legal de la Empresa Soluciones y autoriza su firma para la celebración de contratos.
- Establece el manejo Administrativas, Operativas y de Calidad.
- Ordenar gastos y disposición de pagos de la empresa.
- Realizar el plan de negocios.
- Preparar y Ejecutar el presupuesto.
- Abrir, administrar y cerrar cuentas bancarias.
- Toma de decisiones administrativas sobre la empresa.
- Desarrollará estrategias para alcanzar las metas propuestas.
- Lograr un ambiente apropiado para todos los empleados para lograr metas propuestas.
- Ejercer liderazgo.
- Decide un nuevo servicio que pueda desarrollar Soluciones apropiadas en el mercado.
- Capacitación.
- Mantener a los empleados actualizados de acuerdo con los cambios.
- Entrenar a los colaboradores de acuerdo con las funciones de cada cargo.

- Informar a los colaboradores las directrices y políticas de la empresa.
- Manejar relación directamente con los bancos
- Llevar a cabo la contabilidad
- Registrar y controlar los recursos financieros
- Enviar informe al Director Financiero para su conocimiento y gestión
- Elaborar los estados financieros
- Controlar las cuentas
- Mantener todos los registros contables físicos y en el sistema
- Realizar actividades que sean declaradas por el Dir. Financiera
- Elaborar declaraciones de impuestos
- Llevar control de las cuentas
- Llevar un archivo de las transacciones
- Manejo de caja, efectivo y bancos
- Control de los recursos de las cuentas de la empresa
- Gestionar cobros
- Gestionar pago a proveedores
- Controlar y vigilar el flujo de caja
- Presentar informes periódicos al Director Financiero
- Dirigir y coordinar a cada uno de los funcionarios para elaborar efectivamente su cargo
- Dirigir el proceso de contratación
- Atender las solicitudes de los empleados
- Colaborar con los jefes de las diferentes áreas con la solución de inconvenientes que se presenten.
- Conocer y hacer aplicar la normatividad de acuerdo con las leyes
- Trazar metas para asegurar a la empresa ventas
- Supervisar y desarrollar actividades promocionales.
- Desarrollar estrategias de mercadeo
- Elaborar catálogo de precios
- Exposición de productos

Cargo: secretaria auxiliar contable

- Responsable de temas administrativos de talento humano (nomina, prestamos, vacaciones)
- Dirigir a las áreas de Salud Ocupacional, Selección y Contratación y Capacitación
- Conocer las Leyes que obligan a la empresa a cumplirlas
- Elaborar presupuesto (nómina, seguridad social, capacitación etc.)
- Presentar informes a los jefes de área
- Presentar informes de gestión a la Gerencia General
- Realizar descripciones de tareas
- Elaborar y Supervisar los planes de mejora
- Determinar los perfiles de los cargos
- Selección de personal de acuerdo con pruebas y entrevistas
- Realizar las afiliaciones
- Pagar licencias de maternidad y enfermedad general

Cargo: Supervisor

- Supervisar el trabajo de los colaboradores de aseo, cumpliendo con los estándares de calidad
- Organizar con ayuda de los trabajadores el cumplimiento de las tareas asignadas
- Establecer objetivos de desempeño
- Resolver cualquier conflicto
- Tener contacto regular con el personal
- Preparar una agenda de las labores a realizar
- Planificar la manera más efectiva para alcanzar con los objetivos
- Comunicar adecuadamente la información de los servicios que presta la empresa
- Asesorar al cliente de nuestros servicios, satisfacen su necesidad
- Elaborar registros en el sistema de visitas comerciales
- Retener clientes actuales
- Captar nuevos clientes



- Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.
- Realizar seguimiento de consumo.
- Realizar funciones de cobranza
- Identificar y controlar los riesgos que puedan presentar nuestros colaboradores
- Dar capacitaciones y asesoría para prevención de accidentes y enfermedades laborales.
- Elaborar investigación laboral y luego reportar a la aseguradora
- Elaborar junto con calidad, los manuales o normas a desarrollar para evitar accidentes laborales.
- Análisis de los accidentes, realizar planes de acción y seguimientos.
- Realizar inspecciones y eventualmente acompañamientos a supervisores y operarios ya que la labor principal se rige fuera de las instalaciones.

### Servicios Generales

- Realizar el aseo con dedicación y cuidado
- Responder por elementos utilizadas para la ejecución de sus tareas
- Informar cualquier anomalía que se presente a su Supervisor
- Cumplir con el horario de trabajo
- Dedicar su tiempo de labor asignada
- Ser receptiva a las instrucciones
- Responsabilidad y Organización
- Cuidado en el manejo de los equipos y productos
- Portar de manera impecable y completa la dotación
- Mantener cabello recogido y uñas sin esmalte
- Puntualidad

## 6.7. Costos Administrativos

La siguiente es la relación de los costos administrativos iniciales:

<b>COSTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>VALOR</b>
Servicios Publicos	85.000
Gastos papeleria y otros	15.000
Publicidad	15.000
Arriendo Oficina	275.000
Diversos	15.000
<b>TOTAL</b>	<b>405.000</b>

Tabla 18: Elaboración Propia

## 6.8. Gastos de personal

Los siguientes son los gastos mensuales de los empleados:

<b>GASTOS DEL PERSONAL</b>	
<b>Sueldos Basicos Mensuales</b>	
Administrador	900.000
Supervisor	800.000
Secretaria auxiliar contable	737.717
Operario	737.717
<b>TOTAL</b>	<b>3.175.434</b>
<b>Prestaciones Mensuales</b>	
Cesantía (mes)	264.618
Intereses de Cesantía (mes)	2.646
Vacaciones (mes)	132.416
Prima de Servicios (mes)	264.618
<b>TOTAL</b>	<b>664.299</b>
<b>Parafiscales y seguridad social Mensual</b>	
Aporte en Salud Eps (mes)	269.912
Aporte en Pensión (mes)	381.052
Arp (mes)	25.403
Caja Compensación Familiar	113.715
I.C.B.F.	85.286
SENA	56.857
<b>TOTAL</b>	<b>932.226</b>
<b>Auxilio de transporte</b>	<b>332.560</b>

Tabla 19: Elaboración Propia

#### 6.9. Gastos de puesta en Marcha

La siguiente es la relación de los gastos básicos para la puesta en marcha del negocio:

CONCEPTO	VALOR
Estudios de investigación	\$ 200.000
Adecuación oficina	\$ 650.000
Gastos legales de constitución	\$ 250.000
Publicidad	\$ 50.000
Papelería	\$ 30.000
Arriendo primer mes	\$ 275.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.455.000</b>

Tabla 20: Elaboración propia

## 7. ESTUDIO FINANCIERO

### 7.1. Objetivo del estudio Financiero

El principal objetivo de este estudio es analizar la viabilidad financiera de nuestro proyecto teniendo en cuenta diversos aspectos que pueden influir en el desarrollo del negocio para determinar si es una idea rentable o si se deben tomar decisiones y realizar modificaciones antes de la puesta en marcha.

### 7.2. Inversión Inicial

#### a) Aportes de los socios:

Socio 1: \$1, 000,000

Socio 2: \$1, 000,000

#### b) Inversión en activos fijos

Equipos de computación y comunicación: \$1, 100,000

Muebles y enseres: \$ 1, 000,000

Total, de inversión inicial: \$4, 100,000

### 7.3. Ingresos

La proyección de ingresos está conformada por la prestación del servicio de suministro de personal para aseo doméstico en hogares, cuyo aumento anual

se calculó sobre el 3% respecto al año anterior teniendo en cuenta los resultados que arrojó el estudio de mercado.

<b>PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS OPERATIVOS</b>						
<b>INGRESOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
Por Servicios						
Suministro de personal	32,640,000	100,857,600	103,883,328	106,999,828	110,209,823	454,590,579
<b>Total Ingresos de operación</b>	<b>32,640,000</b>	<b>100,857,600</b>	<b>103,883,328</b>	<b>106,999,828</b>	<b>110,209,823</b>	<b>454,590,579</b>

Tabla 21: Elaboración Propia

#### 7.4. Egresos

La proyección de egresos se realiza sobre el 3,3% respecto al año anterior, teniendo en cuenta factores como el aumento del salario mínimo, la determinación del PIB.

<b>PROYECCIÓN DE EGRESOS</b>						
<b>EGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Gastos de personal	19,087,835	59,156,793	61,108,967	63,125,563	65,208,706	267,687,863
Servicios Públicos	340,000	1,053,660	3,265,292	10,119,141	31,359,218	46,137,311
Gastos papelería y otros	60,000	185,940	576,228	1,785,731	5,533,980	8,141,878
Publicidad	60,000	185,940	576,228	1,785,731	5,533,980	8,141,878
Arriendo Oficina	1,100,000	3,408,900	10,564,181	32,738,397	101,456,293	149,267,771
Diversos	60,000	185,940	576,228	1,785,731	5,533,980	8,141,878
Depreciaciones	106,667	320,000	320,000	320,000	320,000	1,386,667
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>20,814,502</b>	<b>64,497,173</b>	<b>76,987,124</b>	<b>111,660,293</b>	<b>214,946,156</b>	<b>488,905,247</b>

Tabla 22: Elaboración Propia

PROYECCIÓN NOMINA PARA EL PERSONAL						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>Sueldos Basicos</b>						
Empleado 1	3,600,000	11,156,400	11,524,561	11,904,872	12,297,732	50,483,565
Empleado 2	3,200,000	9,916,800	10,244,054	10,582,108	10,931,318	44,874,280
Empleado 3	2,950,868	9,144,740	9,446,516	9,758,251	10,080,274	41,380,649
Empleado 4	2,950,868	9,144,740	9,446,516	9,758,251	10,080,274	41,380,649
Total Sueldos	12,701,736	39,362,680	40,661,648	42,003,483	43,389,598	178,119,144
<b>Prestaciones</b>						
Cesantía (mes)	1,058,474	3,280,210	3,388,457	3,500,276	3,615,785	14,843,203
Intereses de Cesantía (mes)	10,585	32,802	33,885	35,003	36,158	148,432
Vacaciones (mes)	529,662	1,641,424	1,695,591	1,751,545	1,809,346	7,427,568
Prima de Servicios (mes)	1,058,474	3,280,210	3,388,457	3,500,276	3,615,785	14,843,203
Total Prestaciones Sociales mes	2,657,195	8,234,646	8,506,390	8,787,100	9,077,075	37,262,406
<b>Parafiscales y seguridad social</b>						
Aporte en Salud Eps (mes)	1,079,648	3,345,828	3,456,240	3,570,296	3,688,116	15,140,127
Aporte en Pensión (mes)	1,524,208	4,723,522	4,879,398	5,040,418	5,206,752	21,374,297
Arp (mes)	101,614	314,901	325,293	336,028	347,117	1,424,953
Caja Compensación Familiar	454,860	1,411,207	1,457,777	1,505,883	1,555,578	6,385,304
I.C.B.F.	341,145	1,058,405	1,093,333	1,129,413	1,166,683	4,788,978
SENA	227,430	705,603	728,888	752,942	777,789	3,192,652
<b>Total aportes Patronales</b>	<b>3,728,904</b>	<b>11,559,466</b>	<b>11,940,929</b>	<b>12,334,979</b>	<b>12,742,034</b>	<b>52,306,313</b>
Auxilio de transporte						
Auxilio de transporte	1,330,240	4,082,507	4,217,229	4,356,398	4,500,159	18,486,533
<b>TOTAL</b>	<b>19,087,835</b>	<b>59,156,793</b>	<b>61,108,967</b>	<b>63,125,563</b>	<b>65,208,706</b>	<b>267,687,863</b>

Tabla 23: Elaboración Propia

## 7.5. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS DE EFECTIVO</b>						
Ingreso por ventas		29,376,000	90,771,840	93,494,995	96,299,845	99,188,840
Costos Indirectos de Fabricación		200,000	621,000	642,735	665,231	688,514
Gastos Admon y Ventas		20,814,502	64,497,173	76,987,124	111,660,293	214,946,156
Pago de Impuesto de Renta		3,947,796	12,103,919	8,776,693	-	-
Pago de Dividendos			1,532,674	4,699,168	3,407,422	(1,217,073)
Pago de deuda		-	-	-	-	-
Total egresos de Efectivo		24,962,298	78,754,765	91,105,720	115,732,946	214,417,597
Flujo Neto de efectivo Operativo		4,413,702	12,017,075	2,389,275	(19,433,101)	(115,228,757)
Inversiones	(2,195,000)					
Flujo Neto Total	(2,195,000)	4,413,702	12,017,075	2,389,275	(19,433,101)	(115,228,757)
Mas: Saldo Inicial de Caja			4,413,702	16,430,777	18,820,052	(613,049)
Igual: Saldo Caja (Superavit o Deficit)		4,413,702	16,430,777	18,820,052	(613,049)	(115,841,805)
<b>Flujo neto Acumulado</b>	<b>(2,195,000)</b>	<b>2,218,702</b>	<b>14,235,777</b>	<b>16,625,052</b>	<b>(2,808,049)</b>	<b>(118,036,805)</b>

Tabla 24: Elaboración Propia

De acuerdo con el flujo de caja proyectado el proyecto genera utilidades desde el primer año de funcionamiento hasta el tercer año, a partir del cuarto año vemos como empieza a generar perdida.

Por lo anterior debemos crear estrategias y tomar decisiones para cambiar el resultado del flujo de caja a partir del cuarto año para que continúe generando utilidades.

#### 7.6. Fuentes de Financiación/Apalancamiento

- a) Nuestra primera opción de financiamiento es lo que se denomina como fondos propios, lo cual quiere decir que evaluamos y aprovechamos adecuadamente los recursos con los que disponemos.
  
- b) Planeamos operaciones con el banco Bancolombia inicialmente con la apertura de la cuenta de ahorros empresarial ya que es el establecimiento que nos ofrece mejores productos con las mejores tasas y lo tendremos presente como primera opción al momento de necesitar financiación:

Monto del crédito: Sujeto a estudio

Tasa de interés: 26,22% EA

Amortización: Mensual

Plazo: Hasta 60 meses

Pero de acuerdo con nuestros estudios de pre factibilidad no vemos la necesidad aún de financiarnos por medio de un préstamo.

## 7.7. Balance de general

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>Activos Corrientes</b>						
Efectivo	-	4,413,702	16,430,777	18,820,052	-	-
Cuentas Por Cobrar		1,632,000	5,042,880	5,194,166	5,349,991	5,510,491
Inventarios						
<b>Total Activos Corrientes</b>		<b>6,045,702</b>	<b>21,473,657</b>	<b>24,014,218</b>	<b>5,349,991</b>	<b>5,510,491</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipos Computo y comunic	1,100,000	1,100,000	1,100,000	1,100,000	1,100,000	1,100,000
Muebles y Enseres	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000	1,000,000
Vehículos		-	-	-	-	-
<b>Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)</b>	<b>2,100,000</b>	<b>2,100,000</b>	<b>2,100,000</b>	<b>2,100,000</b>	<b>2,100,000</b>	<b>2,100,000</b>
(-) Depreciación Acumulada		106,667	426,667	746,667	1,066,667	1,386,667
<b>Total Activo Fijo Depreciable (Neto)</b>	<b>2,100,000</b>	<b>1,993,333</b>	<b>1,673,333</b>	<b>1,353,333</b>	<b>1,033,333</b>	<b>713,333</b>
Activos Diferidos	65,000	32,000	19,000	6,000	(7,000)	(20,000)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>2,165,000</b>	<b>8,071,036</b>	<b>23,165,991</b>	<b>25,373,552</b>	<b>6,376,325</b>	<b>6,203,824</b>
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>						
<b>Impuesto de Renta y Cree por Pagar</b>						
		3,947,796	12,103,919	8,776,693	-	-
<b>Total pasivos Corrientes</b>	<b>-</b>	<b>3,947,796</b>	<b>12,103,919</b>	<b>8,776,693</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Cuentas por pagar</b>						
		3,264,000	10,085,760	10,388,333	10,699,983	11,020,982
<b>Total pasivos No Corrientes</b>	<b>-</b>	<b>3,264,000</b>	<b>10,085,760</b>	<b>10,388,333</b>	<b>10,699,983</b>	<b>11,020,982</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>-</b>	<b>7,211,796</b>	<b>22,189,679</b>	<b>19,165,025</b>	<b>10,699,983</b>	<b>11,020,982</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	2,165,000	2,165,000	2,165,000	2,165,000	2,165,000	2,165,000
Utilidades Retenidas		-	6,130,695	24,927,369	38,557,056	39,774,129
Utilidades del Ejercicio		7,663,369	23,495,842	17,037,109	-	-
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>2,165,000</b>	<b>9,828,469</b>	<b>31,790,546</b>	<b>44,129,478</b>	<b>40,722,056</b>	<b>41,939,129</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>2,165,000</b>	<b>8,071,036</b>	<b>23,165,991</b>	<b>25,373,552</b>	<b>6,376,325</b>	<b>6,203,824</b>

Tabla 25: Elaboración Propia



## 7.8. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS BRUTAS	32,640,000	100,857,600	103,883,328	106,999,828	110,209,823	454,590,579
Menos:						
Costo de Venta	200,000	621,000	642,735	665,231	688,514	2,817,480
Costos indirectos de fabricacion	200,000	621,000	642,735	665,231	688,514	2,817,480
Utilidad Bruta en Ventas	32,440,000	100,236,600	103,240,593	106,334,597	109,521,309	451,773,099
Menos:						
Gastos de Administración	20,814,502	64,603,839	77,413,791	112,406,960	216,012,823	490,291,914
Amortización de Diferidos	14,333	33,000	13,000	13,000	13,000	86,333
Utilidad Operacional	11,611,165	35,599,761	25,813,802	(6,085,363)	(106,504,514)	(39,565,148)
Menos: Gastos Financieros	-	-	-	-	-	-
Util Antes de Impuestos	11,611,165	35,599,761	25,813,802	(6,085,363)	(106,504,514)	(39,565,148)
Menos Provisión de Impuestos	3,947,796	12,103,919	8,776,693	-	-	24,828,407
<b>Utilidad Neta</b>	<b>7,663,369</b>	<b>23,495,842</b>	<b>17,037,109</b>	<b>(6,085,363)</b>	<b>(106,504,514)</b>	<b>(64,393,556)</b>

Tabla 26: Elaboración Propia

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Punto de Equilibrio	20.950.791	65.017.146	77.884.576	113.087.887	217.315.576	493.282.670

Tabla 27: Elaboración Propia

En la proyección del estado de resultados igual que en la del flujo de efectivo podemos ver como también a partir del cuarto año genera perdida en el ejercicio, por lo que debemos contemplar medidas para mitigar este resultado.

## 7.9. Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS					
INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>DE LIQUIDEZ</b>					
Capital de trabajo	2.098	9.370	15.238	5.350	5.510
Prueba acida	1,5	1,8	2,7	-	-
Liquidez	1,5	1,8	2,7	-	-
<b>ENDEUDAMIENTO</b>					
Endeudamiento Patrimonial	839%	2273%	309%	-247%	-229%
Endeudamiento Total	89%	96%	76%	168%	178%
Apalancamiento Financiero	939%	2373%	409%	-147%	-129%
<b>DE ACTIVIDAD</b>					
Rotación de Activos	4,04	4,35	4,09	16,78	17,76
Rotación de Activos Fijos	15,54	48,03	49,47	50,95	52,48
Días de Activo	89,02	82,69	87,93	21,45	20,26
Rotación de Activos Corrientes	4,044	4,354	4,094	16,781	17,765
Plazo de cobro	1825%	1825%	1825%	1825%	1825%
<b>RENTABILIDAD</b>					
Rentabilidad patrimonial	892%	2407%	274%	141%	2211%
Retabilidad de Activos	95%	101%	67%	-95%	-1717%
Rentabilidad en Ventas	23%	23%	16%	-6%	-97%
Margen Bruto	99%	99%	99%	99%	99%

Tabla 28: Elaboración Propia

## 7.10. Valor Presente Neto (VPN)

Valor Presente Neto (VPN)	(35,467,758.5)
Valor Presente Neto (Ingresos)	251,763,538.6
Valor Presente Neto (Egresos)	293,354,486.8
Relacion Beneficio Costo	0.86

## 7.11. Tasa interna de Retorno(TIR)

Tasa Interna de Retorno (TIR)	155.1%
-------------------------------	--------

## 7.12. Análisis Financiero

### 7.12.1. Análisis vertical Balance General

ANALISIS VERTICAL BALANCE GENERAL					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>					
Activos Corrientes					
Efectivo	55%	71%	74%	0%	0%
Cuentas Por Cobrar	20%	22%	20%	84%	89%
Total Activos Corrientes	75%	93%	95%	84%	89%
ACTIVOS FIJOS					
Equipos Computo y comunic	14%	5%	4%	17%	18%
Muebles y Enseres	12%	4%	4%	16%	16%
Total Activo Fijo Depreciable (Bruto)	26%	9%	8%	33%	34%
(-) Depreciación Acumulada	1%	2%	3%	17%	22%
Total Activo Fijo Depreciable (Neto)	25%	7%	5%	16%	11%
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	100%	100%	100%	100%	100%
PASIVO Y PATRIMONIO					
Pasivos Corrientes					
Impuesto de Renta y Cree por Pagar	55%	55%	46%	0%	0%
Total pasivos Corrientes	55%	55%	46%	0%	0%
Cuentas por pagar	45%	45%	54%	100%	100%
Total pasivos No Corrientes	45%	45%	54%	100%	100%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	100%	100%	100%	100%	100%

Tabla 29: Elaboración Propia

## 7.12.2. Análisis vertical estado de resultados

ANALISIS VERTICAL ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS BRUTAS	100%	100%	100%	100%	100%
Menos:					
Costo de Venta	1%	1%	1%	1%	1%
Costos indirectos de fabricacion	1%	1%	1%	1%	1%
Utilidad Bruta en Ventas	99%	99%	99%	99%	99%
Menos:					
Gastos de Administración	64%	64%	75%	105%	196%
Utilidad Operacional	36%	35%	25%	-6%	-97%
Menos: Gastos Financieros	0%	0%	0%	0%	0%
Util Antes de Impuestos	36%	35%	25%	-6%	-97%
Menos Provisión de Impuestos	12%	12%	8%	0%	0%
Utilidad Neta	23%	23%	16%	-6%	-97%

Tabla 30: Elaboración Propia

## 8. IMPACTOS

### 8.1. Impacto económico

Como empresa de servicios tiene un impacto económico con relación al pago de sueldos y prestaciones compra de bienes y relaciones comerciales con clientes y proveedores, este se refleja en la multiplicación de generación de empleo y crecimiento de nuestros clientes con atención al servicio con eficiencia con buenas prácticas en el cuidado ambiental y cuidado de nuestros colaboradores.

### 8.2. Impacto Social

Concientización de la inclusión de las mujeres madres cabeza de hogar de manera segura

### 8.3. Impacto Ambiental

Adopción de medidas y mejoras para la conservación del ambiente sensibilizando a nuestros colaboradores y clientes

## 9. CONCLUSIONES

El trabajo presentado se realizó teniendo en cuenta los conocimientos que se han adquirido a lo largo de nuestra carrera, donde observamos la finalidad que se cumpla una serie de características para llevar el establecimiento de la empresa, en el término de estudio de Mercado, donde realizamos el estudio estratégico y financiero.

Soluciones S.A.S tiene como objetivo brindar y establecer condiciones de trabajo con calidad para nuestros clientes. Este negocio se presenta como una oportunidad para un mercado que tiene necesidades identificadas

Por tal motivo se presenta un portafolio de servicios diseñado específicamente para satisfacer las necesidades de los hogares ubicados en la localidad de Kennedy. De igual manera apoyamos las madres cabeza de hogar con el fin de contribuir con su crecimiento personal y laboral

Adicionalmente se genera una ventaja frente a la competencia, incluyendo servicios de cocina y se genera conciencia para contribuir con el medio ambiente desde casa, demostrando que somos una empresa responsable y con valores definidos con los cuales se busca ser los promotores y gestores que trabajan para cumplir las metas trazadas desde el inicio.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- D'Souza A. (2/2010). Camino del trabajo decente para el personal del servicio doméstico: panorama de la labor de la OIT. Oficina de la OIT para la igualdad de género. Revisado en: Documento de trabajo 2010 - Oficina Internacional del Trabajo (OIT)
- El Índice de Precios al Consumidor (IPC), tasa desempleo, PIB. Revisado en: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
- Investigación según Iván Daniel Jaramillo del observatorio laboral de la Universidad del Rosario sobre la prima de servicios y las prestaciones que ordena la ley para trabajadoras del servicio doméstico. Revisado en: [www.elmundo.com](http://www.elmundo.com)
- Según Chiavenato (2002) el proceso de reclutamiento es un conjunto de actividades diseñadas para atraer hacia una organización candidatos calificados.
- Según Chiavenato (2002) define la selección como un proceso mediante el cual una organización elige, entre una lista de candidatos, la persona que satisfaga mejor los criterios exigidos para ocupar el cargo disponible. Revisado en: [es.slideshare.net-chiavenato-cap1-al-1](http://es.slideshare.net-chiavenato-cap1-al-1)
- Relación de las empresas más reconocidas en Bogotá en el sector de servicio de aseo – Tabla de Rankin Revisado en: [www.lanotadigital.com](http://www.lanotadigital.com)
- Página DANE
- Página Ministerio de Trabajo