

PLAN DE NEGOCIOS PARA EL SUBSECTOR DEL SERVICIOS DOMÉSTICOS

HOUSE CLEAN S.A.S

PRESENTADO POR

ANGÉLICA MARIA ALZATE MEDINA

ASESORA

MARIA EDITH MORALES MOSQUERA

PHD. ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MEDELLÍN

2016

Quiero expresar mi agradecimiento a mi asesora de tesis, María Edith Morales Mosquera, sus conocimientos, sus orientaciones, su paciencia, motivación y amistad han sido fundamentales para la culminación de este trabajo.

A la Universidad Autónoma Latinoamericana, especialmente a la Facultad de Administración de Empresas, liderada por el Dr. Sergio Rene Oquendo Puerta, y a todos los docentes y asesores que infundieron en mí una sensibilidad social y participaron en mi formación profesional.

A mi familia, por el apoyo incondicional en el transcurso de mi vida y en especial en estos años de carrera universitaria.

Y a mis dos amigas, Natalia Estrada y Ana Restrepo, gracias a su amistad y su apoyo hicieron de esta experiencia una de las más especiales.

## Resumen

El campo organizacional del subsector del servicio doméstico ha sido poco explorado desde un plan de negocio, por ser una actividad que tradicionalmente ha estado relegada por estar vinculada con el esclavismo, la desigualdad, la explotación y el racismo y además por que tradicionalmente se ha desempeñado de manera informal; sumado a que hace muy poco se viene legislando sobre el tema. El documento contiene la propuesta de plan de negocio dirigida a una organización del subsector del servicio doméstico, el modelo de negocio sobre el cual se diseña es conocido como Modelo de Negocios CANVAS (Osterwalder, 2010), la guía teórica sobre la cual se sustenta éste es la teoría de las relaciones humanas y, debido a que el interés es anteponer lo particular a lo general, lo relativo a lo absoluto y lo local a lo universal (De la Rosa y Contreras 2007), la perspectiva de los Estudios Organizacionales constituyen la lupa que lo orienta. Para dar cuenta de la estructura del plan de negocio, en el documento se presenta el problema que dio origen a la propuesta, los objetivos que lo orientan, su justificación y los referentes teóricos y conceptuales.

## TABLA DE CONTENIDOS

iv

1	PROBLEMA.....	1
2	OBJETIVOS .....	5
2.1	Objetivo general.....	5
2.2	Objetivos específicos .....	5
3	JUSTIFICACIÓN .....	6
4	REFERENTES DEL PLAN DE NEGOCIO .....	8
4.1	Referente conceptual.....	8
4.1.1	Empleo del servicio doméstico .....	8
4.1.2	Trabajo decente.....	9
4.1.3	Pobreza.....	12
4.1.4	Desigualdad.....	14
4.1.5	Gestión humanista.....	15
4.2	Referente teórico .....	16
4.3	Referente legal .....	19
4.3.1	Servicio doméstico y normatividad en Colombia.....	19
4.3.2	Evolución según sentencias marco normativo del servicio domestico.....	20
5	INNOVACION Y COMPETITIVIDAD .....	24
6	VIABILIDAD EN EL MERCADO.....	26
6.1	Descripción del Producto/ Servicio .....	26
6.1.1	Descripción y atributos .....	26
6.1.2	Presentación y diseño.....	27
6.1.3	Diagrama de flujo de proceso .....	29
6.2	Análisis del sector .....	31
6.3	Segmentación .....	34
6.3.1	Caracterización del segmento .....	37
6.3.2	Mapa de empatía de cada tipo de cliente .....	38
6.4	Investigación de Mercados .....	41
6.5	Plan de Mercadeo estrategias.....	46
6.5.1	Estrategias de Precio .....	46
6.5.2	Estrategias de Promoción.....	49
6.5.3	Estrategias de Servicios .....	49
6.5.4	Estrategias de Posicionamiento.....	50
6.5.5	Estrategias de Fidelización .....	51
6.6	Canales de distribución, comunicación y comercialización .....	51
6.7	Análisis de la Competencia.....	53
6.7.1	Competidores .....	54

6.7.2	Productos Sustitutos.....	54
6.7.3	Ventaja Competitiva .....	55
6.8	Imagen Corporativa .....	56
6.8.1	Concepto de imagen.....	56
6.8.2	Logo .....	56
6.8.3	Piezas publicitarias.....	57
7	PROCESOS Y REQUERIMIENTOS TÉCNICOS.....	58
7.1	Tamaño y localización .....	58
7.2	El proceso: Actividades Claves .....	59
7.2.1	Cadena de valor.....	60
7.2.2	Capacidad física, operativa y técnica.....	60
8	ADMINISTRACIÓN Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	62
8.1	Planeación estratégica.....	62
8.1.1	Misión .....	62
8.1.2	Visión.....	62
8.1.3	Objetivos.....	62
8.1.4	Políticas.....	63
8.2	Estructura Organizacional.....	65
8.2.1	Organigrama .....	65
8.2.2	Cargos y funciones.....	67
8.3	Talento Humano.....	68
8.3.1	Procesos de reclutamiento y selección.....	68
8.3.2	Inducción.....	69
8.3.3	Remuneración .....	69
8.4	Costos y gastos administrativos.....	70
8.5	Asuntos legales del negocio.....	71
8.5.1	Constitución societaria.....	71
8.5.2	Demás habilitantes legales.....	72
9	ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA .....	76
9.1	Plan de inversión.....	76
9.1.1	Capital de trabajo .....	77
9.1.2	Amortización del crédito.....	79
9.2	Costos y gastos.....	79
9.2.1	Gastos fijos.....	79
9.2.2	Costos variables .....	80
9.3	Balance Inicial .....	81
9.4	Proyecciones .....	81
9.4.1	Análisis financieros.....	82
9.4.2	Punto de equilibrio.....	83
10.	CONCLUSIONES .....	85
	BIBLIOGRAFIA .....	87

CIBERGRAFIA.....	9i
ANEXOS .....	94

## LISTA DE TABLAS

vii

Tabla 1 Resumen Normatividad Trabajo Doméstico en Colombia.....	23
Tabla 2 Limpieza General del Hogar.....	26
Tabla 3 Limpieza Sencilla .....	27
Tabla 4 Características de Fabricación Uniformes. ....	28
Tabla 5 Tiempos de Prestación de los Servicios.....	29
Tabla 6 Hogares Según Estrato Socioeconómico en la Vivienda.....	36
Tabla 7 Visitas, Llamadas Telefónica e Internet .....	43
Tabla 8 Análisis de la Prestación del Servicio.....	44
Tabla 9 Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2006-2007 .....	46
Tabla 10 Proyección de Precios Ajustados al IPC 2016.....	47
Tabla 11 Precios de la Competencia.....	48
Tabla 12 Precios House Clean S.A.S.....	49
Tabla 13 Competidores .....	54
Tabla 14 Capacidad Operativa Mensual y Anual .....	61
Tabla 15 Gastos Administrativos.....	70
Tabla 16 Gastos de Nomina.....	71
Tabla 17 Costos Hora Servicio de Limpieza .....	71
Tabla 18 Ventajas y Desventajas de una S.A.S. ....	72
Tabla 19 Compra de Activos Fijos .....	76
Tabla 20 Costos y Gastos de Constitución .....	77
Tabla 21 Fuentes de Financiación.....	78

Tabla 22 Estructura Patrimonial .....	vii
Tabla 23 Amortización Crédito Entidad Bancaria.....	79
Tabla 24 Amortización Crédito Otros Acreedores .....	79
Tabla 25 Gastos Fijos.....	79
Tabla 26 Balance Inicial .....	81
Tabla 27 Punto de Equilibrio .....	84

## LISTA DE FIGURAS

ix

Figura 1 Uniforme Trabajadora Domestica .....	28
Figura 2 Zapatos Uniformes. ....	28
Figura 3 Proceso de prestación de servicios .....	30
Figura 4 Población ocupada según posición ocupacional Medellín A.M.....	31
Figura 5 Análisis de la industria a la luz de las 5 fuerzas de Porter .....	33
Figura 6 Hogares por estratos socioeconómicos de la vivienda según ingresos.....	37
Figura 7 Mapa de empatía núcleo familiar tradicional .....	38
Figura 8 Mapa de empatía núcleos familiares modernos.....	39
Figura 9 Mapa de empatía personas solteras .....	40
Figura 10 Logotipo. ....	56
Figura 11 Tarjetas de presentación .....	57
Figura 12 Pizarras para nevera, Souvenirs empresarial .....	57
Figura 13 Ubicación de las instalaciones de House Clean S.A.S. ....	58
Figura 14 Cadena de valor .....	60
Figura 15 Organigrama House Clean S.A.S. ....	65
Figura 16 Estructura Deuda/Patrimonio .....	78
Figura 17 Costos variables mano de obra .....	80

El servicio doméstico es una de las ocupaciones más antiguas del mundo y ha estado vinculada con el esclavismo, la discriminación, la desigualdad, la explotación y el racismo. Tradicionalmente, ha sido un papel desempeñado en su mayoría por mujeres de estratos socioeconómicos 1 y 2 y mujeres afrodescendientes que llegan a las ciudades en busca de mejores oportunidades laborales y económicas (Correa, Morales y Otros, 2014) muchas de ellas víctimas del conflicto armado del País (CODHES, 2003)

Las labores domésticas han sido clasificadas como actividades propias o exclusivas del sexo femenino ya que el 95% de las personas que realizan este trabajo son mujeres<sup>1</sup>, aspecto que obedece a que tradicionalmente las labores del cuidado del hogar han sido asignadas exclusivamente a éstas<sup>2</sup>. Esto ha llevado a que culturalmente sea subestimada esta labor, sumado a que su desempeño no genera un aporte económico significativo<sup>3</sup>, lo que ha traído la proliferación de la informalidad y por ello hasta hace muy poco se cuenta con normatividad sobre el tema.

Como se acaba de mencionar, específicamente en los estratos socioeconómicos 1 y 2 es donde se encuentra con mayor frecuencia los grupos poblacionales que se dedican a las labores

---

<sup>1</sup> “Trabajadores domésticos: estimaciones a nivel mundial y regional”, serie Notas de Información sobre Trabajo Doméstico Nro. 4 (Ginebra).

<sup>2</sup> A lo largo del documento nos referiremos a trabajadoras domésticas debido al alto grado de feminización que ha caracterizado esta labor.

<sup>3</sup> Se menciona que esta labor no genera aporte económico significativo en doble vía. Primero, para la economía del país y segundo, para quienes lo desempeñan.

de servicio doméstico, aspecto que obedece a que son los actores sociales con mayores 2  
necesidades insatisfechas lo que las hace tener un alto grado de vulnerabilidad. Usualmente este grupo poblacional tiene niveles bajos de educación, por lo que el trabajo doméstico se convierte en una importante fuente de empleo para la supervivencia de muchas familias (Zurita, 1983) ya que es una actividad que aparentemente no necesita de especialización alguna para su realización.

Medellín, alberga cerca de doscientos treinta y seis mil (236.000) personas de origen afrodescendiente, donde el 52% son mujeres (Alcaldía de Medellín, 2013) y en su mayoría, han llegado a la ciudad de Medellín en busca de mejores oportunidades debido a situaciones como el desplazamiento por la violencia, y debido a la ausencia de preparación académica que exige el trabajo doméstico lo ven como una salida para el sustento económico de sus familias<sup>4</sup>. Como ésta es una labor realizada dentro de los hogares, el trabajo doméstico se caracteriza por la invisibilidad de los derechos laborales, de la realidad social que la acompaña y la poca valoración de esta actividad para la sociedad (M.E. Valenzuela y C. Mora, 2009), una evidencia de esto es la desigualdad a la que se enfrenta en cuanto a materia de derechos laborales frente a otros trabajos en el país, como son las largas jornadas laborales y el no pago de la prima de servicio, como lo sustenta la Organización Internacional del Trabajo(OIT, 2010).

---

<sup>4</sup> Según Ramón Emilio Perea, fundador de la Corporación Afrocolombiana de Desarrollo Social y Cultural (CARABANTÚ), la comunidad afrodescendiente en la ciudad de Medellín habita en sectores populares de la ciudad, donde abundan la pobreza y las necesidades básicas están insatisfechas, además, comenta que existe un estigma social de que las mujeres afro están destinadas para el trabajo doméstico y los hombres para la construcción, situación que desencadena menores oportunidades laborales y educativas.

Las trabajadoras domésticas se enfrentan día a día a la explotación laboral, al racismo <sup>3</sup> y a una cantidad de abusos por parte de sus empleadores, Muchas de ellas no cuentan con contrato laboral escrito, no están afiliadas a seguridad social y muchos menos a riesgos laborales ni a pensión, trabajan más de 12 horas al día y reciben menos de un salario mínimo legal vigente<sup>5</sup> (Correa, Morales y otros, 2013).

Aunque en Colombia se considera el servicio doméstico como un trabajo formal, cabe destacar que las relaciones laborales actuales en este subsector siguen siendo de manera informal, bien sea por el desconocimiento de las normas y las obligaciones que se tienen como empleador o por la falta de voluntad para reconocer los derechos que tienen las trabajadoras domésticas frente a cualquier otra labor.

Si bien, existen mecanismos de protección para quienes se desempeñan en trabajos domésticos, para evitar abusos y explotación laboral, esta labor sigue siendo estigmatizada frente a otras actividades realizadas por hombres ya que socialmente, como ya se mencionó, las tareas realizadas en el hogar carecen de importancia económica, además, existe una brecha social, económica y educativa muy grande entre empleador y empleado lo que propicia aún más las situaciones de explotación y discriminación (Trujillo, 2011).

De igual manera, aunque la Constitución Política de Colombia desde su preámbulo identifica el trabajo como un valor, un fin y un principio que debe respetarse y garantizarse<sup>6</sup>, el trabajo doméstico aún carece de las garantías necesarias para considerarse un trabajo como todos

---

<sup>5</sup> Ver investigación Barriendo la invisibilidad de las trabajadoras domésticas afrocolombianas en Medellín ( 2012)

<sup>6</sup> Ver Constitución Política de Colombia 1991, artículo 25, 48 y 53.

los demás y no goza de los mismos derechos e igualdades laborales. Según un estudio realizado <sup>4</sup> por la Escuela Nacional Sindical el 90% de las trabajadoras domésticas afirman que no se les pagan horas extras, el 86% devenga menos de un salario mínimo y muchas de ellas nunca han tenido un contrato laboral escrito (Correa y otros, 2012). Frente a situaciones como estas y muchas otras no mencionadas, resulta apropiado evidenciar la poca inspección por parte del ente regulador, en este caso el Ministerio de Trabajo, para verificar estos atropellos y asegurar las condiciones de trabajo digno para todas las personas como lo ratifico en el convenio 189 de la Organización Internacional de Trabajo.

Con lo expuesto anteriormente, se deja planteada una necesidad para la administración como lo es el pensar en organizaciones que atiendan la problemática social de las empleadas del servicio doméstico, en donde no solo se plantee la eficiencia, sino la eficacia, la efectividad y el impacto que socialmente pueda tener. Se requiere de propuestas y de profesionales que comprendan, desde una perspectiva humana, que desde las organizaciones se pueden generar cambios y aportar al desarrollo económico, social y humano, es por ello que la pregunta de investigación que orientó el plan de negocio fue: ¿Cómo transformar las relaciones laborales de las personas que se dedican a labores del servicio doméstico bajo una perspectiva humana?

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo general**

Diseñar un plan de negocios amparado en la normatividad vigente para la creación de una empresa de servicios de limpieza profesional para el hogar en la ciudad de Medellín, que contribuya a la disminución de la explotación y la desigualdad laboral.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Determinar el mercado potencial, perfil del cliente, oportunidades del sector, requerimientos del servicio, portafolio de servicios y situación actual del entorno mediante el estudio de mercados respectivo.
- Definir los requerimientos técnicos y administrativos necesarios para la realización del modelo de negocio.
- Determinar la viabilidad financiera y los recursos necesarios para llevar a cabo el modelo de negocio propuesto.
- Definir los aspectos legales que orientan el plan de negocio.

### 3 JUSTIFICACIÓN

En Colombia, especialmente en la ciudad de Medellín, el subsector de servicios domésticos agrupa a una porción de la población susceptible de vulneraciones tanto a nivel social como a nivel laboral y carece de mecanismos eficaces de protección que ayuden a mitigar el impacto que esto ha generado en su calidad de vida.

Es por esto, que la importancia de este proyecto radica principalmente en esas acciones encaminadas en la búsqueda de mejorar las condiciones de vida de las personas, debido a que como futuros empresarios y líderes organizacionales estamos en la tarea de cambiar el paradigma de lo que significa administrar una organización. La visión del administrador, no se basa exclusivamente en las premisas económicas que marca el capitalismo, que se rige por la única finalidad la generación de valor en sentido monetarios, sino que también reconoce la importancia del capital social y el capital humano (Banco Mundial, 2000), por ello reconoce la importancia del ser humano dentro de las organizaciones y el impacto positivo que podamos generar a la sociedad en cuanto a mejoramiento de la calidad de vida de todos los involucrados. Una organización que promueve la dignidad humana estimula las capacidades de sus colaboradores, busca el bienestar, logra mejores condiciones de vida y crea un mayor valor para la sociedad (Pirson & Von Kimakowitz, 2010).

En el mismo orden de ideas, para la universidad este proyecto ratificaría la intensión de la Facultad de Administración de Empresas, de posicionar una visión humanista de la gestión, ya

que el firme propósito en la creación de esta organización de servicios profesionales de limpieza para el hogar, nace por la preocupación de dar respuesta a las necesidades de un sector vulnerable de la ciudad, el cual tiene un enorme potencial económico que da pie a la creación de una organización, pero teniendo bajo su razón de ser minimizar la explotación y la desigualdad laboral a la que se ven expuestas las personas que realizan esta actividad, contribuyendo así a la dignificación de este oficio y al crecimiento personal y familiar de las personas que lo realizan.

7

Por último, es importante para los estudiantes y egresados del programa de Administración de Empresas encontrar trabajos de grado donde su principal preocupación sean temas como desarrollo social y humano y la inclusión social, ya que la gran mayoría de trabajos se han centrado en resolver problemas dentro de las organizaciones o diseñar modelos de negocio sólo con fines económico sin tener en cuenta el impacto social que tienen las actividades empresariales.

## **4 REFERENTES DEL PLAN DE NEGOCIO**

### **4.1 Referente conceptual**

Dada la problemática encontrada en el subsector de servicios domésticos, es necesario definir algunas categorías claves que enmarcan el propósito de este trabajo y que brindan mayor claridad al momento de comprender la orientación del Plan de Negocios. Estas categorías son: servicio doméstico, trabajo decente, desigualdad social y pobreza, explotación laboral y gestión humanista. A continuación se describe cada una de ellas.

#### **4.1.1 Empleo del servicio doméstico**

El servicio doméstico en Colombia es “aquella persona natural que, a cambio de una remuneración presta su servicio personal en forma directa, a una o varias personas naturales, para ejecutar tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños y demás labores propias del hogar. Es una tarea que cumple de manera habitual, bajo subordinación o dependencia, residiendo o no en el lugar de trabajo” (Mintrabajo, 2012, p.11).

El trabajo doméstico remunerado comprende todas las actividades que una persona adelanta en un hogar, incluyendo el aseo del espacio físico y sus muebles y enseres, la preparación de alimentos, el lavado y planchado del vestido, servicios de jardinería y conducción, y el cuidado de miembros de la familia o de los animales que residen en casas de familia. El trabajo doméstico es, por regla general, contratado por otro particular, quien acude a

los servicios de un tercero para tener la posibilidad de salir de casa en busca de la generación de<sup>9</sup> ingresos propios (C-871, 2014).

Las trabajadoras domésticas constituyen una parte considerable de la fuerza de trabajo en empleo informal y se encuentran entre los grupos de trabajadores más vulnerables. Trabajan para hogares privados, con frecuencia sin condiciones de empleo claras, sin estar registrados, y excluidos del alcance de la legislación laboral (OIT, 2010, p.1).

Existen varias modalidades de trabajador doméstico como trabajadoras domésticas internas que son las personas que trabajan y viven en la residencia del empleador; trabajadoras domésticas externas que son las personas que no viven en la residencia del empleador y trabajadores domésticos por días que son las personas que prestan sus servicios de manera esporádica ya sea para uno o varios empleadores y no residen en el lugar de trabajo.

El trabajo doméstico remunerado es una de las ocupaciones con menor calidad y mayor déficit de trabajo decente. Sin embargo, aporta una contribución significativa a la economía mundial, y se estima que solo en América Latina hay más de 14 millones de mujeres que trabajan remuneradamente para una familia (OIT, 2011).

#### **4.1.2 Trabajo decente**

En el año 1999 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) , en su preocupación por las condiciones laborales a nivel mundial, introduce la primera noción del trabajo decente definiéndolo como “trabajo productivo en condiciones de libertad, equidad, seguridad y dignidad, en el cual los derechos son protegidos y que cuenta con remuneración adecuada y

protección social” (Espinoza, 2003). Así mismo señala, que el trabajo decente debe estar orientado hacia los cuatro objetivos estratégicos de la OIT que son: a) la promoción de los derechos laborales; b) la promoción del empleo; c) la protección social contra las situaciones de vulnerabilidad, y d) el fomento del diálogo social (OIT, 1999a, p. 4-5). 10

El término de trabajo decente<sup>7</sup>, se viene empleando desde la celebración de la conferencia número 87 de la Organización Internacional del Trabajo que se llevó a cabo durante el año 1999. Una vez el director general de dicha organización empleó el concepto, éste ha venido siendo ajustado progresivamente por las diferentes organizaciones de trabajadores y trabajadoras a nivel mundial. La noción de trabajo decente parte de reivindicar el trabajo como fuente de dignidad personal, estabilidad familiar, paz en la comunidad y crecimiento económico<sup>8</sup>, por lo tanto un trabajo decente sintetiza las aspiraciones de un individuo durante su vida laboral. Producto de diversos debates frente a los aspectos que debe tener en cuenta el trabajo decente, hoy se cuenta con un consenso sobre los cuatro principales elementos del trabajo decente. Estos se recogen en el Programa de Trabajo Decente de la OIT y están relacionados con: la existencia de empleos suficientes, la garantía de los derechos de los trabajadores, la protección social y el diálogo social.

---

<sup>7</sup> La focalización de las acciones de la OIT según su director general Juan Somavia, giran en torno a cuatro objetivos estratégicos que dan sentido a la categoría de trabajo decente y que deben estar transversalizados con los temas de desarrollo, igualdad de género e igualdad de la mujer. Los objetivos son: los principios y derechos en el trabajo (mandato histórico); la focalización en la creación de empleo (mandato político); la protección social (mandato ético) y el tripartismo y el dialogo (mandato organizativo).

<sup>8</sup> Organización Internacional del Trabajo. El Programa de Trabajo Decente. [On line]. [Consultado en febrero 22 de 2013].

Desde el primer elemento que alude a la existencia de empleos suficientes, se plantea 11 que las economías de cada país deben tener la capacidad de garantizar oportunidades de empleo a su población y así mismo los modos de vida sostenibles, desarrollo de cualificaciones y la generación de oportunidades de inversión. A partir de esta mirada se concibe la generación de ingresos económicos suficientes (dinero o especie). Igualmente a partir de esta categoría se idea el empleo, entendido desde la modalidad de contratación laboral formal, así como los empleos de condiciones informales o autoempleo<sup>9</sup>.

Desde la segunda categoría de garantía de los derechos de los trabajadores, se proyecta la necesidad de la erradicación del trabajo infantil, de la discriminación laboral, el trabajo forzoso y la reivindicación de la estabilidad laboral. Todos estos aspectos como condiciones necesarias para garantizar los derechos de los y las trabajadoras por lo que se considera necesario hacerle seguimiento.

En tercer lugar se concibe como componente del trabajo decente la Protección Social, desde donde se diseña el brindar protección a los trabajadores cuando se presenten situaciones como: accidentes de trabajo, maternidad, paternidad, enfermedad, muerte, desempleo, vejez o invalidez. Igualmente se incluyen en este componente las condiciones físicas de seguridad en el trabajo, consagradas en el convenio 155 de la OIT, salud y seguridad en el trabajo, de acuerdo al cual las políticas que se implementen deben estar orientadas a prevenir accidentes y daños para la salud que sean consecuencia del trabajo. En esta medida se debe contar con la afiliación de los

---

<sup>9</sup> Procuraduría General de la Nación. Trabajo Digno y decente en Colombia. [On line]. [Consultado en enero de 2013].

trabajadores al sistema de salud, pensiones y riesgos profesionales, además, de la inversión gubernamental en la inspección de las condiciones de trabajo. 12

El último componente de diálogo social, hace referencia a la libertad de los y las trabajadoras de exponer sus intereses laborales, de tal forma que tengan incidencia en las decisiones que conciernen a sus condiciones de trabajo. En el diálogo están llamados a participar tanto los trabajadores y trabajadoras, las organizaciones sindicales, los empleadores y las autoridades gubernamentales en general.

#### **4.1.3 Pobreza**

En términos monetarios la pobreza significa la carencia de ingresos suficientes con respecto al umbral de ingreso absoluto, o línea de pobreza, "que corresponde al costo de una canasta de consumo básico". Relacionada con la línea de pobreza está la línea de indigencia, para la cual el umbral de ingresos apenas alcanza para satisfacer los requerimientos nutricionales básicos de una familia. La conceptualización de la pobreza a partir de los niveles de ingreso no permite explicar el acceso efectivo a los bienes y servicios fundamentales, ni a la capacidad de elección por parte del consumidor y, por lo tanto, "revela sólo parcialmente el impacto de la disponibilidad monetaria sobre el bienestar, aunque se supone que el ingreso permite satisfacer las necesidades fundamentales" (CEPAL, 2000a: p.83).

Según el grupo de los 8 (G8) la pobreza "va más allá de la carencia de ingresos", pues esta es de carácter multidimensional e incluye lo económico, lo social y lo gubernamental. "Económicamente los pobres están privados no solo de ingreso y recursos, sino también de oportunidades. Los mercados y los empleos a menudo son de difícil acceso debido a las bajas

capacidades y a la exclusión social y geográfica. La poca educación afecta las posibilidades de <sup>13</sup> conseguir empleo y de acceder a información que podría contribuir a mejorar la calidad de sus vidas. La asistencia sanitaria y los servicios de salud insuficientes, más la inadecuada nutrición, limitan las posibilidades de trabajar y realizar su potencial físico y mental" La anterior situación se complica aún más "debido a la estructura de sociedades e instituciones que tienden a excluir a los pobres de su participación en la toma de decisiones sobre los direccionamientos del desarrollo económico y social" (Global Poverty Report, 2000, p. 3).

La pobreza tiene que ver también con fenómenos como la exclusión social, la cual involucra aspectos sociales, económicos, políticos y culturales, enmarcados en "cuatro grandes sistemas de integración social: el sistema democrático y jurídico, el mercado de trabajo, el sistema de protección social, y la familia y la comunidad." Como señala el informe de la CEPAL, "la exclusión se plasma en trayectorias individuales en las que se acumulan y refuerzan privaciones y rupturas, acompañadas de mecanismos de rechazo, que en muchos casos son comunes a grupos de personas que comparten cierta característica (de género, étnica, religiosa)" (CEPAL, 2000<sup>a</sup>, p. 83-84). Es el caso de la discriminación a que son sometidos las minorías étnicas, las mujeres y los trabajadores extranjeros, la cual se manifiesta en el desempeño de ciertos oficios, la inmovilidad social y la baja remuneración salarial.

Igualmente, el concepto de pobreza está relacionado con los derechos humanos, en la medida en que facultan a los pobres para que reivindiquen sus derechos económicos y sociales: alimentos, vivienda, educación, atención de salud, un trabajo digno y adecuadamente remunerado, seguridad social y participación en la toma de decisiones. "Esos derechos los facultan para exigir que se les rindan cuentas por la prestación de buenos servicios públicos, por políticas públicas en favor de los pobres y por un proceso participatorio transparente abierto a

que se escuchen sus opiniones. Esto impulsa una política pública dinámica en favor del desarrollo equitativo y el desarrollo humano acelerado" (PNUD, 2000, p. 86).

14

#### **4.1.4 Desigualdad**

El término hace referencia a la desigualdad de oportunidades, la desigualdad social, la desigualdad económica, la desigualdad de clase, la desigualdad de géneros, la desigualdad de temperaturas, o cualquier otra situación de desproporción entre dos o más fuerzas. Cuando se habla de desigualdad se hace referencia a la diferencia entre dos cosas, personas o situaciones.

En el contexto social existe desigualdad, cuando individuos que pertenecen a categorías distintas reciben, por ello, tratamiento y beneficios distintos desde el punto de vista legal o material, durante períodos muy largos de vida social. Tiene relación con las diferentes condiciones de vida entre las personas que forman esa sociedad. La desigualdad es, entonces, categórica; afecta a una categoría de seres humanos y es de naturaleza durable, no transitoria ni incidental<sup>10</sup>.

Para poder hablar de desigualdad es necesario, que exista una discriminación importante y verificable que afecte a una persona o a un grupo de personas en su bienestar material, en sus oportunidades o en el ejercicio de sus derechos. Entonces, cabe resaltar que hay desigualdad cuando la discriminación que aún afecta a las mujeres, las poblaciones indígenas y afrocolombianas, los migrantes, los discapacitados y otros grupos socialmente vulnerables y la

---

<sup>10</sup> Charles Tilly, *Durable Inequality*, University of California Press 1998. Véase también, del mismo autor, *Democracy*, Cambridge University Press 2007, especialmente sobre la incompatibilidad entre democracia y desigualdad categórica.

informalidad laboral, que pone a un gran número de trabajadores en condiciones de precariedad en su empleo e ingreso, privándoles de la protección a que tienen derecho.

15

La desigualdad origina discriminación, pobreza, ausencia de inclusión, falta de acceso a la salud y a la educación, o deficiente calidad ellas.

#### **4.1.5 Gestión humanista**

El origen del humanismo lo comenzamos a vislumbrar de manera más concreta en las teorías organizacionales, cuando Douglas McGregor en su famoso discurso sobre la teoría Y en el Massachusetts Institute of Technology en abril de 1957, y que luego publicó como libro con el título “El lado humano de la empresa” en 1960, hizo referencia a el respeto por la dignidad humana y el reconocimiento de la libertad, la autonomía de las personas, su potencial y su responsabilidad en la construcción de lo humano en sus vidas<sup>11</sup>.

La evolución de las nuevas teorías administrativas han revolucionado la forma de gestionar las empresas y la forma de ver al ser humano, y nacen las llamadas escuelas de la gestión humanista la cual se centra en la dignidad humana y el bienestar como el fin en sí mismo, entendiendo el desarrollo económico como el medio para lograrlo (Pirson & Von Kimakowitz, 2010; Pirson, 2012).

Según Dufour y Chanlat (1985), la temática abordada en esta perspectiva debería contribuir a esclarecer todo debate acerca del futuro de nuestras sociedades, del problema de la relación del hombre con él mismo y con su medio ambiente, y a responder las preguntas: ¿nos

---

<sup>11</sup> Ver Rev. Eleuthera. Vol. 1, Enero - Diciembre 2007, págs. 42-63

comportamos de manera tal que podemos garantizar la supervivencia de nuestra especie? 16

¿Hacemos lo necesario para hacer sentir bien, física, afectiva e intelectualmente a cada ser humano?

## **4.2 Referente teórico**

Basado en la perspectiva de los Estudios Organizacionales el presente plan de negocio se sustenta en las teorías de las relaciones humanas y en los aportes de autores como Bédard (1995) y Chanlat (2002) quienes han hecho aportes significativos a la teoría humanística y el humanismo en la gestión<sup>12</sup>.

Los estudios organizacionales nacieron como alternativa y complemento de las teorías de la organización, principalmente busca entender la dinámica y las realidades de las organizaciones bajo una mirada multidimensional, el fin de la investigación en gestión ya no es solamente la búsqueda de la productividad, la eficacia y la competitividad organizacionales. Se trata ahora de examinar de manera crítica en qué medida las organizaciones pueden convertirse en instrumentos de dominación y explotación, y en encontrar modos alternativos de gestión que produzcan bienestar y felicidad humana, y un mayor equilibrio en las relaciones con el ambiente natural (UROSARIO, 2016).

La lógica económica actual, ha aumentado notoriamente las acciones irresponsables por parte de las empresas sin tener conciencia del daño que le están causando a la sociedad. Al

---

<sup>12</sup> Se reconoce que no son los únicos autores que trabajan el tema del humanismo ni hablan explícitamente de los estudios organizacionales, pero han realizado aportes significativos al tema del humanismo en América Latina. Véase al respecto Muñoz (2010).

interior de estas no abundan la satisfacción laboral y emocional de sus integrantes, sino que 17  
cada vez más los perfiles profesionales están encaminados para sobrevivir y tomar decisiones  
bajo situaciones de estrés. La lógica administrativa actual persigue una eficiencia económica,  
mayor rentabilidad y menos costos, en donde las actuaciones para lograr estos fines han puesto la  
dignidad del hombre en último plano.

Partiendo de una visión multidimensional, se retoman los aportes de las teorías de las  
relaciones humanas y el humanismo. En primer lugar, la teoría de las relaciones humanas se  
remonta a la década de los años 20, como una crítica a la corriente Tayloriana, surgió en Estados  
Unidos como consecuencia de los resultados obtenidos en el experimento de Hawthorne. Fue  
desarrollada por George Elton Mayo (1880 – 1949) profesor y director del Centro de  
Investigaciones Sociales de la Harvard School of Business Administration. Contrario a la teoría  
clásica, la teoría de las relaciones humanas buscaba contrarrestar la deshumanización del trabajo,  
es decir, abolir los métodos científicos y rigurosos a los que los trabajadores debían someterse al  
realizar sus labores (explotación Laboral) y donde el capital humano era visto como otro  
elemento controlable a través de la autoridad y la retribución económica.

Los estudios realizados por Elton Mayo fueron de gran aporte en la fundamentación de  
las teorías de las relaciones humanas, las cuales fueron claves para entender porque el plan de  
negocios de una organización de servicios domésticos debe estar orientada en primer lugar a  
generar bienestar a las personas que hacen parte de ella y en esa medida aportar en la solución de  
problemáticas sociales como la explotación, la discriminación y la desigualdad que  
tradicionalmente han caracterizado este subsector. En esta medida, como lo menciona Mouzelis

(1968) los estudios de Hawthorne con Elton Mayo son considerados como el punto de partida 18 y la mayor fuente de inspiración de todos los estudios subsecuentes en el campo de las relaciones humanas<sup>13</sup>.

En segundo lugar, uno de los mayores aportes de la escuela de las relaciones humanas a la gestión de las organizaciones es el papel del hombre y su importancia dentro de las empresas, el poder que tienen los grupos informales en los niveles de productividad (como la motivación y la frustración influyen en el rendimiento) y como la comunicación y el liderazgo son elementos claves de los administradores. Igualmente, Los incentivos económicos no son la única fuente de motivación para las personas, hay factores como las necesidades de reconocimiento, la aceptación dentro de un grupo social, la participación en actividades dentro de ese grupo, los sentimientos, las creencias y las metas personales que juegan un papel muy importante en el desempeño de las personas dentro de las organizaciones.

Por otro lado, el humanismo que sirve de referencia en este plan de negocios, aparición en la teoría administrativa explícitamente en algunas de las teorías administrativas durante mediados del siglo XX (González, 2007; Melé, 2013). Esta situación presentó un cambio a finales del siglo XX con las aportaciones de la Escuela de HEC Montreal, encabezada por Alain Chanlat, quien, retomando la propuesta de Dufour, buscó identificar las características

---

<sup>13</sup> También se consideran, en términos de amplitud e impacto sobre la teoría administrativa como la más importante de todos los experimentos jamás realizados (Sanford, 1973, p30). Inicialmente el estudio estaba encaminado a determinar la incidencia de los niveles de luz en la fábrica a la productividad de los trabajadores pero los resultados arrojados se convirtieron en las bases de la psicología industrial.

universales del ser humano desde una perspectiva multidisciplinaria en su seminario de ciencias humanas (Chanlat, 2007).

19

Desde el humanismo, comienza con mayor fuerza la propuesta de concebir la organización como un fenómeno humano, por tanto no puede pensarse sin entender qué es el ser humano. En segundo lugar, la organización es, en el plano analítico, uno de los planos de la experiencia humana. En éste confluyen e interactúan otros que en su conjunto dan cuenta integral de dicha experiencia: el individuo, el de la influencia recíproca, el de la sociedad y el mundial (Chanlat, 2007). Por ello, en el plan de negocio no se alude a mirar la organización como simples instituciones encaminadas a conseguir unos fines económicos, en donde las personas que en ella interactúan lo hacen por el simple hecho de recibir una compensación económica por su trabajo, sino que se espera aportar a su desarrollo humano.

### **4.3 Referente legal**

#### **4.3.1 Servicio doméstico y normatividad en Colombia**

En Colombia, el servicio o trabajo doméstico históricamente ha estado caracterizado por una baja protección por parte del Estado ya que esta actividad, no es considerada como parte de algún sector de la economía, lo que dificulta su reconocimiento como un trabajo formal.

Sin embargo, a finales de los años 80 comienzan una serie de reformas normativas que han ido sacando a la luz las constantes vulneraciones a la que ha sido sometida esta labor. A

continuación y en orden cronológico se presentan las reformas que han dado lugar a lo que 20  
actualmente conocemos en materia laboral sobre el servicio doméstico en Colombia.

#### **4.3.2 Evolución según sentencias marco normativo del servicio domestico**

La obligación de afiliación del trabajador domestico a la seguridad social es obligatorio a partir del 3 de mayo de 1988, fecha en que entro en rigor el decreto 824 de 1988 que reglamento la Ley 11 de 1988.

En esa misma medida, la sentencia C-051 de 1995 es el primer avance de tipo jurisprudencial en relación con las condiciones del trabajo doméstico. La Corte Constitucional con ocasión de la demanda de inconstitucionalidad contra el artículo 338 del Código Sustantivo del Trabajo, que regulaba las prestaciones sociales de los empleadores sin carácter de empresa, encontró necesario hacer unidad normativa con el inciso primero del artículo 252 del Código Sustantivo del Trabajo, que regulaba la cesantía restringida para los trabajadores del servicio, se indicó que no era justificable a la luz de la Constitución, conceder ventajas a algunos empleadores en desmedro de ciertos trabajadores. Particularmente, sobre el servicio doméstico indicó que quienes disfrutaran de este servicio deben pagarlo de la misma manera como se remunera a todos los trabajadores. Fue a partir de ese momento que se reconoció la cesantía de los trabajadores del servicio doméstico en igualdad de condiciones respecto de los trabajadores en general, pasando de ser 15 días de salario a 30 días de salario al año.

En la Sentencia C-372 de 1998, la Corte Constitucional declara la exequibilidad condicionada del literal b) del artículo 162 del Código sustantivo del Trabajo que establece las

excepciones a la jornada máxima legal. Consideró que el servicio doméstico implica una disponibilidad de tiempo diferente y adecuado a las actividades familiares, que no son asimilables a las desarrolladas en otros sectores económicos o sociales. No obstante su consideración, resalta la importancia de fijar un límite al periodo de trabajo que excede la jornada máxima ordinaria, para no vulnerar las garantías mínimas del trabajador. Mediante la sentencia se implementó la diferencia de dos categorías de trabajadores domésticos. La primera, los que residen en la casa del empleador y la segunda, los que no residen en la casa del empleador. Esta diferenciación permitió establecer la condición de exequibilidad condicionada de la norma, de la siguiente manera: los trabajadores bajo la primera categoría no podrán tener una jornada superior a 10 horas diarias y, los que pertenezcan a la segunda, estarán sujetos a la jornada máxima legal de 8 horas diarias.

La Circular externa 98 del 2000 está orientada a garantizar el ingreso al régimen contributivo del sistema general de seguridad social en salud a todas las personas que así lo requieran, en especial a los trabajadores del servicio doméstico, población respecto de la cual, como lo revelaron estudios realizados por este órgano de control y la Defensoría del Pueblo, venían siendo objeto por parte de algunas entidades promotoras de salud, de conductas calificadas como de selección adversa, de discriminación o restrictivas al derecho de libre escogencia.

La Ley 1595 del 2012 aprueba el convenio sobre el trabajo decente para las trabajadoras y trabajadores domésticos, convenio 189 del 16 de junio 2011 OIT.

La Cartilla de servicios domésticos de junio del 2012 es una guía que tiene como fin 22 aclarar los conceptos básicos en materia de jornada laboral, salario, pago de trabajo dominical y festivo, seguridad social y liquidación de prestaciones, entre otros. Busca resolver los interrogantes más comunes relacionados con la contratación de personas para realizar las labores domésticas y, de la misma forma, aquéllos que los trabajadores puedan tener en relación con sus derechos y deberes. Esta cartilla, que se fundamenta en las normas legales vigentes, también busca servir de apoyo legal para facilitar la relación entre el empleador y el trabajador, con el objeto de que sean conocidos en pro del mejoramiento de la calidad de vida de las personas que prestan esta clase de servicio.

El Decreto 721 del 15 de abril de 2013, el Ministerio de trabajo reglamenta el numeral 4 del artículo 7 de la ley 21 de 1982 y regula la afiliación de los trabajadores de servicio doméstico al sistema de compensación familiar.

El Decreto 2616 del 20 de noviembre de 2013, regula la cotización a seguridad social para trabajadores dependientes que laboran por períodos inferiores a un mes, se desarrolla el mecanismo financiero y operativo de que trata el artículo 172 de la ley 1450 de 2011 y se dictan disposiciones tendientes a lograr la formación laboral de los trabajadores informales.

La Sentencia C-871-14 Exhorta al Congreso de la República y al Gobierno Nacional para que adopten las medidas legislativas e implementen las políticas públicas necesarias para avanzar hacia la universalidad del derecho prestacional al pago de la prima de servicios en el caso de los trabajadores y las trabajadoras domésticas.

El reciente Proyecto de ley de prima del 21 de julio del 2015, "Por medio del cual se garantiza el acceso en condiciones de universalidad al derecho prestacional de pago de prima de servicios para trabajadores domésticos". Liderado por las Representantes Angélica Lozano y Ángela María Robledo. El proyecto de ley fue aprobado en primer debate legislativo en la Cámara de Representantes y en el segundo debate en la plenaria de la Cámara de Representantes el 14 de diciembre de 2015. En junio del 2016 fue aprobado el tercer debate y paso a sanción presidencial para cumplir con el último paso necesario para que se ponga en marcha.

**Tabla 1 Resumen Normatividad Trabajo Doméstico en Colombia**

<b>AÑO</b>	<b>NORMA</b>	<b>CONCEPTO</b>
<b>1988</b>	Decreto 824	Afiliación a la seguridad social.
<b>1995</b>	C-051	Reconocimiento del pago de la cesantía.
<b>1998</b>	C-372	Jornada Máxima modalidad interna o externa.
<b>2000</b>	Circular externa 98	Garantizar el ingreso al régimen contributivo SSS.
<b>2011</b>	Convenio 189 de la OIT	Trabajo decente.
<b>2012</b>	Ley 1595	Aprobación del convenio 189 de la OIT
<b>2012</b>	Cartilla de servicios domésticos	Conceptos básicos en materia laboral sobre el trabajo doméstico.
<b>2013</b>	Decreto 721	Regulación de la afiliación de los trabajadores domésticos al sistema de compensación familiar.
<b>2013</b>	Decreto 2616	Regulación de la cotización a seguridad social por periodos inferiores a un mes.
<b>2014</b>	C-871	Exhorta al Congreso de la República y al Gobierno Nacional para adoptar medidas legislativas en materia de derecho prestacional al pago de la prima de servicios de los trabajadores domésticos.
<b>2015</b>	Proyecto de ley prima	Garantizar el acceso en condiciones de universalidad al derecho.

Fuente: Elaboración propia.

CLEAN HOUSE S.A.S. Es una empresa perteneciente al sector de actividades de servicios sociales, comunales y personales, específicamente al subsector de servicios domésticos. Es una empresa preocupada por la problemática social y por los factores de vulnerabilidad a la que se ven enfrentadas las personas que realizan esta labor en la ciudad de Medellín, como la explotación laboral, la desigualdad y la pobreza.

Tiene como objetivo principal brindar personal calificado para la realización de los trabajos de limpieza del hogar con responsabilidad y calidad, ofreciendo condiciones dignas de trabajo para sus empleados y empleadas, con una intención profunda de contribuir al mejoramiento de los niveles de calidad de vida de las personas, a disminuir las barreras socioeconómicas y dispuesta a generar cambios en la sociedad, dignificar la labor y marcar un precedente en la transformación de las relaciones laborales actuales.

Teniendo en cuenta lo anterior, CLEAN HOUSE S.A.S. cuenta con varios elementos innovadores que agregarán valor al sector y lograrán marcar una notoria diferencia frente a las demás empresas dedicadas a la misma actividad, a saber:

- Afiliamos directamente a las empleadas a nuestra empresa, por lo que no tienes que preocuparte de las responsabilidades laborales por la utilización del servicio.
- Contamos con proceso de capacitación permanente del personal que presta el servicio en temas de relaciones humanas, buen vivir, respeto, manipulación de alimentos, convivencia.

- Cumplimos con toda la normatividad laboral propia de la actividad.
- Cero ausentismo laborales a causa de incapacidades por enfermedad general o maternidad ya que contamos con suficiente personal para atender las demandas de servicios.
- Selección rigurosa de todas nuestras empleadas para brindarte seguridad y tranquilidad.
- Contamos con personal de experiencia, con calidez humana y responsables.
- Reserva en línea o vía telefónica según tu preferencia.
- Garantizamos 100% la satisfacción con el servicio, en caso contrario repetiremos el servicio de manera gratuita.
- Brindamos asesoría personalizada acerca de cualquier servicio que necesite tu hogar.
- Se realizaran periódicamente controles de calidad que ayudaran a mejorar el desempeño de nuestros empleados, de igual manera se realizara retroalimentación con los usuarios para medir el grado de satisfacción con los servicios recibidos.
- Especial atención a los detalles: personalizamos los servicios de acuerdo a los gustos y preferencias de nuestros clientes, tenemos unos protocolos de actuación específico para cada actividad de limpieza del hogar con especial cuidado y atención a los detalles y áreas difíciles de alcanzar.

## 6.1 Descripción del Producto/ Servicio

HOUSE CLEAN S.A.S. Es una empresa que brindara servicios de limpieza profesionales para el hogar por días de acuerdo a cada necesidad. Contratará directamente a las trabajadoras domésticas haciéndose cargo de toda la carga prestacional ofreciéndole tranquilidad y seguridad a todos sus clientes.

### 6.1.1 Descripción y atributos

HOUSE CLEAN S.A.S. ofrecerá servicios de limpieza profesional a domicilio a través de diversos canales de comunicación. Estarán bajo estrictos estándares de calidad y responsabilidad. Contará con horarios flexibles de acuerdo a las necesidades específicas de cada cliente.

Los servicios ofrecidos son:

**Tabla 2 Limpieza General del Hogar**

<b>Lavado de Ropa</b>	Lavado de ropa, tendidos de cama, toallas y/o similares en lavadora automática o manual dependiendo del tipo de prenda y especificaciones del usuario.
<b>Planchado de Ropa</b>	Planchado de prendas de vestir, ropa de cama, toallas con plancha eléctrica suministrados por el usuario ( previa solicitud)

---

<b>Limpieza de Espacios</b>	Limpiar polvo, barrer, trapear, limpieza de ventanería interna a una altura no más de 2 metros del suelo, limpieza completa de baños, cocinas, patios y balcones.
-----------------------------	---

---

Fuente: Elaboración propia.

### **Tabla 3 Limpieza Sencilla**

---

Barrer y trapear pisos, limpieza de baños y cocina, limpiar polvo
---

---

Fuente: Elaboración propia.

#### **6.1.2 Presentación y diseño**

Todo el personal portara el uniforme con diseño exclusivo de nuestra organización, Con anterioridad se suministrara confirmación del servicio con información detallada (Nombre completo y fotografía) de la trabajadora que llegara al hogar.



### Figura 1 Uniforme Trabajadora Domestica

Fuente: Adaptación propia a partir de Dotaciones Gregory



### Figura 2 Zapatos Uniformes.

Fuente: Adaptación propia a partir de Dotaciones Dotamos

El uniforme consta de pantalón blanco con dos bolsillos en los laterales, camisa blanca con cuello en V y bolsillos delanteros, todos los uniformes llevaran el logo de la organización.

### Tabla 4 Características de Fabricación Uniformes.

CAMISAS	PANTALÓN	ZAPATOS
65% poliéster – 35% algodón	65% poliéster – 35% algodón	Modelo cerrado
Manga corta	Cinturilla elástica	Talón de 4 Cm
3 bolsillos	2 bolsillos italianos	Suela interior transpirable
Cortes laterales		Parte externa fabricada en cuero
Cuello pico		Antideslizante

Fuente: Elaboración propia

De igual manera, los servicios ofrecidos y su descripción estarán disponibles en la página Web y redes sociales y podrán ser suministrados vía telefónica por una de nuestras asesoras. El valor de cada servicio se detallara más adelante en la estrategia de precios.

Los horarios de atención en oficina serán de 8 a.m. a 12 del mediodía y de 2 p.m. a 5 p.m. Y los horarios para la prestación de los servicios de limpieza para los hogares serán de la siguiente manera:

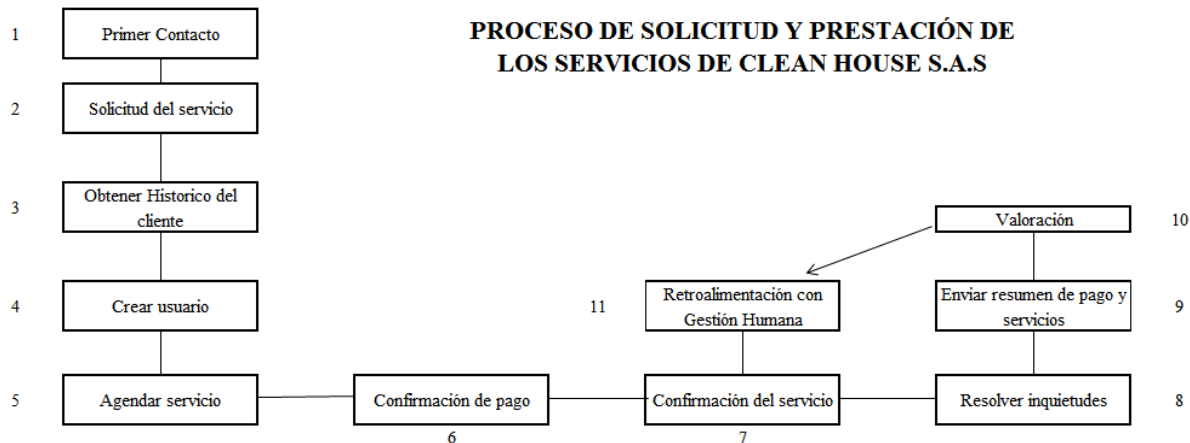
**Tabla 5 Tiempos de Prestación de los Servicios**

<b>Servicio</b>	<b>Tiempo Completo</b>	<b>Servicio Medio Tiempo</b>
	8 Horas	4 Horas

Fuente: Elaboración propia.

### **6.1.3 Diagrama de flujo de proceso**

El flujo de procesos que se muestra en la figura 3, corresponde a las fases de solicitud y prestación de los servicios de HOUSE CLEAN S.A.S. Inicia con la necesidad del cliente de encontrar una persona de confianza y calificada para realizar las actividades de limpieza de su hogar. Continúa con una atención personalizada por parte de los asesores de servicio al cliente, con el fin de aclarar inquietudes y brindar toda la información acerca de los servicios y la forma como trabajamos. Seguidamente se crea un perfil del usuario en la base de datos con el fin de recopilar toda la información posible y mejorar las experiencias del cliente con la organización, diseñar productos y servicios de acuerdo a sus necesidades puntuales .A su vez, esto permite a la organización llevar un record de ventas y de usuarios que servirían para realizar estrategias de fidelización de clientes y de promoción.



**Figura 3 Proceso de prestación de servicios**

Fuente: Elaboracion propia.

Continuamos con la cotización de los servicios solicitados por el cliente, esto se lleva a cabo detallando las características del servicio, horas necesarias y toda la información indispensable para dar un valor exacto y justo del servicio. Seguidamente nuestra asesora procederá a agendar el servicio para el día y la hora requerida por el cliente y se enviara al correo electrónico un resumen del servicio y las formas de pago.

Después de realizado el pago y confirmado, nuestra asesora se contactara con el cliente con el fin de resolver inquietudes finales y procederá a enviar al correo electrónico un resumen del servicio que se prestara, información del personal que se presentara en su casa y una encuesta de valoración del servicio con el fin de realizar retroalimentación con el departamento de gestión humana y el personal una vez culminado el servicio.

El trabajo doméstico hace parte del sector servicios, subsector servicios domésticos, es una actividad que poca valoración ha tenido tanto en lo económico como en lo social y de ahí proviene su invisibilidad. Sumado a esto, es un sector altamente feminizado ya que el 95% de las personas que realizan esta actividad son mujeres.

Como se describió en la problematización, el trabajo doméstico se ha caracterizado por su alta informalidad, Si bien ha tenido grandes avances en materia laboral, aún sigue siendo objeto de explotación y desigualdad en derechos laborales. Para abril del 2016, en Medellín, cuarenta y siete mil (47.000) personas se dedican a trabajo doméstico, representando el 8.3% del total de la población ocupada en la ciudad (DANE GEIH, 2016), de las cuales cerca del 85% aún se encuentran en la informalidad (Agencia de Información Laboral- ENS, 2016),

Concepto	2016						
	Ago - Oct	Sep - Nov	Oct - Dic	Nov 15 - Ene 16	Dic 15 - Feb 16	Ene - Mar	Feb - Abr
Ocupados Medellín	1.807	1.823	1.829	1.769	1.733	1.707	1.764
Obrero, empleado particular	1.047	1.082	1.091	1.083	1.062	1.035	1.063
Obrero, empleado del gobierno	76	64	64	65	66	66	63
<b>Empleado doméstico</b>	<b>56</b>	<b>62</b>	<b>59</b>	<b>55</b>	<b>47</b>	<b>48</b>	<b>47</b>
Cuenta propia	519	517	513	470	451	456	487
Patrón o empleador	82	73	71	70	76	72	72
Trab familiar sin remuneración	19	19	22	19	26	25	28
Trabajador sin remuneración en otras empresas	5	5	5	4	3	2	2
Jornalero o Peón	2	2	2	1	1	2	2
Otro	1	1	2	2	2	0	0

**Figura 4 Población ocupada según posición ocupacional Medellín A.M.**

Fuente: GEIH.DANE 2016

Si bien, el sector de servicios en Colombia es altamente competitivo, los servicios de limpieza para el hogar aun no representan para muchas personas oportunidades de negocio, ya que como se mencionó anteriormente, no se considera una profesión o una actividad que represente rentabilidad. Sin embargo, aunque existen bajas barreras de entrada al mercado de los servicios de limpieza para el hogar, ya que no requiere una alta inversión ni mayor tramitología en la constitución de la empresa, representa un riesgo ya que hay mayor facilidad de incursión de nuevos negocios ofertando servicios con las mismas características.

En cuanto a la competencia, hay 5 empresas para atender la demanda de este tipo de servicios en la ciudad y también se encuentran las trabajadoras domésticas independientes. Ambos representan una amenaza para House Clean S.A.S., por el lado de las empresas, al ser una actividad fácilmente estandarizada, existe poca diferenciación lo que hace que el precio tenga una influencia mayor en el motivo de compra de los clientes, además cuentan con una trayectoria en el mercado, que si bien no es mayor a 4 años, han tenido la oportunidad de fidelizar muchos clientes

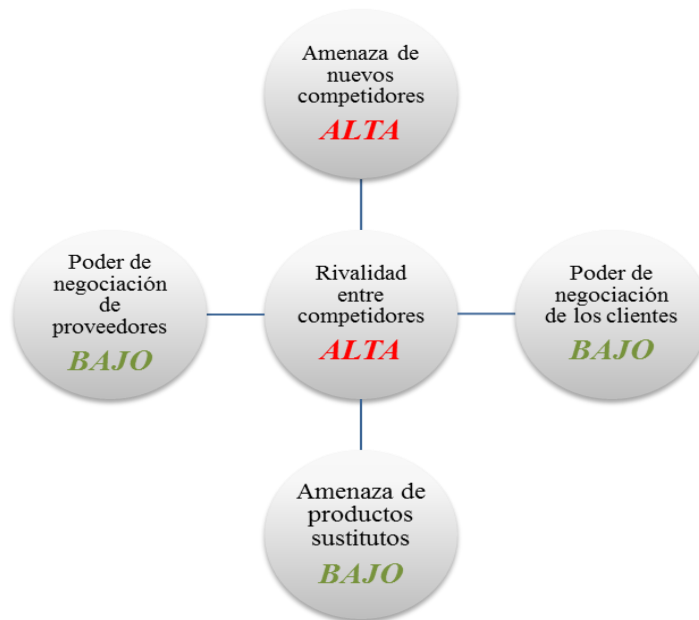
Por el lado de las trabajadoras independientes, existe la posibilidad de encontrar precios en la prestación de los servicios muy por debajo de lo que ofrecen las empresas, con la desventaja de que el cliente tenga que ocuparse de los trámites de afiliación de la trabajadora doméstica y que la fiabilidad de la persona que se contrata se ponga en duda.

Los productos sustitutos no representan mucha influencia negativa, ya que aunque existen electrodomésticos innovadores y a muy buenos precios, todavía no existe la tecnología que

realice las labores de limpieza general del hogar sin necesidad del factor humano presente. 33

También existen agencias de selección de personal doméstico en la ciudad, pero funcionan más que todo para encontrar personal interno para familias con necesidades adicionales a las de la limpieza, como tener a cargo el cuidado de niños y adultos mayores.

Otro factor que se tomó en cuenta al analizar la industria es el poder de negociación de los proveedores (en este caso trabajadoras domésticas) y el poder de negociación de los clientes; con las trabajadoras domésticas no existe ningún conflicto para la organización, ya que su principal interés es ofrecer mejores condiciones y oportunidades laborales. En cuanto al cliente, no posee ningún poder de negociación pero si de poca fidelización ya que el precio podría influir en su motivo de compra y los servicios de limpieza no representan una necesidad primaria.



**Figura 5 Análisis de la industria a la luz de las 5 fuerzas de Porter**

Fuente: Elaboración propia, adaptación del modelo de Porter, 1979

El análisis realizado del sector bajo el modelo de las 5 fuerzas de Porter evidencia que 34 el subsector de los servicios domésticos en la ciudad de Medellín es altamente competitivo y que si bien no existen amenazas con el poder de negociación con los clientes y proveedores, el modelo de negocio debe estar sustentado bajo una fuerte propuesta de valor que le permita tener una diferencia muy marcada de sus competidores y que el precio no se convierta en un factor de presión para la organización.

### **6.3 Segmentación**

La estratificación socioeconómica en Colombia es una política pública implementada en las ciudades desde los años ochenta y formalizada en 1994 por medio de la nueva ley de servicios públicos (economía y desarrollo, 2004, vol. 3 núm. 1), consiste en un sistema de clasificación en estratos de los inmuebles residenciales que deben recibir servicios públicos. Se realiza principalmente para cobrar de manera diferencial los servicios domiciliarios permitiendo asignar subsidios y cobrar contribuciones. De esta manera, quienes tienen más capacidad económica pagan más por los servicios públicos y contribuyen para que los estratos bajos puedan pagar sus facturas (DANE, 2016, p. 1).

La estratificación adoptada en Colombia incluye variables que relacionan las características de la vivienda y su entorno. Según el Departamento de Planeación Nacional, los estratos socioeconómicos en los que se pueden clasificar las viviendas y/o los predios son 6: Bajo-bajo, Bajo, Medio-bajo, Medio, Medio-alto y Alto.

De esta manera, los estratos 1,2 y 3 corresponden a los estratos bajos, allí se encuentran viviendo las personas con menos recursos económicos, se benefician del otorgamiento de

subsidios en los servicios públicos domiciliarios. El estrato 4 es el único que paga lo realmente<sup>35</sup> consumido, no es beneficiario de ningún subsidio ni paga sobrecosto por el servicio. Los estratos 5 y 6 se caracterizan por albergar personas con mejores niveles de vida y mejor capacidad económica, estas personas pagan un sobrecosto por los servicios públicos domiciliarios, con el fin de subsidiar los estratos más bajos.

Dado que la metodología de estratificación desarrollada por el Estado Colombiano define esos seis grupos o estratos sociales los cuales, indirectamente señala la capacidad económica de quienes habitan las viviendas y de tal forma que la calidad de la vida se toma como aproximación a la calidad de vida de sus habitantes (Plan Ambiental de Medellín, 2012-2019), los servicios que House Clean S.A.S pretende ofertar están dirigidos a todos los hogares pertenecientes a los estratos socioeconómicos 4,5 y 6 de la ciudad de Medellín.

Según datos suministrados por la Alcaldía de Medellín en la encuesta realizada en el 2014 sobre calidad de vida, en la ciudad existen alrededor de ciento ochenta y seis mil ochenta y un (186.081) hogares en estos estratos, aproximadamente el 23.4% de la población que representa una demanda futura por los servicios de la organización.

Estrato	Hogares por estrato	
	Total	%
<b>Estrato 1</b>	98.691	12,40%
<b>Estrato 2</b>	278.946	35,03%
<b>Estrato 3</b>	232.482	29,20%
<b>Estrato 4</b>	88.227	11,08%
<b>Estrato 5</b>	63.747	8,01%
<b>Estrato 6</b>	34.107	4,28%
<b>Total</b>	<b>796.200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta de calidad de vida. Medellín 2014 expandida

Esta población se caracteriza por tener un nivel de vida e ingresos medio-alto, lo que les permite asignar una parte de sus recursos a productos y/o servicios que le proporcionen mayor comodidad. Según datos obtenidos por la Encuesta de Calidad de Vida. Medellín 2014 estos estratos socioeconómicos tienen un promedio de ingresos mensuales entre Un millón novecientos mil pesos ( \$1´900.000) y Cuatro millones ochocientos mil pesos ( \$ 4´800.000) lo que les permite pagar por un servicio que les ayude a conciliar la vida familiar y laboral sin descuidar ningún aspecto.

House Clean S.A.S. en su etapa inicial, estima una atención aproximada de 500 hogares mensuales lo que representa el 0,2% de la demanda esperada, ya que iniciara sus labores de servicios de limpieza para el hogar con una capacidad operativa de 20 profesionales de limpieza.

### Hogares por estrato socioeconómico de la vivienda según ingresos por trabajo del jefe

Estrato	Hogares		Hogares con Jefe trabajando		Jefe recibe ingresos por trabajo?		Cuánto ganó el mes pasado en este empleo?							
	Total	%	Sí	No	Sí	No	Menos de 250.000	De 250.001 a 350.000	De 350.001 a 400.000	De 400.001 a 999.999	De 1.000.000 a 2.500.000	De 2.500.001 a 5.000.000	Más de 5.000.000	Media
Estrato 1	98.691	12,40	55.330	43.361	38.025	60.666	2.426	1.040	1.301	31.181	2.077			633.423,58
Estrato 2	278.946	35,03	145.409	133.537	94.002	184.944	3.860	3.072	2.291	72.909	11.334	536		710.410,05
Estrato 3	232.482	29,20	114.119	118.363	72.974	159.508	2.375	894	825	43.319	22.836	2.665	59	1.002.650,33
Estrato 4	88.227	11,08	39.443	48.785	21.341	66.887	413	119	59	5.120	10.585	4.443	602	1.912.771,18
Estrato 5	63.747	8,01	27.318	36.429	14.407	49.340	120	58		2.076	5.501	5.356	1.297	2.859.601,45
Estrato 6	34.107	4,28	16.574	17.533	7.604	26.503			59	242	1.662	3.383	2.258	4.857.923,57
<b>Total</b>	<b>796.200</b>	<b>100%</b>	<b>398.194</b>	<b>398.007</b>	<b>248.352</b>	<b>547.848</b>	<b>9.194</b>	<b>5.182</b>	<b>4.535</b>	<b>154.848</b>	<b>53.995</b>	<b>16.382</b>	<b>4.215</b>	<b>1.996.130,03</b>

**Figura 6 Hogares por estratos socioeconómicos de la vivienda según ingresos**

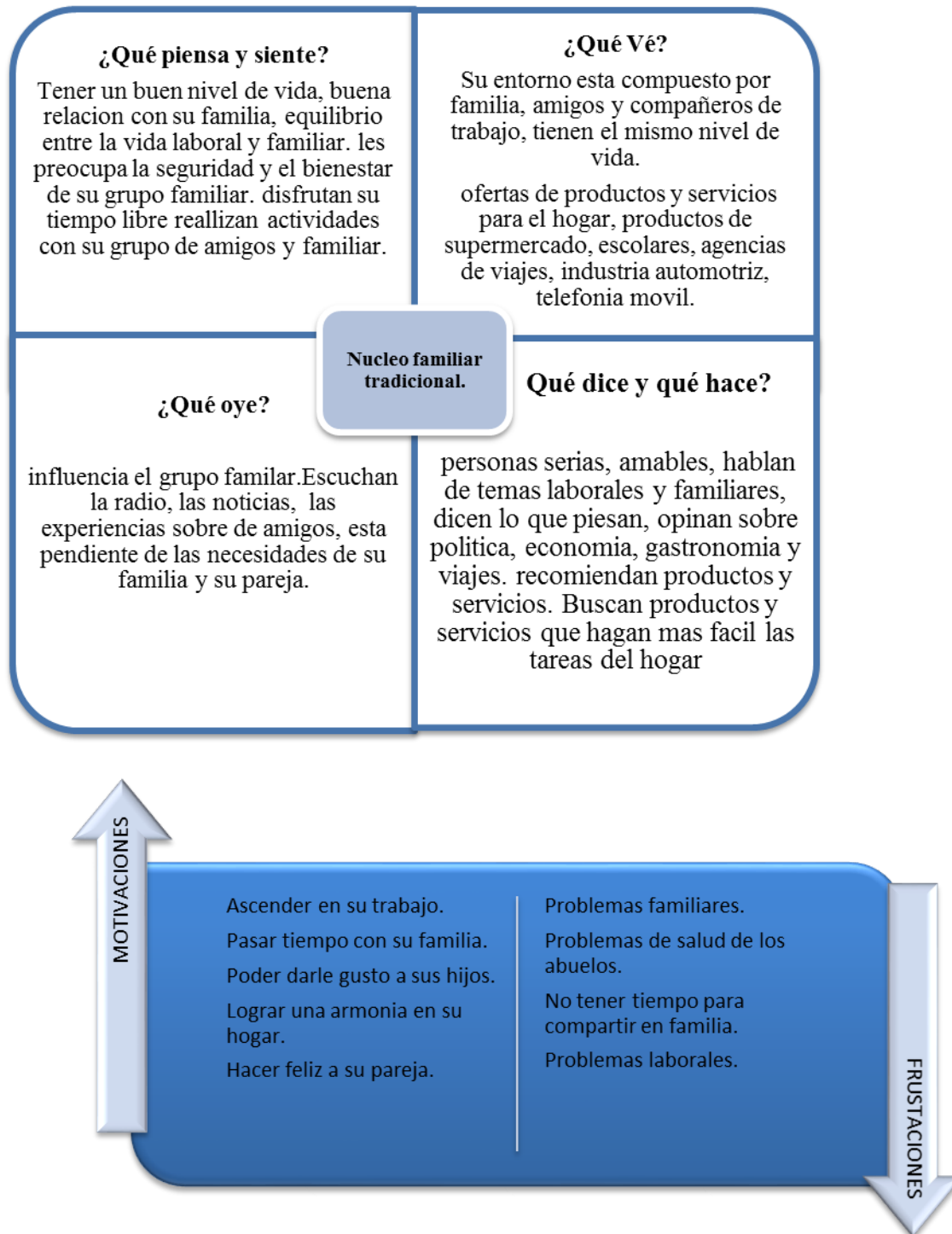
Fuente: Encuesta de calidad de vida. Medellín 2014 expandida

#### 6.3.1 Caracterización del segmento

Dentro de este segmento de clientes y teniendo en cuenta las nuevas conformaciones familiares<sup>14</sup>, se estima que los principales clientes de House Clean S.A.S podrían ser tres, a saber: a) Nucleos familiares tradicionales: conformado por padre, madre e hijos, en algunas ocasiones los abuelos forman parte del grupo familiar, b) Nucleos familiares modernos: parejas casadas sin hijos, parejas del mismo sexo, parejas en union libre y c) Personas solteras: personas que posponen la vida en pareja, incluso personas divorciadas y personas que sin tener vínculo de consanguinidad compartan un espacio.

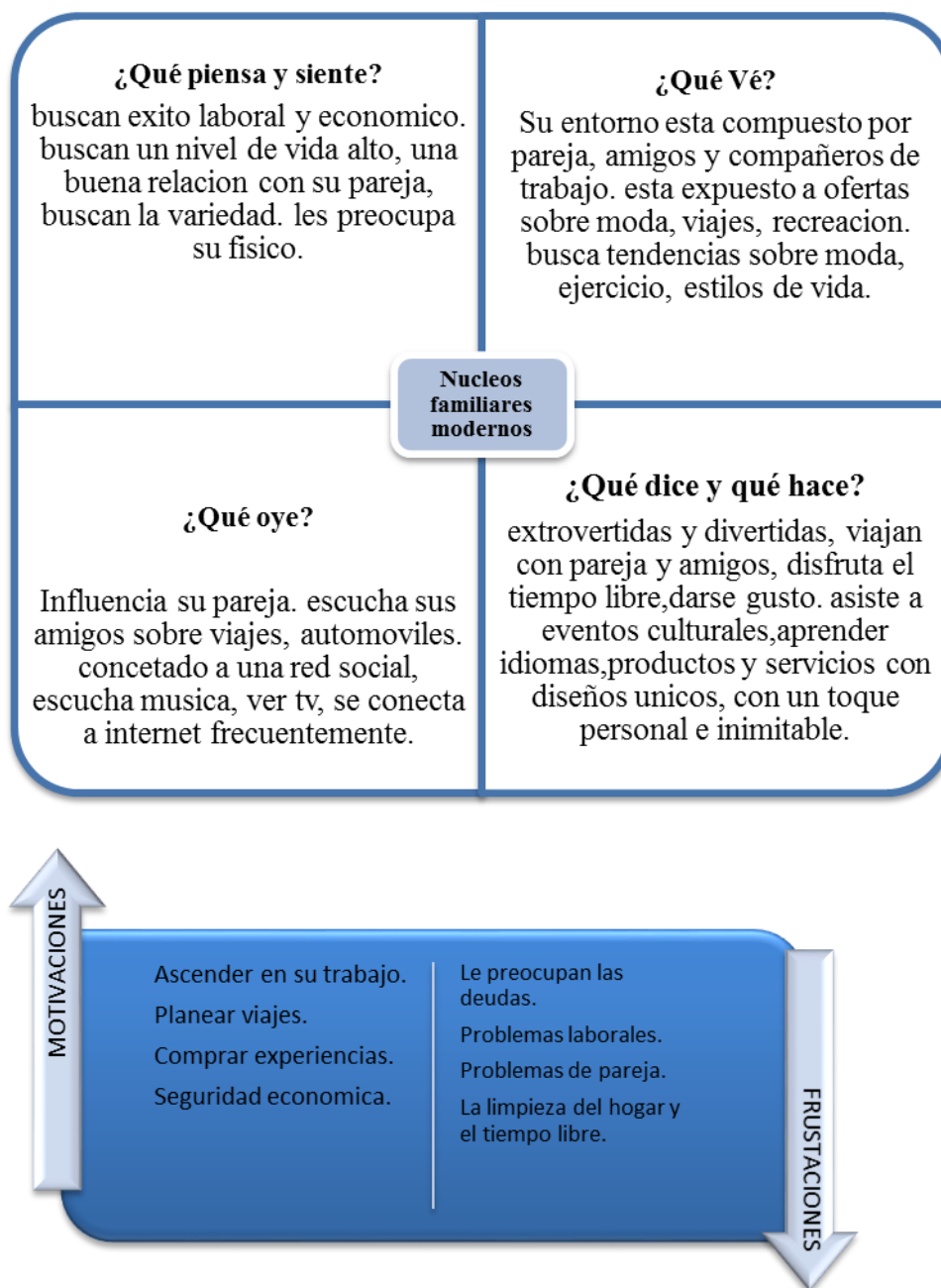
<sup>14</sup> Ver informe de la agencia J. Walter Thompson Intelligence: <https://www.jwtintelligence.com/2014/09/trend-report-meet-the-new-family/>

### 6.3.2 Mapa de empatía de cada tipo de cliente



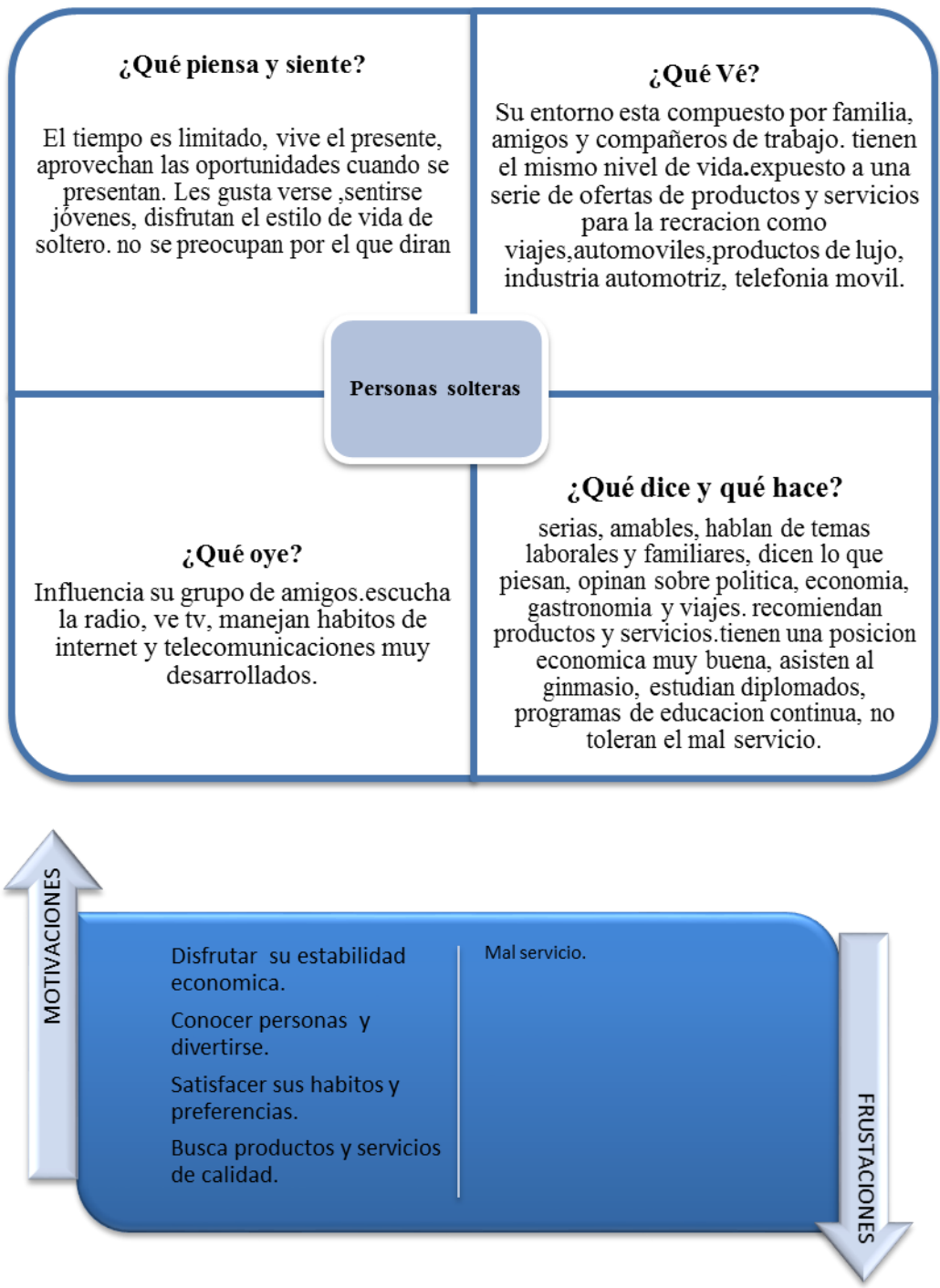
**Figura 7 Mapa de empatía núcleo familiar tradicional**

Fuente: Elaboración Propia



**Figura 8 Mapa de empatía núcleos familiares modernos**

Fuente: Elaboración propia



**Figura 9 Mapa de empatía personas solteras**

Fuente: Elaboración propia

#### **6.4 Investigación de Mercados**

Con el fin de analizar los servicios ofertados actualmente en materia de limpieza para el hogar en la ciudad de Medellín, se realizó un sondeo de la competencia directa, indirecta y sustituta, que consistió en la realización de un estudio de las capacidades, los recursos, estrategias, y demás características que pudieran tener éstas, con el fin de utilizarlas como información para la toma de decisiones a fin de aprovechar sus desventajas y diseñar estrategias que nos permitan competir de la mejor manera posible.

Para este estudio se utilizaron las visitas a los locales para observar su planta física, su personal, la atención al cliente y servicios más solicitados. También se realizaron llamadas telefónicas para agendar servicios de limpieza y solicitar información acerca de los precios y la confiabilidad de las trabajadoras domésticas. De igual forma, se visitaron páginas web y redes sociales con el fin de leer los comentarios de los consumidores en cuanto a los servicios recibidos.

Sumado a esto, se recopilaron datos e información de diferentes documentos virtuales con el fin de validar lo investigado anteriormente,

Como se estableció en la propuesta de Innovación y Competitividad, House Clean S.A.S. pretende ofrecer servicios de limpieza profesional y de calidad en la ciudad de Medellín, específicamente a estratos socio-económicos medios-altos, donde su capacidad adquisitiva para productos y servicios de lujo es mayor. Para validar precisamente la innovación del servicio se indago acerca de los posibles competidores en la misma línea de servicios y se encontró la siguiente información:

En la ciudad de Medellín, se encuentran legalmente constituidas 4 empresas de servicios de limpieza para el hogar por días, 3 empresas especializadas en asesoría de selección de personal doméstico por modalidad interna y cerca de cincuenta mil (50.000) trabajadoras domésticas informales (DANE, 2016). Se visitó el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) y la Cámara de Comercio de Medellín con el fin de obtener datos acerca de la participación en el mercado de las empresas que representan competencia directa para House Clean S.A.S. , pero dicha información no fue posible verificar ya que este subsector no cuenta con datos estadísticos tan específicos, dado que es una actividad que por sus características particulares se ha desempeñado de manera informal no solo en la ciudad de Medellín sino en el resto del país. Sin embargo con los datos obtenidos de las llamadas telefónicas y visitas a páginas web a estas empresas, se pudo estimar el número de servicios promedio que prestan mensualmente.

A continuación, se presenta un cuadro que resume toda la información encontrada y que sirve de base para la toma de decisiones de la organización House Clean S.A.S.:

**Tabla 7 Visitas, Llamadas Telefónica e Internet**

EMPRESA	UBICACIÓN	PERSONAL	SERVICIO AL CLIENTE	SERVICIOS	MODALIDAD	PRECIO	REDES SOCIALES
<b>Hogaru</b>	Poblado, Centro Automotriz	129	Excelente	Residencial y comercial	Por horas, externo	Desde \$ 49.000 a \$ 75.000	Facebook, Instagram, pagina Web, Línea telefónica, Buscadores en internet
<b>Servidomesticas S.A.S.</b>	Poblado, Castropol	21	Excelente	Residencial	Por horas, externo	Desde \$ 45.000 a \$ 66.000	Página Web, Línea telefónica, buscadores en internet
<b>Limpiamos CYA S.A.S.</b>	Belén	No hay información	Buena	Residencial y Comercial	Por horas, externo	Desde \$ 65.000 a \$ 71.000	Página Web, Línea telefónica, buscadores en internet
<b>Trabajadoras Independientes</b>		47.000		Residencial	Por días, externo	Desde \$ 40.000 a \$ 50.000	Agencias de empleo, referido
				Residencial	Mensual, Interno	SMLV	
<b>Limpia Fácil</b>	Centro	Sin información	Excelente	Residencial, comercial, hotelería, niñeras y cuidado del adulto mayor	Mensual externo e interno	Desde \$ 1'250.000 a \$ 1'500.000	Facebook, pagina web

Fuente: Elaboración propia

EMPRESA	ESTRATEGIA	FORTALEZA	DEBILIDAD
<b>Hogaru</b>	Diversificación Promoción Publicidad Precio	Reconocimiento y trayectoria en el mercado. Diversificación de servicios. Mayor participación en el mercado. Excelente servicio Postventa.	Poca atención a los detalles en el servicio. Alto costo por un solo servicio. Baja participación en redes sociales.
<b>Servidomesticas S.A.S.</b>	Seguridad Servicio al cliente Diversificación	Reconocimiento y trayectoria en el mercado. Servicio al cliente. Diversificación de servicios.	Poca atención a los detalles en el servicio. Participación en redes sociales nula.
<b>Limpiamos CYA S.A.S.</b>	Seguridad Personal capacitado	Diversificación de servicios.	Participación en redes sociales nula. Poca información de la empresa.
<b>Trabajadoras Independientes</b>	Bajo costo	Bajo costo del servicio.	Poca seguridad. Dificultades en materia prestacional.
<b>Limpia Fácil</b>	Soluciones integrales para el hogar	Diversificación de servicios. Servicio al cliente.	No presta los servicios por días u horas.

Fuente: Elaboración propia

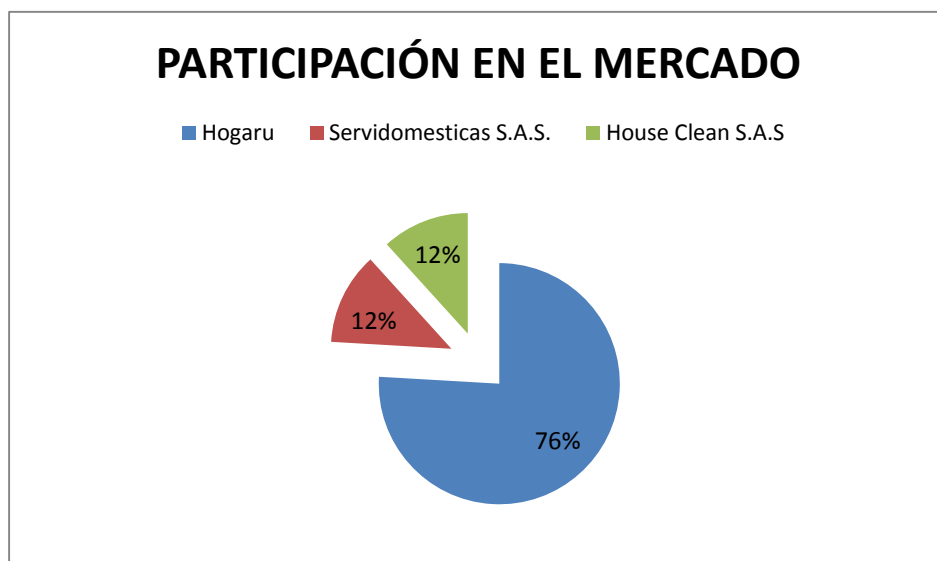
Como se mencionó anteriormente, al no poseer información acerca de la participación de estas empresas en el mercado, se realizó una estimación de servicios de limpieza aproximados que cada una de estas empresas atiende en un periodo de un mes. Este cálculo se realizó con la información obtenida acerca del personal de limpieza que dispone cada una de ellas y el promedio de días laborales en un mes.

Las empresas que se pudieron analizar fueron: Hogaru con 129 profesionales de limpieza, Servidomesticas S.A. con 525 y House Clean S.A.S. con 20.

**Tabla 9 % de Participación en el Mercado**

EMPRESA	% HOGARES ATENDIDOS
Hogaru	1,733
Servidomesticas S.A.S.	0,282
House Clean S.A.S	0,268

Fuente: Elaboración propia



**Figura 10 Participación en el Mercado**

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la gráfica, la empresa Hogaru es la organización que más participación en el mercado tiene, representando una fuerte competencia para House Clean S.A.S. Aunque no es un dato 100% confiable, esta información es de gran ayuda, ya que nos da una aproximación acerca de cómo está distribuido el mercado de servicios de limpieza para el

hogar en la ciudad de Medellín, nos permite compararnos con la competencia y crear estrategias efectivas que nos ayuden a posicionarnos en el mercado y aumentar las ventas.

## 6.5 Plan de Mercadeo estrategias

### 6.5.1 Estrategias de Precio

La determinación de los precios de los servicios es un factor fundamental, pues servirán de base para el cálculo de los ingresos del modelo de negocio. Los precios que se fijaran para los servicios de limpieza serán establecidos mediante el análisis de los precios de la competencia, los presupuestos de gastos que destinan las personas a servicios de limpieza doméstica a nivel Nacional y los datos arrojados por la encuesta.

**Tabla 10 Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2006-2007**

<b>Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2006-2007</b>				
<b>Gasto total (millones \$) mensual y promedio por hogar y por persona, según clasificación del gasto (artículo bien o servicio)</b>				
<b>24 Ciudades</b>				
<b>Dominios de estudio y clasificación del gasto</b>	<b>Total de hogares</b>	<b>Gasto total (millones \$)</b>	<b>Gasto promedio por hogar que adquiere el bien o servicio (\$)</b>	<b>Gasto promedio por persona del dominio de estudio (\$)</b>
Empleada interna	73.692	17.708	240.301	68.271
Empleada por días (permanente o temporal)	527.225	65.813	124.830	41.221

Fuente: Adaptación propia a partir de encuesta del Departamento Administrativo Nacional de Estadista. DANE

Setenta y tres mil seiscientos noventa y dos (73.692) hogares destinan Doscientos cuarenta mil trescientos un peso (\$240.301) mensuales para pagos de empleadas del servicio doméstico interno. Se puede observar que los hogares, prefieren la utilización del servicio por días ya que Quinientos veintisiete mil doscientos veinticinco (527.225) hogares destinan Ciento veinticuatro mil ochocientos treinta pesos (\$124.830) mensuales para pagos de empleadas del servicio doméstico por días, que es una proporción mucho mayor si se compara con la contratación en modalidad interna. Teniendo en cuenta los datos anteriores y con el fin de realizar un análisis de los posibles valores ajustados al 2016, se realizó una proyección de precios teniendo en cuenta el IPC desde el año 2007 a la fecha, ya que no se encontraron datos actualizados que revelaran los hábitos de gasto en este tipo de servicio.

**Tabla 11 Proyección de Precios Ajustados al IPC 2016**

AÑO	IPC	PRECIO
2007	5,69%	\$ 124.830,00
2008	7,67%	\$ 134.404,46
2009	2,00%	\$ 137.092,55
2010	3,17%	\$ 141.438,38
2011	3,73%	\$ 146.714,04
2012	2,44%	\$ 150.293,86
2013	1,94%	\$ 153.209,56
2014	3,66%	\$ 158.817,03
2015	6,77%	\$ 169.568,94
Mayo 2016	8,20%	\$ 183.473,60

Fuente: Elaboración Propia.

Adicional a la proyección se hizo necesario realizar una investigación de los precios de 48 las empresas que prestan servicios de limpieza para el hogar ya que los precios de la competencia son un elemento determinante en las estrategias de fijación de precio de House Clean S.A.S.

**Tabla 12 Precios de la Competencia**

<b>EMPRESA</b>	<b>SERVICIO</b>	<b>PRECIO</b>
Hogaru	8 horas	\$ 75.900
	4 horas	\$ 68.900
Servidomesticas S.A.S.	8 horas	\$ 66.000
	4 horas	\$ 45.000
Limpiamos CYA S.A.S	8 horas	\$ 71.000
	4 horas	\$ 65.000
Empleadas Domesticas	8 horas	\$ 60.000
	<b>Precio Promedio</b>	<b>\$ 64.543</b>

Fuente: elaboración propia

Estos datos contribuyeron para el análisis de la fijación del precio del servicio, si bien fue fijado con base en la competencia y en el gasto promedio de los hogares, también se tuvieron en cuenta los costos asociados al servicio para poder ofrecer precios competitivos en el mercado.

Tomando como base la descripción realizada anteriormente de los servicios, House Clean S.A.S. establece su precio de la siguiente manera:

**Tabla 13 Precios House Clean S.A.S.**

<b>SERVICIO</b>	<b>DURACIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Limpieza general del hogar	8 Horas	\$ 71.000
	4 Horas	\$ 55.000
	Hora Adicional	\$ 12.000

Fuente: Elaboración Propia

### **6.5.2 Estrategias de Promoción**

Con el propósito de atraer los primeros clientes se recurrirá creación de una red de contactos de las personas cercanas, familiares y amigos, esto con el fin de ofrecer los servicios con un descuento especial de introducción y lograr una promoción por referidos.

Se utilizaran los diferentes medios de comunicación como plataforma publicitaria para dar a conocer la organización y sus servicios, se realizaran campañas por redes sociales, correo electrónico, se repartirá material publicitario como volantes y tarjetas de presentación.

### **6.5.3 Estrategias de Servicios**

El servicio al cliente es uno de los pilares de la organización, nuestros empleados estarán totalmente capacitados para dar una respuesta rápida, eficiente y cortes a cualquier requerimiento, inquietud y sugerencia en las diferentes etapas de la relación comercial (Preventa, venta y postventa). Se brindara un acompañamiento constante por parte de nuestra asesora comercial con el fin de asegurar la satisfacción completa de nuestros usuarios.

Se realizaran monitorias constantes acerca de las percepciones que tienen los clientes sobre la calidad de nuestros servicios, así como las sugerencias y aspectos a mejorar. Velaremos

siempre por ofrecer un servicio con características únicas y estaremos en constante innovación 50 para ofrecerte servicios personalizados y de acuerdo a las necesidades específicas de cada uno de nuestros clientes. Se programaran capacitaciones constantes a todos nuestros empleados con el fin de prestar un excelente servicio.

#### **6.5.4 Estrategias de Posicionamiento**

Como se mencionó en el capítulo de Innovación y Competitividad, House Clean S.A.S. Tiene como objetivo principal brindar personal calificado para la realización de los trabajos de limpieza del hogar con responsabilidad y calidad, ofreciendo condiciones dignas de trabajo para sus empleados y empleadas, con una intención profunda de contribuir al mejoramiento de los niveles de calidad de vida de las personas, a disminuir las barreras socioeconómicas y dispuesta a generar cambios en la sociedad, dignificar la labor y marcar un precedente en la transformación de las relaciones laborales actuales.

Sera una empresa especializada en servicios de limpieza profesional, reconocida en el mercado por su experiencia, por brindar un servicio eficaz y dinámico, con una fácil adaptación a las necesidades de los clientes y con personal formado y capacitado para que sus procesos y métodos sean altamente especializados, con especial atención a los detalles. El personal no serán empleadas domésticas, serán profesionales de la limpieza.

### 6.5.5 Estrategias de Fidelización

51

La fidelización del cliente es un factor muy importante para la organización, ya que retener un cliente es mucho más rentable que buscar clientes nuevos. Para lograr este objetivo se tienen planteadas 4 estrategias:

**Estrategia 1:** Excelente servicio postventa, mantener contacto después de la realización del servicio es de suma importancia porque de allí se desprende la satisfacción de nuestros clientes y una oportunidad para nosotros de evaluar nuestros servicios.

**Estrategia 2:** Creación de relaciones con el cliente, no será suficiente tener un contacto comercial, es importante tener otro medio de comunicación con ellos que nos brinden la posibilidad de conocer más acerca de ellos, sus gustos, preferencias y necesidades de igual manera poder aportar de una manera diferente a sus vidas como lo serían tips o consejos de decoración, secretos de limpieza, productos innovadores para el hogar, entre otros.

**Estrategia 3:** Exceder las expectativas del cliente, lo que significa la creación de una cultura enfocada al servicio, buscando continuamente mejorar todos los procesos y los servicios de la organización, indagar acerca de lo que quieren y esperan nuestros clientes y dárselo.

**Estrategia 4:** Conceder puntos por referidos y usos del servicio, sería una manera de premiar a nuestros clientes, se otorgarían puntos por cada servicio utilizado y por cada persona que adquiriera un servicio por recomendación de un cliente, estos puntos equivaldrían a efectivo que serían efectivos en un servicio de limpieza.

### 6.6 Canales de distribución, comunicación y comercialización

Dado que House Clean S.A.S. es una empresa de prestación de un servicio, el canal de distribución que mejor se ajusta al negocio es el canal directo, esto quiere decir una relación

directa con el cliente, esto permite tener un mejor control de la atención al cliente, un mejor control de los servicios, lograr una diferenciación y mantener un contacto directo y personalizado con el cliente. 52

Sin embargo, dada la evolución y la importancia que han adquirido las tecnologías de la información y la comunicación (TIC'S), como han transformado la gestión de las organizaciones y la manera de hacer negocios, se han convertido en una herramienta crucial que nos permitirá ser más competitivos en el mercado, mostrar nuestros servicios a los clientes y gestionar la información y el conocimiento de forma más eficiente.

El correo electrónico, la página web y las redes sociales como Facebook, Instagram, entre otras, nos permitirán enviar todo tipo de información a nuestros clientes, entablar comunicación directa con ellos, mostrar nuestros servicios, nuestra filosofía y darnos a conocer en el mercado.

Como estrategias de comercialización House Clean S.A.S. estará presente en todas las feria y eventos relacionados con el hogar y el emprendimiento con el fin de dar a conocer nuestros servicios, pautará en programas de audiencia femenina y de temas relacionados con el hogar y la familia como Las tres gracias y La sartén por el mango, ambos programas del canal Teleantioquia y publicaciones en el diario ADN Laureles y Poblado.

En la ciudad de Medellín, según registro de cámara de comercio, existen cuatro (4) empresas legalmente constituidas que se dedican a la actividad de aseo domiciliario de hogares (estadísticas Cámara de Comercio de Medellín, 2015), ubicadas en los barrios Poblado, Belén y Centro de la ciudad. Dentro de este grupo 3 de ellos se destacan por contar con una trayectoria y reconociendo en el mercado por ofrecer servicios de alta calidad a precios razonables, liberación de la carga laboral y garantía en seguridad y tranquilidad con el personal doméstico.

A continuación se realiza un cuadro comparativo con las empresas que se encuentran en el mercado y algunas características especiales.

**Tabla 14 Competidores**

EMPRESA	SERVICIOS	PRECIOS
<b>Hogaru</b>	Prestación de servicios de limpieza para el hogar y la oficina. Sedes en Bogotá, Cali y Medellín. Estrategia de precios muy fuerte y competitiva, posee alrededor de 115 trabajadoras domésticas, 20 de ellas en la ciudad de Medellín. Seguridad social incluida.	Van desde \$ 75.900 a \$49.900
<b>Servidomesticas S.A.S.</b>	Empresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza y cafetería por días para el sector residencial y comercial. Posee alrededor de 21 trabajadoras domésticas. Seguridad social incluida.	El servicio por 8 horas \$ 66.000 y por 4 horas de \$ 45.000
<b>Limpiamos CYA S.A.S</b>	Empresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza para el hogar por días. Seguridad social incluida.	El servicio por 8 horas \$ 71.000 y por 4 horas \$ 65.000
<b>Empleadas Domesticas</b>	Empresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza para el hogar por días. Seguridad social incluida.	Servicios por 8 horas \$ 60.000
<b>Trabajadoras independientes</b>	Servicios de limpieza por días, horas, internas, seguridad social a voluntad del empleador.	Desde \$ 40.000 a \$50.000 día.

Fuente: Elaboración propia.

## 6.7.2 Productos Sustitutos

En los hogares podrían utilizarse ciertos servicios que sustituirían los ofrecidos por HOUSE CLEAN S.A.S como son los electrodomésticos para limpieza (lavadoras, secadoras, lava vajillas, planchas para ropa de cama y de vestir a vapor, aspiradoras), y cualquier otro

aparato eléctrico que ayude a las labores del hogar. Igualmente existen ciertas empresas de selección de personal como son las empresas temporales. 55

### **6.7.3 Ventaja Competitiva**

**Servicios profesionales y de calidad:** el personal estará calificado para realizar la limpieza del hogar y demás actividades complementarias, todo esto apoyado con programas de capacitación y profesionalización constante de nuestro factor humano.

**Mejoramiento continuo:** se realizaran periódicamente controles de calidad que ayuden a mejorar el desempeño de nuestros empleados, así mismo se realizara retroalimentación con los usuarios para medir el grado de satisfacción con los servicios recibidos.

**Atención personalizada:** la empresa estará en constante comunicación con sus clientes con el fin de saber sus expectativas frente a los servicios, inquietudes e inconformidades todo esto con la finalidad de prestar un servicio de buena calidad y procurando hacer las mejoras necesarias.

**Garantizamos la seguridad de su hogar y la de su familia:** para nosotros es importante que usted y su familia se sientas seguros, es por esto que hacemos un estricto proceso de selección para conocer a la persona, su personalidad, sus capacidades, sus referencias laborales y familiares, pasado judicial o policial. Además realizamos visitas domiciliarias todo esto con el acompañamiento de una psicóloga experta en selección de personal.

**Calidad y eficiencia en el servicio:** estamos comprometidos con el correcto cumplimiento de los servicios que ofrecemos, a tener siempre una respuesta rápida y eficaz a sus necesidades e inquietudes, queremos ofrecerles experiencias satisfactorias.

### 6.8.1 Concepto de imagen

El logotipo de House Clean tiene un mensaje muy claro: “La limpieza de tú hogar en nuestras manos”. La casa simboliza el hogar de todos nuestros clientes, un factor de mucha importancia para nuestra organización y las manos sosteniendo la casa simbolizan la protección y el cuidado, dos cualidades únicas de nuestros servicios.

Por otro lado, según Color Marketing Group, una firma especializada en el uso de los colores, éstos equivalen a cerca del 85% de la razón por la que una persona elige un producto sobre otro<sup>15</sup>. Por este motivo los colores que se escogieron para el logo fueron el azul, sinónimo de confianza y seguridad, transmite calma y serenidad. Y el verde es un color que remite a la naturaleza, denota buenas intenciones y evocan abundancia.

### 6.8.2 Logo



**Figura 11 Logotipo**

Fuente: Elaboración propia

---

<sup>15</sup> <https://www.entrepreneur.com/article/269009>

### 6.8.3 Piezas publicitarias



**Figura 12 Tarjetas de presentación**

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 13 Pizarras para nevera, Souvenirs empresarial**

Fuente: Elaboración propia.



Los factores que influyeron en la localización de la empresa fueron la infraestructura y 59 costos de arriendo: posee infraestructura locativa de buen tamaño, disponible y a unos costos de mantenimiento moderados; la ubicación de los usuarios: ubicación con fácil acceso y cercano a barrios con alta demanda de servicios; las vías de acceso: la infraestructura vial es excelente, posee varias vías alternas y de transporte público lo cual favorece el traslado del personal; los servicios públicos: posee toda la infraestructura de servicios públicos domiciliarios y de aseo y las zonas residenciales e industriales: hay alta tendencia de actividad industrial y se ejecutan actualmente varios programas de construcción de vivienda en el sector. Hay un impacto positivo y expectativas altas ya que es un lugar céntrico de la ciudad y mucha población de interés.

## **7.2 El proceso: Actividades Claves**

Como se explicó en el diagrama de flujo de proceso, las actividades primarias de la organización están compuestas por La solicitud del servicio por parte del cliente, que lo realiza por alguno de los medios dispuestos por la organización como son la página web, la línea de atención telefónica, redes sociales, etc. El proceso continuo con la asignación del servicio el día y la hora señalada por el cliente, de manera inmediata se le suministrara información de la trabajadora que realizara la actividad de limpieza. Seguidamente se prestara el servicio en las condiciones solicitadas y con los estándares de calidad de la organización.

Una vez culminado el servicio, la asesora en ventas se comunicara con el cliente con el fin de evaluar el servicio mediante una encuesta de satisfacción y por último se realizara monitoreo constante de todos nuestros clientes por los diferentes medios diseñados por la organización con el fin de realizar ofertas e identificar necesidades.

necesarios para el normal funcionamiento de la organización, esto incluye dotación, implementos de oficina, etc.; El Mantenimiento de la página web, redes sociales y actualización de información; La gestión de publicidad, promoción, precios y canales; Y por último la selección de personal bajo controles de seguridad, programas de inducción y capacitación del personal seleccionado.

### 7.2.1 Cadena de valor



Figura 15 Cadena de valor

Fuente: Cadena de valor de Porter (1987).

### 7.2.2 Capacidad física, operativa y técnica

House Clean S.A.S. inicia sus actividades con 20 profesionales de la limpieza, cada una de ellas con una disponibilidad de 8 horas/día, 6 días a la semana. Con esta información se calcula la capacidad operativa de la organización para el primer año, se estima que conforme

aumente la demanda en los siguientes años se contratara más empleados para satisfacer el cumplimiento de los servicios.

**Tabla 15 Capacidad Operativa Mensual y Anual**

<b>Horas/día por trabajadora domestica</b>	<b>Número de trabajadoras</b>	<b>Días laborados en semana</b>	<b>Capacidad operativa mensual en horas</b>	<b>Capacidad operativa anual</b>
8	20	6	4.800	57.600

Fuente: Elaboración propia.

## **8 ADMINISTRACIÓN Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### **8.1 Planeación estratégica**

#### **8.1.1 Misión**

Brindar soluciones integrales de limpieza para el hogar y contribuir al bienestar social y humano de nuestros clientes y colaboradores, mediante el suministro de servicios de alta calidad con un personal humano y tecnológico altamente calificado y comprometido.

#### **8.1.2 Visión**

House Clean S.A.S, será la organización líder en el mercado de servicios de limpieza profesionales para el hogar de la ciudad de Medellín en el año 2020, caracterizada por ser oportuna, innovadora, flexible y brindar servicios de alta calidad, contribuyendo al desarrollo y crecimiento de nuestros clientes y colaboradores.

#### **8.1.3 Objetivos**

- Ser la organización líder en el mercado por brindar soluciones integrales y de limpieza para el hogar bajo los conceptos de calidad y competitividad.
- Desarrollar servicios innovadores que se adapten a las necesidades y exigencias cambiantes de nuestros clientes.
- Posicionar el trabajo doméstico como una profesión digna, calificada y valorada.
- Contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y comunidades relacionadas con nuestra actividad.

- Aumentar la rentabilidad de la organización en un 50% y hacer partícipe a los empleados de ella. 63
- Permanecer en el tiempo y alcanzar la estabilidad laboral a todos nuestros empleados.
- Contribuir a la formación profesional de todo nuestro personal.

#### **8.1.4 Políticas**

##### **Políticas internas**

- El servicio es el pilar de la organización, es por esto que se debe estar siempre disponible, ser flexible y adaptarse a las necesidades de los clientes.
- Ofrecer productos y servicios innovadores, con calidad y a precios competitivos.
- Dar pronta respuesta a los requerimientos e inquietudes de los clientes.
- Entregar el servicio en la fecha y hora acordada.
- Acompañamiento constante al cliente en toda la etapa comercial y posterior.
- Brindar siempre la información correcta y precisa a los clientes sobre los servicios de la organización.
- Proteger los derechos de nuestros empleados.
- Fomentar el desarrollo humano.
- Generar un ambiente saludable para nuestro personal.
- Todo el personal debe realizar su trabajo con responsabilidad y cuidado, procurando velar por la buena imagen de la organización.
- Recursos humanos diseñara un plan de capacitaciones atendiendo a las necesidades para el cumplimiento de nuestra labor.
- Se realizaran evaluaciones de desempeño con el fin de mejorar la calidad de los servicios.

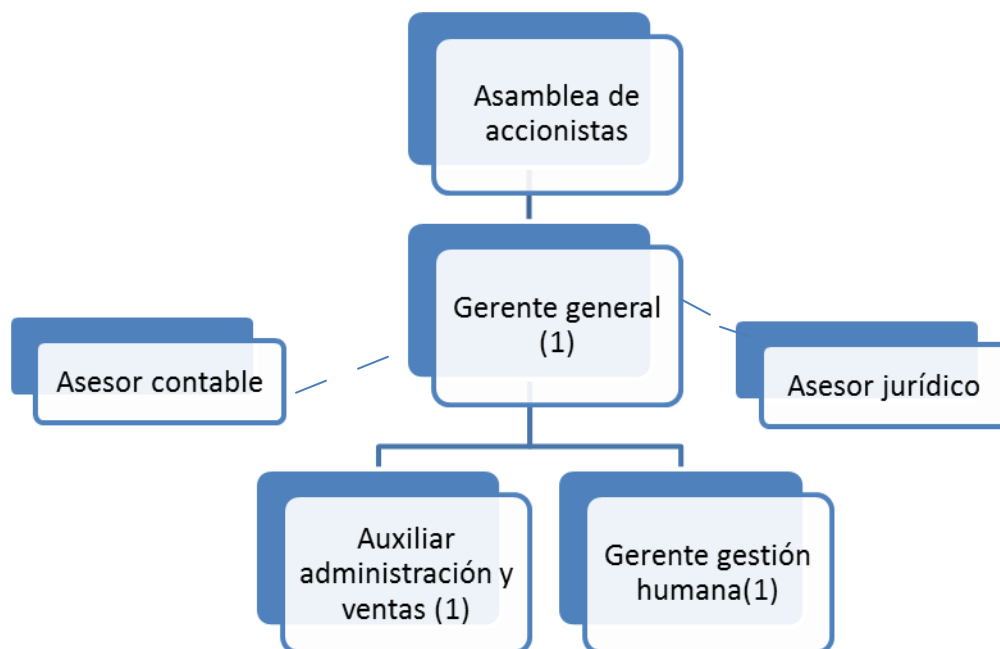
- No divulgar información interna de la organización.
- La solicitud de permisos deberá hacerse como mínimo con dos días de antelación.
- Portar siempre el uniforme en las mejores condiciones de higiene y buena presentación.

### **Políticas del servicio**

- El pago del servicio debe hacerse antes de la prestación del servicio, puede realizarse en efectivo, consignación, transferencia o cualquier otro medio electrónico dispuesto por la organización.
- Suministrar al personal de limpieza los implementos necesarios para la correcta ejecución del servicio.
- No solicitar al personal de limpieza actividades de altura que ponga en riesgo su seguridad como la limpieza de vidrios, ventanales y demás actividades que estén a más de dos metros de altura.
- Toda inconformidad o sugerencia debe ser comunicada única y exclusivamente por medio de la asesora de servicio al cliente.
- No entregar llaves del inmueble al personal de limpieza.
- La cancelación del servicio deberá hacerse mínimo con 24 horas de anticipación.
- Si el servicio sobrepasa las horas pactadas inicialmente se cobrará hora adicional.
- House Clean S.A.S. no se hace responsable por daños ocasionados al cliente sin antes realizar una investigación acompañada de la aseguradora.
- No solicitar al personal de limpieza actividades diferentes a la limpieza del hogar, como realizar pagos, pasear o cuidar mascotas. El personal no debe alejarse por ningún motivo del lugar de trabajo.

## 8.2 Estructura Organizacional

### 8.2.1 Organigrama



**Figura 16 Organigrama House Clean S.A.S.**

Fuente: Elaboración propia.

Asamblea de accionistas: máximo órgano de la sociedad y está compuesta por sus accionistas, en este caso Angélica María Alzate Medina y María Patricia Medina Hernández. Dentro de sus funciones se encuentra el analizar la situación de la sociedad, elegir el representante legal y los demás funcionarios de la organización, tomar todas las decisiones necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social.

Gerente general: es el representante legal de la organización, su misión es liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica. Dentro de sus funciones se encuentra:

- Establecer los objetivos de largo, mediano y corto plazo de la organización y gestionar los recursos necesarios para conseguirlos.
- Diseñar y determinar las funciones y tareas, coordinar las relaciones que configuran la estructura organizacional y la toma de decisiones.
- Orientar los esfuerzos de todos los empleados hacia el logro de los objetivos organizacionales.
- Asegurar la obtención de resultados comparando los resultados reales con los esperados y tomar las medidas necesarias para su cumplimiento.

Gerente de gestión humana: tiene como función principal la organización y planificación del personal, apoyo al proceso de selección y reclutamiento del personal, programación de inducciones y capacitaciones, desarrollar los planes de carrera y formación profesional de los empleados, realizar la evaluación de desempeño y control del personal, detectar el clima y la satisfacción laboral y todo lo relacionado con la administración del personal.

Auxiliar administrativo y ventas: su función principal es el de realizar las ventas y cierres de negocios con los clientes, apoyo administrativo y contable, ejecutar las estrategias del plan de mercadeo.

Como niveles de apoyo se encuentran el asesor jurídico y el asesor contable para ser consultados en momentos que la organización los requiera.

### 8.2.2 Cargos y funciones

Asamblea de accionistas: máximo órgano de la sociedad y está compuesta por sus accionistas, en este caso Angélica María Alzate Medina y María Patricia Medina Hernández. Dentro de sus funciones se encuentra el analizar la situación de la sociedad, elegir el representante legal y los demás funcionarios de la organización, tomar todas las decisiones necesarias para asegurar el cumplimiento del objeto social.

Gerente general: es el representante legal de la organización, su misión es liderar y coordinar las funciones de la planificación estratégica. Profesional en administración de empresas, mínimo 2 años de experiencia en cargos gerenciales o administrativos, Dentro de sus funciones se encuentra:

- Establecer los objetivos de largo, mediano y corto plazo de la organización y gestionar los recursos necesarios para conseguirlos.
- Diseñar y determinar las funciones y tareas, coordinar las relaciones que configuran la estructura organizacional y la toma de decisiones.
- Orientar los esfuerzos de todos los empleados hacia el logro de los objetivos organizacionales.
- Asegurar la obtención de resultados comparando los resultados reales con los esperados y tomar las medidas necesarias para su cumplimiento.

Gerente de gestión humana: tiene como función principal la organización y planificación del personal, apoyo al proceso de selección y reclutamiento del personal, programación de

inducciones y capacitaciones, desarrollar los planes de carrera y formación profesional de los empleados, realizar las evaluación de desempeño y control del personal, detectar el clima y la satisfacción laboral y todo lo relacionado con la administración del personal. Profesional en administración de empresas con énfasis en gestión humana, Mínimo 1 año de experiencias en cargos similares. 68

Auxiliar administrativo y ventas: su función principal es el de realizar las ventas y cierres de negocios con los clientes, apoyo administrativo y contable, ejecutar las estrategias del plan de mercadeo. Técnico en mercadeo, Tecnólogo administración de empresas, carreras afines, Mínimo 1 año en servicio al cliente y áreas administrativas.

Como niveles de apoyo se encuentran el asesor jurídico y el asesor contable para ser consultados en momentos que la organización los requiera.

## **8.3 Talento Humano**

### **8.3.1 Procesos de reclutamiento y selección**

Para el proceso de reclutamiento y selección se realizara una alianza con la empresa Xion servicios domésticos, ubicado en la ciudad de Medellín, especialista en selección de personal doméstico en diferente modalidad (Interna, Externa, Niñeras. Etc.), aunque representa una competencia directa de la empresa, también se convierte en un aliado estratégico para House Clean S.A.S. dado que la contratación de otra persona para el área de gestión humana incrementaría los costos y por ende afectaría la fijación de precios de los servicios.

Los servicios que Xion ofrece son:

- Pruebas sicotécnicas y perfil psicológico de las aspirantes.
- Realización de exámenes médicos.
- Confirmación de referencias laborales, personales y antecedentes legales.

El modo de operar sería con House Clean S.A.S. sería el siguiente: la organización envía las posibles hojas de vida que selecciono o que ofertaron en la convocatoria pública de empleo, ellos se encargaran de realizar todas las pruebas mencionadas y le envían un informe a la gerente de gestión humana de la organización. Con esos datos, nuestro departamento se encarga de realizar las visitas domiciliarias y continuaría con el proceso de selección y contratación.

### **8.3.2 Inducción**

El proceso de inducción costa de tres etapas:

**Primera Etapa:** una inducción general sobre aspectos de servicio y las políticas generales de la organización, organigrama, visión, misión y todo lo relacionado a las relaciones laborales.

**Segunda Etapa:** una inducción específica sobre los aspectos de la realización de las actividades a desempeñar que incluye: los factores de riesgo, estándares de seguridad y calidad, elementos de protección, sistema de dotación, primeros auxilios, especificaciones de los servicios y productividad.

**Tercera Etapa:** evaluación y retroalimentación de todo el proceso anterior.

### **8.3.3 Remuneración**

El sistema de salarios está contemplado a la luz de los derechos laborales existente en Colombia. Para las empleadas de limpieza para el hogar inicialmente se estableció el pago de un Salario Mínimo Legal Mensual Vigente, con todas sus prestaciones laborales incluida la prima

de servicio; se liquidaran cada año y tendrán un periodo de vacaciones de 15 días hábiles antes<sup>70</sup> de firmar nuevamente contrato. De igual forma se pagarán horas extras en el caso que sea necesario. Para el cargo de gerente general el salario es de Dos millones de pesos (\$2'000.000) con todas sus prestaciones laborales, para la gerente de gestión humana un millón cuatrocientos mil pesos (\$1'400.000) con sus prestaciones laborales.

#### 8.4 Costos y gastos administrativos

**Tabla 16 Gastos Administrativos**

<b>GASTOS FIJOS</b>			
<b>COSTO / GASTO</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Arrendamiento	GASTOS ADMON	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Servicios Públicos	GASTOS ADMON	\$ 310.000	\$ 3.720.000
Convenio con Xion Selección de personal	GASTOS ADMON	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Pólizas Contractuales	GASTOS ADMON	\$ 170.000	\$ 2.040.000
Publicidad	GASTOS ADMON	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Asesoría legal y contable	GASTOS ADMON	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Nomina Administrativa	GASTOS ADMON	\$ 5.168.000	\$ 62.016.000
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.998.000</b>	<b>\$ 95.976.000</b>

Fuente: Elaboración Propia.

**Tabla 17 Gastos de Nomina**

<b>GASTOS DE NOMINA ADMINISTRATIVA</b>					
<b>CARGO</b>	<b>SALARIO MENSUAL</b>	<b>AUXILIO DE TRANSPORTE</b>	<b>FACTOR PRESTACIONAL (52%)</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL AÑO</b>
Gerente Administrador	\$2.000.000	\$ -	\$1.040.000	\$3.040.000	\$36.480.000
Gerente de Gestión Humana	\$1.400.000	\$ -	\$728.000	\$2.128.000	\$25.536.000
			<b>TOTAL NOMINA</b>	<b>\$5.168.000</b>	<b>\$62.016.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 18 Costos Hora Servicio de Limpieza**

<b>Rentabilidad Bruta Esperada x Servicio</b>			
		<b>30%</b>	
<b>SERVICIO</b>	<b>Cvu</b>	<b>Pvu</b>	<b>Pvu Aprox.</b>
ASEO A TU HOGAR	\$ 6.188	\$ 8.841	\$ 8.850

Fuente: Elaboración Propia

## **8.5 Asuntos legales del negocio**

### **8.5.1 Constitución societaria**

De acuerdo a la revisión de los tipos de sociedades que existen en Colombia, se estableció que el mejor modelo para House Clean S.A.S. Es la sociedad por acciones simplificadas S.A.S., tal figura representa unas ventajas con respecto a las demás, entre ellas la no obligación de una junta directiva, una gran disminución en tramitología, además facilita la multiplicidad de productos y servicios para ofrecer.

<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
Simplificación de trámite Inscripción de la sociedad por documento privado	Las acciones y demás valores que emita la SAS, no podrán inscribirse en el registro nacional de valores y emisores ni negociarse en la bolsa.
Carácter siempre comercial	Pueden prestarse para que personas inescrupulosas adulteren la figura inicial, para cometer actividades ilícitas.
Eliminación del requisito que exige un mínimo de dos personas para conformar una sociedad	Unanimidad obligatoria para pasarse a este tipo societario
Limitación de la responsabilidad	Dificultad de acceder a los canales de crédito
Autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten al negocio	
Estructura flexible de capital	

Fuente: Elaboración Propia.

### **8.5.2 Demás habilitantes legales**

- Realizar trámite de consulta del nombre comercial ante el Registro Único Empresaria (RUE).
- Redacción del documento de constitución o minuta en el cual consten los aspectos principales de la sociedad, los accionistas, su aporte de capital y sus responsabilidades.
- Diligenciar en la Cámara de Comercio de Medellín los formularios de registro para la solicitud del NIT y del Registro Único Tributario (RUT) de la persona jurídica.
- Solicitud ante la DIAN de la resolución de facturación para la empresa.
- Pólizas de responsabilidad civil
- Póliza de infidelidad riesgo financiero

### **Régimen y responsabilidad tributaria**

La empresa se ubica en el régimen común y tiene por obligación:

- Pago de impuestos de renta
- Retención en la fuente a título de renta
- Pago de IVA según la naturaleza tributaria de cada servicio.
- Facturación con número consecutivo de la DIAN

### **Beneficios Tributarios**

“La Ley 1429 de diciembre 29 del 2010 trajo beneficios tributarios a aquellas personas naturales o jurídicas que decidan crear pequeñas nuevas empresas; el artículo 4 de la ley citada, señala que las pequeñas empresas que se hayan creado acogidos a esta, y que hayan cumplido los requisitos establecidos para acceder a los beneficios, pueden aplicar la progresividad en la tarifa para liquidar el impuesto de renta durante los primeros 5 años de funcionamiento de la empresa (o 10 si tienen su domicilio principal en los departamentos de Amazonas, Guainía y Vaupés), de la siguiente manera:

En los 2 primeros años gravables, contados a partir del inicio de la actividad económica principal, podrá aplicar el 0% de la tarifa marginal.

En el tercer año, el 25% de la tarifa marginal.

En el cuarto año, el 50% de la tarifa marginal.

En el quinto año, el 75% de la tarifa marginal.

A partir del sexto año deberá aplicar el 100% de la tarifa marginal”<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Ver ley 1429 del 2010

**Requisitos generales que deben cumplirse para acceder a la progresividad en el pago del<sup>74</sup> impuesto sobre la renta y complementarios.**

“Sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones de inscripción y sus actualizaciones en el Registro Único Tributario (RUT), para efectos de control las Nuevas Pequeñas Empresas o Pequeñas Empresas Preexistentes que pretendan acogerse al beneficio a que se refiere el artículo 4 de la Ley 1429 de 2010; deberán cumplir los siguientes requisitos:

1. Cuando se trate de Nuevas Pequeñas Empresas: Presentar personalmente antes del 31 de diciembre del correspondiente año de inicio del beneficio de progresividad, ante la División de Gestión de Fiscalización, o la dependencia que haga sus veces, de la Dirección Seccional o Local de Impuestos Nacionales o de Impuestos y Aduanas Nacionales a la que corresponda de acuerdo con el domicilio fiscal, los siguientes documentos:

a) **Certificado de existencia y representación legal** expedido por la correspondiente Cámara de Comercio en el que conste la fecha de inscripción en el Registro Mercantil y la condición de Nueva Pequeña Empresa.

b) **Certificación escrita del contribuyente o representante legal de la empresa**, cuando se trate de persona jurídica, que se entenderá expedida bajo la gravedad del juramento, en la que manifieste:

2. **La intención de acogerse al beneficio otorgado por el artículo 4 de la Ley 1429 de 2010**, detallando la actividad económica principal a la que se dedica y la dirección en la cual se encuentre ubicada la planta física o el lugar del desarrollo de la actividad económica y el domicilio principal.

3. El monto de los activos totales.

4. El número de trabajadores con relación laboral al momento del inicio de la actividad <sup>75</sup> económica y tipo de vinculación”<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Ver Decreto 4910 de 2011

Para el análisis financiero del proyecto se establecieron los ingresos costos y gastos del modelo de negocio, así como la inversión inicial y el comportamiento de las ventas el primer año.

Las proyecciones se realizarán a partir del año 2017, año en el que se pretende abrir la organización y detallarán la inversión inicial, los gastos fijos y variables, los ingresos, el punto de equilibrio, flujo de caja y ventas proyectado al 2020.

### 9.1 Plan de inversión

En la inversión inicial se muestran listados de los diferentes activos fijos que se van a adquirir, además de los costos y gastos correspondientes a la constitución de la Organización. Entre la compra de activos fijos y los gastos de Constitución de la empresa se va a requerir un efectivo de \$10.865.000 pesos m/l.

**Tabla 20 Compra de Activos Fijos**

COMPRA DE ACTIVOS FIJOS				
ACTIVO	CLASIFICACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT	VALOR TOTAL
Mesa Redonda + 4 sillas	MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Puestos Modulares	MUEBLES Y ENSERES	2	\$ 375.000	\$ 750.000
Sillas Ergonómicas Ejecutivas	MUEBLES Y ENSERES	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Papeleras Basura	MUEBLES Y ENSERES	3	\$ 15.000	\$ 45.000
Computadores de Escritorio	EQUIPO DE COMPUTO	2	\$ 900.000	\$ 1.800.000
Teléfonos	EQUIPO DE COMPUTO	2	\$ 100.000	\$ 200.000
Página Web	SOFTWARE	1	\$ 1.670.000	\$ 1.670.000
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.865.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 21 Costos y Gastos de Constitución**

<b>COSTOS Y GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>		
<b>COSTO / GASTO</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Constitución y Legalización	GASTOS ADMON	\$ 1.400.000
Honorarios Contador	GASTOS ADMON	\$ 600.000
Registro de Marca	GASTOS ADMON	\$ 1.200.000
Pólizas Responsabilidad	GASTOS ADMON	\$ 2.000.000
Adecuación Oficina	GASTOS ADMON	\$ 800.000
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **9.1.1 Capital de trabajo**

Para la financiación se acudirá a dos (2) acreedores, uno bancario, específicamente del “banco de Bogotá” con un monto de \$15.000.000, un plazo a 10 años, y una tasa del 0,98% mensual vencido; El otro acreedor es alterno al sector bancario y proveerá un monto de \$5.000.000, a un plazo de 5 años, con una tasa del 1,50% mensual vencido. A parte de esto se dispondrá de recursos propios por un monto de \$15.000.000.

**Tabla 22 Fuentes de Financiación**

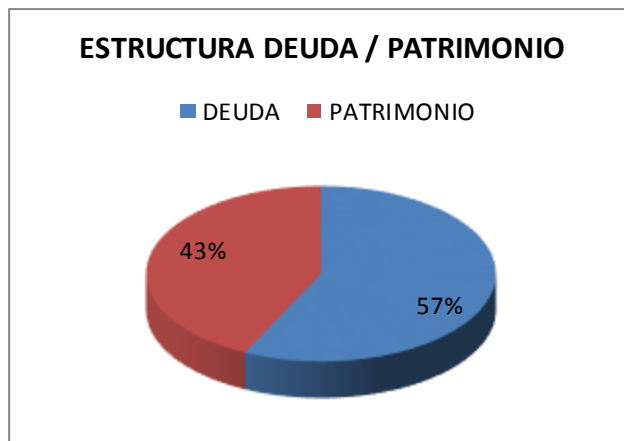
<b>FUENTES DE FINANCIACIÓN</b>						
<b>FUENTES</b>	<b>CLASIFICACIÓN</b>	<b>MONTO</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>	<b>PLAZO (AÑOS)</b>	<b>TASA E.A</b>	<b>TASA MV</b>
Préstamo Banco de Bogotá	DEUDA	\$15.000.000	43%	10	12,42%	0,98%
Préstamo (TERCEROS)	DEUDA	\$5.000.000	14%	5	19,56%	1,50%
Recursos Propios	PATRIMONIO	\$15.000.000	43%			
<b>TOTAL</b>		<b>\$35.000.000</b>	<b>100%</b>			

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 23 Estructura Patrimonial**

<b>ESTRUCTURA DEUDA/PATRIMONIO</b>		
<b>ITEM</b>	<b>MONTO</b>	<b>% PARTICIPACIÓN</b>
DEUDA	\$20.000.000	57%
PATRIMONIO	\$15.000.000	43%
<b>TOTAL</b>	<b>\$35.000.000</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.



**Figura 17 Estructura Deuda/Patrimonio**

Fuente: Elaboración propia.

### 9.1.2 Amortización del crédito

A continuación en las siguientes tablas se establecieron las amortizaciones, y programaciones de pago de cada acreedor, de acuerdo con el monto, los plazos, la tasa y la modalidad de cuota constante pactada para beneficiar el flujo de caja de empresa. Ver anexo 1 y 2.

**Tabla 24 Amortización Crédito Entidad Bancaria**

ENTIDAD	BANCO DE BOGOTÁ
<b>MONTO</b>	\$15.000.000
<b>PLAZO (MESES)</b>	120
<b>TASA MV</b>	0,98%
<b>CUOTA MENSUAL</b>	\$213.130

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 25 Amortización Crédito Otros Acreedores**

ENTIDAD	OTROS ACREEDORES
<b>MONTO</b>	\$5.000.000
<b>PLAZO (MESES)</b>	60
<b>TASA MV</b>	1,50%
<b>CUOTA MENSUAL</b>	\$126.967

Fuente: Elaboración propia

## 9.2 Costos y gastos

### 9.2.1 Gastos fijos

**Tabla 26 Gastos Fijos**

GASTOS FIJOS
--------------

COSTO / GASTO	CLASIFICACIÓN	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Arrendamiento	GASTOS ADMON	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Servicios Públicos	GASTOS ADMON	\$ 310.000	\$ 3.720.000
Convenio con Xion Selección de personal	GASTOS ADMON	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Pólizas Contractuales	GASTOS ADMON	\$ 170.000	\$ 2.040.000
Publicidad	GASTOS ADMON	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Asesoría legal y contable	GASTOS ADMON	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Nomina Administrativa	GASTOS ADMON	\$ 5.168.000	\$ 62.016.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 7.998.000</b>	<b>\$ 95.976.000</b>

Fuente: Elaboracion propia.

## 9.2.2 Costos variables

COSTO VARIABLE UNITARIO A PARTIR DE LA HORA/COSTO EMPLEADAS														
CONSTITUTIVO DE SALARIO					FP (52%)	AUX. TRANSPORTE	NO CONSTITUTIVO DE SALARIO		TOTAL	HORA COSTO	DÍA COSTO	HORAS TIEMPO OCIOSO	TOTAL TIEMPO OCIOSO	TOTAL MANO DE OBRA
CARGO	TIPO COSTO	SUELDOS	HORA BASICA	TOTAL CONST. DE SALARIO			DOTACION	TOTAL NO CONSTITUTIVO DE SALARIO						
TRABAJADORA DOMESTICA	MOD	\$ 689.455	\$ 2.873	\$ 689.455	\$ 358.517	\$ 77.700,00	\$ 62.500	\$ 62.500	\$ 1.188.172	\$ 6.188,39	\$ 49.507	0	\$ -	\$ 1.188.171,60
														\$ 1.188.171,60

Figura 18 Costos variables mano de obra

Fuente: Elaboración propia.

Para una labor de costeo eficiente, y calcular el punto de equilibrio, fue necesario calcular la “Hora Costo”, y por ende “El Día Costo”, como elemento de la Mano de Obra Directa, que por carácter del servicio que se presta se convierte en el único elemento del costo variable unitario, que tuvo en cuenta también el factor prestacional de cada sueldo en cuestión como se detalla en la tabla.

### 9.3 Balance Inicial

81

En este balance se hace registro de la adquisición de los diferentes activos fijos, de las respectivas deudas pactadas que se ubican en el pasivo, el capital suscrito con recursos propios, y el excedente que queda en caja para comenzar las operaciones.

**Tabla 27 Balance Inicial**

<b>HOUSE CLEAN S.A.S</b>			
<b>BALANCE INICIAL A 01 DE ENERO DE 2017</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>DISPONIBLE</b>	<b>\$30.135.000</b>	<b>OBLIGACIONES FINANCIERAS</b>	<b>\$20.000.000</b>
CAJA	\$135.000	BANCOS NACIONALES	\$15.000.000
BANCOS	\$30.000.000	OTROS	\$5.000.000
CARTERA	\$ -		
INVENTARIOS	\$ -	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$20.000.000</b>
		<b>PATRIMONIO</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$4.865.000</b>	<b>CAPITAL SOCIAL</b>	<b>\$15.000.000</b>
MUEBLES Y ENSERES	\$1.195.000	<b>CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO</b>	
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	\$2.000.000	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$15.000.000</b>
LICENCIAS, SOFTWARE	\$1.670.000		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$35.000.000</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$35.000.000</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 9.4 Proyecciones

Para las proyecciones de la empresa se estableció que la meta para el primer año era alcanzar el punto de equilibrio, por lo que a partir de esto, y los datos macroeconómicos se construyeron los estados financieros proyectados, incluyendo el flujo de caja que para el tema de análisis nos permitirá observar elementos como el VPN y el retorno de la inversión. A continuación se muestran las tablas de proyecciones, considerando el servicio a la Deuda, el tema

de impuestos (Renta + Cree), los aumentos en precios y costos por inflación, el crecimiento en 82 números de servicios por políticas de crecimiento internas, y el gasto de depreciación proyectado. Ver anexo 3

#### **9.4.1 Análisis financieros**

En el siguiente análisis financiero se calcularon indicadores de Actividad, rentabilidad, Endeudamiento, y liquidez. La visión general de estos indicadores nos permite observar que el primer año se tiene un EBITDA negativo, debido a que si se alcanza el punto de equilibrio, este no cubriría los gastos de constitución que solo se plasman en el primer periodo; A partir del año 2018 vemos un EBITDA positivo, pero con márgenes Netos muy bajos que se van recuperando a medida que se acercan al último periodo del horizonte de evaluación, lo cual nos da indicios que esta empresa podría ser una muy buena opción en el mediano y largo plazo . A medida que hay servicio a la deuda y capitalización a través de utilidades comienza a cambiar la estructura Deuda/Patrimonio, pasando al 2019 con un porcentaje de deuda por debajo del 50% con respecto al patrimonio.

Desde la perspectiva financiera es de gran importancia observar si la empresa está generando valor, y observamos que a partir del 2018 tenemos un Rentabilidad Operativa del Activo supremamente alta y muy por encima del WACC (Costo Promedio Ponderado de Capital) lo cual me genera un EVA; Esto se debe a la naturaleza del negocio, que no requiere gran infraestructura para prestar los diferentes servicios requeridos.

Ya en la parte de Evaluación del proyecto Tenemos un VPN positivo, calculado con base en el WACC promedio Calculado, lo cual demuestra la viabilidad del proyecto, aunque la TIR diría lo contrario ya que el cálculo arrojó un valor de 7,59% debajo del WACC que es del 11,81%, pero como se dijo antes, demostraría no la inviabilidad, sino más bien que el negocio es para un mediano lo largo plazo; Además el retorno de la inversión (ROI) fue de 50,31% también muy superior al WACC lo cual me haría viable el proyecto. Ver anexo 4

#### **9.4.2 Punto de equilibrio**

Para calcular el punto de equilibrio, se muestran en las siguientes tablas los gastos Fijos mensuales, de los cuales se hizo el cálculo anual, que corresponden en el primer año (2017) a \$99.576.000, en los cuales se tiene en cuenta las nóminas netamente administrativas, ya que las nóminas de las empleadas en servicio van ligadas al costo variable unitario como se demostró en la tabla de costos variables. Antes de entrar a calcular el punto de equilibrio fue necesario establecer los precios de venta de cada servicio, a partir de una rentabilidad bruta esperada del 30%. Luego de tener listos los Precios de venta unitarios y los costos variables unitarios del anterior numeral, se establecieron unas políticas de participación para cada servicio, y a partir de esto se pudo calcular el número de días necesarios por servicio para estar en punto de equilibrio, lo cual permite a su vez calcular el punto de equilibrio en ingresos para cada uno de los servicios según su margen de participación como se detalla en la tabla.

**Tabla 28 Punto de Equilibrio**

<u>SERVICIO</u>	<u>Pvu</u>	<u>Cvu</u>	<u>Participación</u>	<u>CF anual</u>	<u>Pe (Horas) / año</u>	<u>Pe (Ingresos) / año</u>
ASEO A TU HOGAR	\$ 8.850	\$ 6.188	100%	\$ 95.976.000	36.059	\$ 319.125.941
<b>TOTAL \$ INGRESOS</b>						\$ 319.125.941
<b>P.E</b>						

Fuente: Elaboración propia.

## 10. CONCLUSIONES

Mediante el diseño del plan de negocios para la creación de una empresa de servicios profesionales para el hogar en la ciudad de Medellín, se ha determinado que este tipo de proyectos genera un fuerte impacto social, ya que contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, asumiendo retos innovadores y creando organizaciones sostenibles.

El éxito de la organización House Clean S.A.S. dependerá en gran medida de una adecuada planeación, ya que la utilización de esta herramienta disminuye el riesgo en el que se incurre al crear empresa, ya que según estudios recientes una de las principales causas de quiebra de las MiPymes ( Micro, pequeña y mediana empresa) es la falta de planificación. La planeación proporciona una guía en todos los niveles de la organización con el fin de tomar las mejores decisiones afines con las metas y las estrategias de la dirección, la visión de la organización y los retos constantes a los que se enfrenta diariamente la empresa.

El análisis realizado de la industria bajo el modelo de las cinco (5) fuerzas de Porter (Rivalidad entre competidores, amenaza de ingresos de productos sustitutos, poder de negociación de los consumidores, poder de negociación de los proveedores y amenaza de entrada de nuevos competidores), brinda una perspectiva del comportamiento del subsector de servicios domésticos en la ciudad de Medellín, se evidencio que es una industria altamente competitiva y que si bien no existen amenazas con el poder de negociación con los clientes y proveedores, el

modelo de negocio debe estar sustentado bajo una fuerte propuesta de valor , innovadora y flexible, que le permita tener una diferencia muy marcada de sus competidores y que el precio no se convierta en un factor de presión para la organización. Para esto es necesario implementar una estrategia de promoción y ventas fuertes, dar a conocer la filosofía de la organización, llegarle de manera correcta al cliente y lo más importante brindar condiciones dignas y un ambiente de trabajo feliz a todas las colaboradoras. El éxito de una organización no se mide por cómo nos vean nuestros clientes, sino que tan felices son nuestros empleados ya que este factor se ve reflejado en cómo hacemos nuestro trabajo. 86

Si bien el estudio financiero nos arrojó información poco alentadora sobre la rentabilidad del negocio a corto, en el largo plazo la organización experimenta un crecimiento sostenido lo que nos refuerza la idea de que la naturaleza del negocio se equilibra en el largo plazo. Estas proyecciones financieras nos ayudan a tener un panorama de lo que podríamos experimentar los 3 primeros años de apertura de la organización, nos ayuda a tomar decisiones anticipándonos a los problemas que podamos encontrar y tratar de mejorar esos indicadores para asegurar el éxito financiero de la empresa.

Con la visión de ser una organización líder en el mercado por brindar servicios de calidad a los hogares, se empleó la constitución de la sociedad por medio de una S.A.S. ya que nos permite crear núcleos de negocio diferentes a House Clean servicios de limpieza y ampliar nuestra plataforma a productos y servicios integrales que puedan darle soluciones efectivas para el hogar a todos nuestros clientes, expandir nuestro negocio y poder brindar estabilidad laboral a todos nuestros colaboradores.

**BIBLIOGRAFIA**

- Altimir, O. (1978). La dimensión de la pobreza en América Latina.
- Arias Arciniegas, C. M., Marín Piedrahita, S. M., Giraldo Bedoya, D. P., & Melo, J. M. (2014). Tendencias del Management: la innovación en el quehacer del administrador. *Revista Reflexiones y Saberes*, 1(1), 89-106.
- Bertranou, F. (2010). Aportes para la construcción de un piso de protección social en Argentina: El caso de las asignaciones familiares. Buenos Aires: OIT.
- Bruce, K. (2006). Henry S. Dennison, Elton Mayo, and human relations historiography. *Management & Organizational History*, 1(2), 177-199.
- Camacho, C., & Roldan, J. M. (2013). TRABAJO DECENTE EN BOGOTA.
- Castells, M. (2004). La era de la información: economía, sociedad y cultura (Vol. 3). Siglo XXI.
- Castro, J. (2007). Constitución política de Colombia: concordancias, referencias históricas e índice analítico. Universidad del Rosario.
- Chanlat, J. F. (2002). Ciencias sociales y administración: en defensa de una antropología general. Universidad Eafit.
- Costa, J. (2007). El lado humano de la empresa. *Signo y Pensamiento*, (51), 11-13.
- Dávalos, J. (2001). Derechos de los menores trabajadores. Unam.
- De Elena, J. (2004). Desigualdad social y relaciones de trabajo (Vol. 72). Universidad de Salamanca.

De la Rosa Alburquerque, A., & Contreras Manrique, J. C. (2007). El partido político: 88 entre la ciencia política y los estudios organizacionales. *Polis*, 3(2), 17-67.

Del Trabajo, C. S., & de Trabajo, C. P. de la Seguridad Social. (2002). Bogotá: Editorial Mono, 330.

Espinoza, M. (2003). Trabajo decente y protección social. OIT, Santiago de Chile.

Gitman, L. J. L. J., Zutter, C. J., Helfert, E. A., Helfert, E. A., Torre, R., Torres, P. R.,... & Pelufo, E. G. (2012). Principios de administración financiera (No. 658.15). Argentina. Argentina.

Hamilton, W. D. (1964). The genetical evolution of social behaviour. II. *Journal of theoretical biology*, 7(1), 17-52.

Idárraga, s. m. (2012). El plan de educación y cultura ambiental de Medellín: política pública y capitalismo de ficción. *Pensamiento y Poder*, 1(10), 111-122.

Iguñiz, M. (2009). CRISIS ECONÓMICA Y EDUCACIÓN. Boletín del Foro Latinoamericano de Políticas Educativas.

Londoño, L. A., Restrepo, C. E., & Marulanda, E. O. (2014). Distribución espacial del dengue basado en herramientas del Sistema de Información Geográfica, Valle de Aburrá, Colombia/Spatial distribution of dengue based on Geographic Information Systems tools, Aburra Valley. *Revista de la Facultad Nacional de Salud Pública*, 32(1), 7.

López, L. G. (2007). Humanismo y Gestión Humana: Una perspectiva de interpretación para el trabajo social aplicado al campo laboral. *Eleuthera*, 42-64.

Madrigal Urrea, C. C. (2015). Etnografía de los mediadores y las mediaciones de la crianza en familias afrodescendientes de la Colonia Esfuerzos de Paz, en la comuna 8 de la ciudad de Medellín.

Medero Cobiella, M. (2013). Violencia sobre la mujer en el trabajo.

89

Morales, J. R. (2013). Estilo y paleografía de los documentos chilenos (siglos XVI y XVII).

Moreno, I. G., & Oviedo, M. H. (2013). Principios jurisprudenciales de los riesgos laborales en Colombia. *Pensamiento Jurídico*, (36).

Mundial, B. (2000). La educación superior en los países en desarrollo: peligros y promesas. Washington: BM.

Nacionales, C. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

Nussbaum, M. C., & Bernet, R. (2002). Las mujeres y el desarrollo humano: el enfoque de las capacidades (pp. 67-159). Barcelona: Herder.

Pautassi, L. C. (2007). El cuidado como cuestión social desde un enfoque de derechos. CEPAL.

Pérez Moreno, D. E. (2015). Principio de igualdad y el derecho de seguridad social.

Pirson, M. (2012). Social entrepreneurs as the paragons of shared value creation? A critical perspective. *Social Enterprise Journal*, 8(1), 31-48.

Poblete, L. and Tizziani, A. (2013). Presentación. *res45*, (45), pp.9-14.

Pontiers Copulilo, J. C., Rico Royero, H. J., & Quintero Lyons, J. A. (2013). Las Condiciones de Igualdad Entre los Trabajadores Domésticos y los Trabajadores Formales en la Ley 1595 del 2012 (Doctoral dissertation).

Ramos, E. G. (2008). La gestión de las relaciones y la responsabilidad social empresarial. Eumed. Net.

Rodríguez, J. M. (2011). Métodos de investigación cualitativa. *Revista de Investigación Silogismo*, 1(08).

Romero, A. (2000). El mundo de la pobreza. *Tendencias*, 1(2), 8.

Romero, A. (2002). Globalización y pobreza. Juan Carlos Martínez Coll.

90

RSS-CODHES, R. D. S. S. (2003). Encuesta Nacional de Desplazados ENADE.

Serna Alvarado, N. J. (2016). Análisis de la duración de las vacantes en Colombia: una aproximación desde la información del servicio público de empleo en 2014-2015 (Doctoral dissertation).

Simonovsky, Y., & Luebker, M. (2011). Trabajadores domésticos: Estimaciones a nivel mundial y regional. OIT.

Valencia-Cárdenas, M., Díaz-Serna, F. J., & Correa-Morales, J. C. (2015). Planeación de inventarios con demanda dinámica. Una revisión del estado del arte. *Dyna*, 82(190), 183-191.

Valenzuela, M. E., & Mora, C. (2009). Trabajo doméstico: un largo camino hacia el trabajo decente. Organización Internacional del Trabajo.

Vargas Trujillo, E. (n.d.). Guía de talleres.

Von Kimakowitz, E., Pirson, M., Spitzbeck, H., Dierksmeier, C., & Amann, W. (Eds.). (2010). *Humanistic management in practice*. Springer.

Zurita, C. (1983). *El servicio doméstico en Argentina: el caso de Santiago del Estero*. Instituto Central de Investigaciones Científicas, Universidad Católica de Santiago del Estero.

## CIBERGRAFIA

Carabantu.jimdo.com. (2016). Proceso Social Comunitario - | CARABANTÚ Colombia. [Online] Available at: <http://carabantu.jimdo.com/proyectos/proceso-social-comunitario/> [Accessed 2 Jun. 2016].

Colectivo de Abogados. (2016). El trabajo doméstico, deudas pendientes y nuevas agendas. [Online] Available at: <http://colectivodeabogados.org/?El-trabajo-domestico-deudas> [Accessed 2 Abr. 2016].

Corteconstitucional.gov.co. (2016). [Online] Available at: <http://www.corteconstitucional.gov.co/RELATORIA/2014/C-871-14.htm> [Accessed 2 Jun. 2016].

Explorable.com. (2016). Efecto Hawthorne. [Online] Available at: <https://explorable.com/es/efecto-hawthorne> [Accessed 7 Jun. 2016].

Interfaz Informativa. (2010). Los “afro” de Medellín. [Online] Available at: <https://interfazinformativa.wordpress.com/2010/06/10/los-%E2%80%99afro%E2%80%99D-de-medellin/> [Accessed 2 Abr. 2016].

Legal.legis.com.co. (2016). Avances-laborales-de-las-trabajadoras-y-los-trabajadores-del-servicio-domestico-en-colombia -. [Online] Available at: [http://legal.legis.com.co/document/rlaboral/rlaboral\\_13616cdf20d501c6e0530a01015101c6/avances-laborales-de-las-trabajadoras-y-los-trabajadores-del-servicio-domestico-en-Colombia?text=servicio%20domestico%20seguridad%20social&type=q&hit=1](http://legal.legis.com.co/document/rlaboral/rlaboral_13616cdf20d501c6e0530a01015101c6/avances-laborales-de-las-trabajadoras-y-los-trabajadores-del-servicio-domestico-en-Colombia?text=servicio%20domestico%20seguridad%20social&type=q&hit=1) [Accessed 27 May. 2016].

Legal.legis.com.co. (2016). Contenidos Legis para servicio doméstico seguridad social.<sup>92</sup>

[Online] Available at:

[http://legal.legis.com.co/Search/OpenSearch?text=servicio%20domestico%20seguridad%20social&domine=\\*](http://legal.legis.com.co/Search/OpenSearch?text=servicio%20domestico%20seguridad%20social&domine=*) [Accessed 7 Jun. 2016].

Mundouniversitario.jimdo.com. (2016). 2.3 ESCUELA DE LAS RELACIONES HUMANAS O HUMANO RELACIONISMO - mundouniversitarios jimdo page! [Online] Available at: <http://mundouniversitario.jimdo.com/unidad-ii/2-3-escuela-de-las-relaciones-humanas-o-humano-relacionismo/> [Accessed 27 May. 2016].

Observatoriogeneroyequidad.cl. (2016). Colombia: Mujeres Afrodescendientes Defienden Sus Derechos Laborales. [Online] Available at: <http://www.observatoriogeneroyequidad.cl/index.php/bloc-mainmenu-9/26-novedades/6636-colombia-mujeres-afrodescendientes-defienden-sus-derechos-laborales> [Accessed 27 Mar. 2016].

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO. El Programa de Trabajo Decente. [On line]. [Consultado en febrero 22 de 2013]. Disponible en: <http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/decent-work-agenda/lang--es/index.htm>.

PROCURADURIA GENERAL DE LA NACIÓN. Trabajo Digno y decente en Colombia. [On line]. [Consultado en enero de 2013] Disponible en: [http://www.procuraduria.gov.co/portal/media/file/Trabajo%20digno%20y%20decente%20en%20Colombia\\_%20Seguimiento%20y%20control%20preventivo%20a%20las%20pol%C3%ADticas%20p%C3%BAblicas.pdf](http://www.procuraduria.gov.co/portal/media/file/Trabajo%20digno%20y%20decente%20en%20Colombia_%20Seguimiento%20y%20control%20preventivo%20a%20las%20pol%C3%ADticas%20p%C3%BAblicas.pdf).

Repositorio.pucp.edu.pe. (2016). [Online] Available at:  
[http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/52630/enfoque\\_humanista\\_administracion\\_ramirez.pdf?sequence=1](http://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/52630/enfoque_humanista_administracion_ramirez.pdf?sequence=1) [Accessed 7 Jun. 2016].

Repository.ean.edu.co. (2016). [Online] Available at:  
<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/5889/GarnicaGerardo2013.pdf?sequence=5&isAllowed=y> [Accessed 27 Jun. 2016].

Unicef.org. (2016). Desigualdad en el empleo -Estado Mundial de la Infancia 2007: igualdad de género. [Online] Available at:  
[http://www.unicef.org/spanish/sowc07/profiles/inequality\\_employment.php](http://www.unicef.org/spanish/sowc07/profiles/inequality_employment.php) [Accessed 7 Jun. 2016].

www.elcolombiano.com. (2016). El trabajo doméstico aún tiene visos de desigualdad. [Online] Available at:  
[http://www.elcolombiano.com/historico/el\\_trabajo\\_domestico\\_aun\\_tiene\\_visos\\_de\\_desigualdad-NYEC\\_263295](http://www.elcolombiano.com/historico/el_trabajo_domestico_aun_tiene_visos_de_desigualdad-NYEC_263295) [Accessed 2 Jun. 2016].

## ANEXOS

### Anexo 1 Amortizaciones créditos Bancario

PERIODO	INTERESES	ABONO A CAPITAL	CUOTA	SALDO
<b>0</b>				\$ 15.000.000
<b>1</b>	\$ 147.000	\$ 66.130	\$ 213.130	\$ 14.933.870
<b>2</b>	\$ 146.352	\$ 66.779	\$ 213.130	\$ 14.867.091
<b>3</b>	\$ 145.697	\$ 67.433	\$ 213.130	\$ 14.799.658
<b>4</b>	\$ 145.037	\$ 68.094	\$ 213.130	\$ 14.731.564
<b>5</b>	\$ 144.369	\$ 68.761	\$ 213.130	\$ 14.662.803
<b>6</b>	\$ 143.695	\$ 69.435	\$ 213.130	\$ 14.593.368
<b>7</b>	\$ 143.015	\$ 70.115	\$ 213.130	\$ 14.523.253
<b>8</b>	\$ 142.328	\$ 70.803	\$ 213.130	\$ 14.452.450
<b>9</b>	\$ 141.634	\$ 71.496	\$ 213.130	\$ 14.380.954
<b>10</b>	\$ 140.933	\$ 72.197	\$ 213.130	\$ 14.308.756
<b>11</b>	\$ 140.226	\$ 72.905	\$ 213.130	\$ 14.235.852
<b>12</b>	\$ 139.511	\$ 73.619	\$ 213.130	\$ 14.162.233
<b>13</b>	\$ 138.790	\$ 74.341	\$ 213.130	\$ 14.087.892
<b>14</b>	\$ 138.061	\$ 75.069	\$ 213.130	\$ 14.012.823
<b>15</b>	\$ 137.326	\$ 75.805	\$ 213.130	\$ 13.937.018
<b>16</b>	\$ 136.583	\$ 76.548	\$ 213.130	\$ 13.860.471
<b>17</b>	\$ 135.833	\$ 77.298	\$ 213.130	\$ 13.783.173
<b>18</b>	\$ 135.075	\$ 78.055	\$ 213.130	\$ 13.705.117
<b>19</b>	\$ 134.310	\$ 78.820	\$ 213.130	\$ 13.626.297
<b>20</b>	\$ 133.538	\$ 79.593	\$ 213.130	\$ 13.546.704
<b>21</b>	\$ 132.758	\$ 80.373	\$ 213.130	\$ 13.466.331
<b>22</b>	\$ 131.970	\$ 81.160	\$ 213.130	\$ 13.385.171
<b>23</b>	\$ 131.175	\$ 81.956	\$ 213.130	\$ 13.303.215
<b>24</b>	\$ 130.372	\$ 82.759	\$ 213.130	\$ 13.220.456
<b>25</b>	\$ 129.560	\$ 83.570	\$ 213.130	\$ 13.136.886
<b>26</b>	\$ 128.741	\$ 84.389	\$ 213.130	\$ 13.052.497
<b>27</b>	\$ 127.914	\$ 85.216	\$ 213.130	\$ 12.967.281
<b>28</b>	\$ 127.079	\$ 86.051	\$ 213.130	\$ 12.881.230
<b>29</b>	\$ 126.236	\$ 86.894	\$ 213.130	\$ 12.794.336

<b>30</b>	\$ 125.384	\$ 87.746	\$ 213.130	\$ 12.706.590
<b>31</b>	\$ 124.525	\$ 88.606	\$ 213.130	\$ 12.617.984
<b>32</b>	\$ 123.656	\$ 89.474	\$ 213.130	\$ 12.528.510
<b>33</b>	\$ 122.779	\$ 90.351	\$ 213.130	\$ 12.438.159
<b>34</b>	\$ 121.894	\$ 91.237	\$ 213.130	\$ 12.346.922
<b>35</b>	\$ 121.000	\$ 92.131	\$ 213.130	\$ 12.254.792
<b>36</b>	\$ 120.097	\$ 93.034	\$ 213.130	\$ 12.161.758
<b>37</b>	\$ 119.185	\$ 93.945	\$ 213.130	\$ 12.067.813
<b>38</b>	\$ 118.265	\$ 94.866	\$ 213.130	\$ 11.972.947
<b>39</b>	\$ 117.335	\$ 95.796	\$ 213.130	\$ 11.877.151
<b>40</b>	\$ 116.396	\$ 96.734	\$ 213.130	\$ 11.780.417
<b>41</b>	\$ 115.448	\$ 97.682	\$ 213.130	\$ 11.682.735
<b>42</b>	\$ 114.491	\$ 98.640	\$ 213.130	\$ 11.584.095
<b>43</b>	\$ 113.524	\$ 99.606	\$ 213.130	\$ 11.484.489
<b>44</b>	\$ 112.548	\$ 100.582	\$ 213.130	\$ 11.383.906
<b>45</b>	\$ 111.562	\$ 101.568	\$ 213.130	\$ 11.282.338
<b>46</b>	\$ 110.567	\$ 102.564	\$ 213.130	\$ 11.179.774
<b>47</b>	\$ 109.562	\$ 103.569	\$ 213.130	\$ 11.076.206
<b>48</b>	\$ 108.547	\$ 104.584	\$ 213.130	\$ 10.971.622
<b>49</b>	\$ 107.522	\$ 105.609	\$ 213.130	\$ 10.866.013
<b>50</b>	\$ 106.487	\$ 106.644	\$ 213.130	\$ 10.759.370
<b>51</b>	\$ 105.442	\$ 107.689	\$ 213.130	\$ 10.651.681
<b>52</b>	\$ 104.386	\$ 108.744	\$ 213.130	\$ 10.542.937
<b>53</b>	\$ 103.321	\$ 109.810	\$ 213.130	\$ 10.433.128
<b>54</b>	\$ 102.245	\$ 110.886	\$ 213.130	\$ 10.322.242
<b>55</b>	\$ 101.158	\$ 111.972	\$ 213.130	\$ 10.210.269
<b>56</b>	\$ 100.061	\$ 113.070	\$ 213.130	\$ 10.097.200
<b>57</b>	\$ 98.953	\$ 114.178	\$ 213.130	\$ 9.983.022
<b>58</b>	\$ 97.834	\$ 115.297	\$ 213.130	\$ 9.867.725
<b>59</b>	\$ 96.704	\$ 116.427	\$ 213.130	\$ 9.751.298
<b>60</b>	\$ 95.563	\$ 117.568	\$ 213.130	\$ 9.633.730
<b>61</b>	\$ 94.411	\$ 118.720	\$ 213.130	\$ 9.515.010
<b>62</b>	\$ 93.247	\$ 119.883	\$ 213.130	\$ 9.395.127
<b>63</b>	\$ 92.072	\$ 121.058	\$ 213.130	\$ 9.274.069
<b>64</b>	\$ 90.886	\$ 122.245	\$ 213.130	\$ 9.151.824
<b>65</b>	\$ 89.688	\$ 123.443	\$ 213.130	\$ 9.028.382
<b>66</b>	\$ 88.478	\$ 124.652	\$ 213.130	\$ 8.903.729
<b>67</b>	\$ 87.257	\$ 125.874	\$ 213.130	\$ 8.777.855
<b>68</b>	\$ 86.023	\$ 127.107	\$ 213.130	\$ 8.650.748
<b>69</b>	\$ 84.777	\$ 128.353	\$ 213.130	\$ 8.522.395
<b>70</b>	\$ 83.519	\$ 129.611	\$ 213.130	\$ 8.392.784

<b>71</b>	\$ 82.249	\$ 130.881	\$ 213.130	\$ 8.261.903
<b>72</b>	\$ 80.967	\$ 132.164	\$ 213.130	\$ 8.129.739
<b>73</b>	\$ 79.671	\$ 133.459	\$ 213.130	\$ 7.996.280
<b>74</b>	\$ 78.364	\$ 134.767	\$ 213.130	\$ 7.861.513
<b>75</b>	\$ 77.043	\$ 136.088	\$ 213.130	\$ 7.725.425
<b>76</b>	\$ 75.709	\$ 137.421	\$ 213.130	\$ 7.588.004
<b>77</b>	\$ 74.362	\$ 138.768	\$ 213.130	\$ 7.449.236
<b>78</b>	\$ 73.003	\$ 140.128	\$ 213.130	\$ 7.309.108
<b>79</b>	\$ 71.629	\$ 141.501	\$ 213.130	\$ 7.167.607
<b>80</b>	\$ 70.243	\$ 142.888	\$ 213.130	\$ 7.024.719
<b>81</b>	\$ 68.842	\$ 144.288	\$ 213.130	\$ 6.880.431
<b>82</b>	\$ 67.428	\$ 145.702	\$ 213.130	\$ 6.734.728
<b>83</b>	\$ 66.000	\$ 147.130	\$ 213.130	\$ 6.587.598
<b>84</b>	\$ 64.558	\$ 148.572	\$ 213.130	\$ 6.439.026
<b>85</b>	\$ 63.102	\$ 150.028	\$ 213.130	\$ 6.288.998
<b>86</b>	\$ 61.632	\$ 151.498	\$ 213.130	\$ 6.137.500
<b>87</b>	\$ 60.147	\$ 152.983	\$ 213.130	\$ 5.984.517
<b>88</b>	\$ 58.648	\$ 154.482	\$ 213.130	\$ 5.830.035
<b>89</b>	\$ 57.134	\$ 155.996	\$ 213.130	\$ 5.674.039
<b>90</b>	\$ 55.606	\$ 157.525	\$ 213.130	\$ 5.516.514
<b>91</b>	\$ 54.062	\$ 159.069	\$ 213.130	\$ 5.357.445
<b>92</b>	\$ 52.503	\$ 160.628	\$ 213.130	\$ 5.196.818
<b>93</b>	\$ 50.929	\$ 162.202	\$ 213.130	\$ 5.034.616
<b>94</b>	\$ 49.339	\$ 163.791	\$ 213.130	\$ 4.870.825
<b>95</b>	\$ 47.734	\$ 165.396	\$ 213.130	\$ 4.705.428
<b>96</b>	\$ 46.113	\$ 167.017	\$ 213.130	\$ 4.538.411
<b>97</b>	\$ 44.476	\$ 168.654	\$ 213.130	\$ 4.369.757
<b>98</b>	\$ 42.824	\$ 170.307	\$ 213.130	\$ 4.199.450
<b>99</b>	\$ 41.155	\$ 171.976	\$ 213.130	\$ 4.027.474
<b>100</b>	\$ 39.469	\$ 173.661	\$ 213.130	\$ 3.853.813
<b>101</b>	\$ 37.767	\$ 175.363	\$ 213.130	\$ 3.678.450
<b>102</b>	\$ 36.049	\$ 177.082	\$ 213.130	\$ 3.501.368
<b>103</b>	\$ 34.313	\$ 178.817	\$ 213.130	\$ 3.322.551
<b>104</b>	\$ 32.561	\$ 180.569	\$ 213.130	\$ 3.141.982
<b>105</b>	\$ 30.791	\$ 182.339	\$ 213.130	\$ 2.959.643
<b>106</b>	\$ 29.004	\$ 184.126	\$ 213.130	\$ 2.775.517
<b>107</b>	\$ 27.200	\$ 185.930	\$ 213.130	\$ 2.589.586
<b>108</b>	\$ 25.378	\$ 187.753	\$ 213.130	\$ 2.401.834
<b>109</b>	\$ 23.538	\$ 189.592	\$ 213.130	\$ 2.212.241
<b>110</b>	\$ 21.680	\$ 191.450	\$ 213.130	\$ 2.020.791
<b>111</b>	\$ 19.804	\$ 193.327	\$ 213.130	\$ 1.827.464

<b>112</b>	\$ 17.909	\$ 195.221	\$ 213.130	\$ 1.632.243
<b>113</b>	\$ 15.996	\$ 197.134	\$ 213.130	\$ 1.435.108
<b>114</b>	\$ 14.064	\$ 199.066	\$ 213.130	\$ 1.236.042
<b>115</b>	\$ 12.113	\$ 201.017	\$ 213.130	\$ 1.035.025
<b>116</b>	\$ 10.143	\$ 202.987	\$ 213.130	\$ 832.038
<b>117</b>	\$ 8.154	\$ 204.976	\$ 213.130	\$ 627.061
<b>118</b>	\$ 6.145	\$ 206.985	\$ 213.130	\$ 420.076
<b>119</b>	\$ 4.117	\$ 209.014	\$ 213.130	\$ 211.062
<b>120</b>	\$ 2.068	\$ 211.062	\$ 213.130	\$ 0

Fuente: Elaboración propia.

## Anexo 2 Amortización Otros Acreedores

PERIODO	INTERESES	ABONO A CAPITAL	CUOTA	SALDO
<b>0</b>				\$ 5.000.000
<b>1</b>	\$ 75.000	\$ 51.967	\$ 126.967	\$ 4.948.033
<b>2</b>	\$ 74.220	\$ 52.747	\$ 126.967	\$ 4.895.286
<b>3</b>	\$ 73.429	\$ 53.538	\$ 126.967	\$ 4.841.748
<b>4</b>	\$ 72.626	\$ 54.341	\$ 126.967	\$ 4.787.407
<b>5</b>	\$ 71.811	\$ 55.156	\$ 126.967	\$ 4.732.251
<b>6</b>	\$ 70.984	\$ 55.983	\$ 126.967	\$ 4.676.268
<b>7</b>	\$ 70.144	\$ 56.823	\$ 126.967	\$ 4.619.445
<b>8</b>	\$ 69.292	\$ 57.675	\$ 126.967	\$ 4.561.769
<b>9</b>	\$ 68.427	\$ 58.541	\$ 126.967	\$ 4.503.229
<b>10</b>	\$ 67.548	\$ 59.419	\$ 126.967	\$ 4.443.810
<b>11</b>	\$ 66.657	\$ 60.310	\$ 126.967	\$ 4.383.500
<b>12</b>	\$ 65.753	\$ 61.215	\$ 126.967	\$ 4.322.286
<b>13</b>	\$ 64.834	\$ 62.133	\$ 126.967	\$ 4.260.153
<b>14</b>	\$ 63.902	\$ 63.065	\$ 126.967	\$ 4.197.088
<b>15</b>	\$ 62.956	\$ 64.011	\$ 126.967	\$ 4.133.077
<b>16</b>	\$ 61.996	\$ 64.971	\$ 126.967	\$ 4.068.106
<b>17</b>	\$ 61.022	\$ 65.946	\$ 126.967	\$ 4.002.161
<b>18</b>	\$ 60.032	\$ 66.935	\$ 126.967	\$ 3.935.226
<b>19</b>	\$ 59.028	\$ 67.939	\$ 126.967	\$ 3.867.287
<b>20</b>	\$ 58.009	\$ 68.958	\$ 126.967	\$ 3.798.329
<b>21</b>	\$ 56.975	\$ 69.992	\$ 126.967	\$ 3.728.337
<b>22</b>	\$ 55.925	\$ 71.042	\$ 126.967	\$ 3.657.295
<b>23</b>	\$ 54.859	\$ 72.108	\$ 126.967	\$ 3.585.187
<b>24</b>	\$ 53.778	\$ 73.189	\$ 126.967	\$ 3.511.998
<b>25</b>	\$ 52.680	\$ 74.287	\$ 126.967	\$ 3.437.711
<b>26</b>	\$ 51.566	\$ 75.401	\$ 126.967	\$ 3.362.309

27	\$ 50.435	\$ 76.532	\$ 126.967	\$ 3.285.777
28	\$ 49.287	\$ 77.680	\$ 126.967	\$ 3.208.096
29	\$ 48.121	\$ 78.846	\$ 126.967	\$ 3.129.251
30	\$ 46.939	\$ 80.028	\$ 126.967	\$ 3.049.222
31	\$ 45.738	\$ 81.229	\$ 126.967	\$ 2.967.993
32	\$ 44.520	\$ 82.447	\$ 126.967	\$ 2.885.546
33	\$ 43.283	\$ 83.684	\$ 126.967	\$ 2.801.862
34	\$ 42.028	\$ 84.939	\$ 126.967	\$ 2.716.923
35	\$ 40.754	\$ 86.213	\$ 126.967	\$ 2.630.710
36	\$ 39.461	\$ 87.506	\$ 126.967	\$ 2.543.203
37	\$ 38.148	\$ 88.819	\$ 126.967	\$ 2.454.384
38	\$ 36.816	\$ 90.151	\$ 126.967	\$ 2.364.233
39	\$ 35.463	\$ 91.504	\$ 126.967	\$ 2.272.729
40	\$ 34.091	\$ 92.876	\$ 126.967	\$ 2.179.853
41	\$ 32.698	\$ 94.269	\$ 126.967	\$ 2.085.584
42	\$ 31.284	\$ 95.683	\$ 126.967	\$ 1.989.900
43	\$ 29.849	\$ 97.119	\$ 126.967	\$ 1.892.782
44	\$ 28.392	\$ 98.575	\$ 126.967	\$ 1.794.206
45	\$ 26.913	\$ 100.054	\$ 126.967	\$ 1.694.152
46	\$ 25.412	\$ 101.555	\$ 126.967	\$ 1.592.597
47	\$ 23.889	\$ 103.078	\$ 126.967	\$ 1.489.519
48	\$ 22.343	\$ 104.624	\$ 126.967	\$ 1.384.895
49	\$ 20.773	\$ 106.194	\$ 126.967	\$ 1.278.701
50	\$ 19.181	\$ 107.787	\$ 126.967	\$ 1.170.914
51	\$ 17.564	\$ 109.403	\$ 126.967	\$ 1.061.511
52	\$ 15.923	\$ 111.044	\$ 126.967	\$ 950.466
53	\$ 14.257	\$ 112.710	\$ 126.967	\$ 837.756
54	\$ 12.566	\$ 114.401	\$ 126.967	\$ 723.356
55	\$ 10.850	\$ 116.117	\$ 126.967	\$ 607.239
56	\$ 9.109	\$ 117.859	\$ 126.967	\$ 489.380
57	\$ 7.341	\$ 119.626	\$ 126.967	\$ 369.754
58	\$ 5.546	\$ 121.421	\$ 126.967	\$ 248.333
59	\$ 3.725	\$ 123.242	\$ 126.967	\$ 125.091
60	\$ 1.876	\$ 125.091	\$ 126.967	\$ 0

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 3 Proyecciones Financieras a 5 años

MACROECONOMICOS (Py)	2017	2018	2019	2020	2021
PIB (variación anual)	2,90%	3,80%	3,90%	4,00%	4,20%
Inflación (IPC variación)	3,10%	3,10%	3,00%	3,00%	3,10%

anual)					
Tasa de Impuestos Renta	25%	25%	25%	25%	25%
Impuestos Sobre Ventas CREE	8%	8%	8%	8%	8%
Crecimiento en Ventas	5%	7%	9%	11%	13%
<b>HORAS DE SERVICIO FACTURADOS (Py)</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ASEO A TU HOGAR	48.000	51.360	55.982	62.140	70.219
<b>PRECIOS DE VENTA UNITARIOS (Py)</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ASEO A TU HOGAR	\$ 8.850	\$ 9.124	\$ 9.398	\$ 9.680	\$ 9.980
<b>INGRESOS x SERVICIO (Py)</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ASEO A TU HOGAR	\$424.800.000	\$468.626.616	\$ 526.127.102	\$601.521.115	\$700.790.145
TOTAL INGRESOS (Py)	\$ 424.800.000	\$ 468.626.616	\$ 526.127.102	\$ 601.521.115	\$ 700.790.145
<b>COSTOS VARIABLES UNITARIOS (Py)</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ASEO A TU HOGAR	\$ 6.188	\$ 6.380	\$ 6.572	\$ 6.769	\$ 6.979
<b>COSTOS VARIABLES TOTALES x SERVICIO (Py)</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
ASEO A TU HOGAR	\$ 297.042.900	\$ 327.688.816	\$ 367.896.234	\$ 420.615.764	\$ 490.029.984
TOTAL COSTOS VARIABLES (Py)	\$ 297.042.900	\$ 327.688.816	\$ 367.896.234	\$ 420.615.764	\$ 490.029.984
<b>DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS</b>					
<b>Activo</b>	<b>Valor Compra</b>	<b>Años Depreciación</b>	<b>Años Uso</b>	<b>Depreciación Anual</b>	<b>Valor en Libros</b>
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.195.000	10	0	\$ 119.500	\$ 1.195.000
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.000.000	5	0	\$ 400.000	\$ 2.000.000
				\$	\$

519.500 3.195.000

**BALANCE GENERAL PROYECTADO A FIN DE AÑO**

<b>CUENTAS</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Efectivo disponible	\$ 51.834.929	\$ 89.740.302	\$ 141.970.205	\$ 196.083.492	\$ 270.217.802
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ 51.834.929</b>	<b>\$ 89.740.302</b>	<b>\$ 141.970.205</b>	<b>\$ 196.083.492</b>	<b>\$ 270.217.802</b>
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 1.195.000	\$ 1.195.000	\$ 1.195.000	\$ 1.195.000	\$ 1.195.000
<b>Equipo de Cómputo y Comunicaciones</b>	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
<b>Licencias de Software</b>	\$ 1.670.000	\$ 1.670.000	\$ 1.670.000	\$ 1.670.000	\$ 1.670.000
<b>(Depreciación acumulada)</b>	\$ (519.500)	\$ (1.039.000)	\$ (1.558.500)	\$ (2.078.000)	\$ (2.597.500)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 4.345.500</b>	<b>\$ 3.826.000</b>	<b>\$ 3.306.500</b>	<b>\$ 2.787.000</b>	<b>\$ 2.267.500</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 56.180.429</b>	<b>\$ 93.566.302</b>	<b>\$ 145.276.705</b>	<b>\$ 198.870.492</b>	<b>\$ 272.485.302</b>
<b>Impuestos por pagar</b>	\$ -	\$ -	\$ 17.733.506	\$ 24.312.993	\$ 33.214.695
<b>TOTAL PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 17.733.506</b>	<b>\$ 24.312.993</b>	<b>\$ 33.214.695</b>
<b>Deuda a largo plazo</b>	\$ 18.484.518	\$ 16.732.454	\$ 14.704.961	\$ 12.356.517	\$ 9.633.730
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 18.484.518</b>	<b>\$ 16.732.454</b>	<b>\$ 32.438.467</b>	<b>\$ 36.669.510</b>	<b>\$ 42.848.425</b>
<b>Capital inicial</b>	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000	\$ 15.000.000
<b>Utilidades retenidas</b>	\$ -	\$ 22.695.911	\$ 61.833.847	\$ 97.838.238	\$ 147.200.982
<b>Utilidad / pérdida período</b>	\$ 22.695.911	\$ 39.137.937	\$ 36.004.390	\$ 49.362.744	\$ 67.435.896
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$ 37.695.911</b>	<b>\$ 76.833.847</b>	<b>\$ 112.838.238</b>	<b>\$ 162.200.982</b>	<b>\$ 229.636.877</b>

TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 56.180.429	\$ 93.566.302	\$ 145.276.705	\$ 198.870.492	\$ 272.485.302
CHECK	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CUENTAS	2017	2018	2019	2020	2021
<b>(+) Ventas operativas</b>	\$ 424.800.000	\$ 468.626.616	\$ 526.127.102	\$ 601.521.115	\$ 700.790.145
<b>(-) Costo de lo producido y vendido</b>	\$ (297.042.900)	\$ (327.688.816)	\$ (367.896.234)	\$ (420.615.764)	\$ (490.029.984)
(=) UTILIDAD BRUTA	\$ 127.757.100	\$ 140.937.800	\$ 158.230.868	\$ 180.905.351	\$ 210.760.162
<b>(-) Gastos Fijos</b>	\$ (95.976.000)	\$ (98.951.256)	\$ (101.919.794)	\$ (104.977.387)	\$ (108.231.687)
<b>(-) Gastos Constitución</b>	\$ (6.000.000)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) EBITDA	\$ 25.781.100	\$ 41.986.544	\$ 56.311.074	\$ 75.927.964	\$ 102.528.475
<b>(-) Depreciaciones</b>	\$ (519.500)	\$ (519.500)	\$ (519.500)	\$ (519.500)	\$ (519.500)
<b>(-) Amortizaciones</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD OPERATIVA	\$ 25.261.600	\$ 41.467.044	\$ 55.791.574	\$ 75.408.464	\$ 102.008.975
<b>(+) Otros ingresos no operacionales</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UAI	\$ 25.261.600	\$ 41.467.044	\$ 55.791.574	\$ 75.408.464	\$ 102.008.975
<b>(-) Intereses</b>	\$ (2.565.689)	\$ (2.329.107)	\$ (2.053.678)	\$ (1.732.727)	\$ (1.358.385)
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS (UAI)	\$ 22.695.911	\$ 39.137.937	\$ 53.737.896	\$ 73.675.737	\$ 100.650.590
<b>(-) Impuestos (25%)</b>	\$ -	\$ -	\$ (17.733.506)	\$ (24.312.993)	\$ (33.214.695)
(=) UTILIDAD NETA	\$ 22.695.91	\$ 39.137.937	\$ 36.004.390	\$ 49.362.744	\$ 67.435.895

	1	39.137.937	36.004.390	49.362.744	67.435.896
<b>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>+ EBITDA</b>	\$ 25.781.100	\$ 41.986.544	\$ 56.311.074	\$ 75.927.964	\$ 102.528.475
<b>- Impuestos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (17.733.506)	\$ (24.312.993)
<b>= FCB</b>	\$ 25.781.100	\$ 41.986.544	\$ 56.311.074	\$ 58.194.458	\$ 78.215.482
<b>+/- Variación del KTNO</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= FCO</b>	\$ 25.781.100	\$ 41.986.544	\$ 56.311.074	\$ 58.194.458	\$ 78.215.482
<b>- Inversión en Activos Fijos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= Flujo de caja de las inversiones</b>	\$ 25.781.100	\$ 41.986.544	\$ 56.311.074	\$ 58.194.458	\$ 78.215.482
<b>+/- Variación Deuda Largo Plazo</b>	\$ (1.515.482)	\$ (1.752.064)	\$ (2.027.493)	\$ (2.348.445)	\$ (2.722.787)
<b>- Intereses</b>	\$ (2.565.689)	\$ (2.329.107)	\$ (2.053.678)	\$ (1.732.727)	\$ (1.358.385)
<b>= Flujo de caja de la financiación</b>	\$ 21.699.929	\$ 37.905.373	\$ 52.229.903	\$ 54.113.287	\$ 74.134.311
<b>+ Variación del Capital Social</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>- Dividendos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= Flujo de Efectivo</b>	\$ 21.699.929	\$ 37.905.373	\$ 52.229.903	\$ 54.113.287	\$ 74.134.311
<b>+ Saldo Inicial</b>	\$ 30.135.000	\$ 51.834.929	\$ 89.740.302	\$ 141.970.205	\$ 196.083.492
<b>= Saldo Final</b>	\$ 51.834.929	\$ 89.740.302	\$ 141.970.205	\$ 196.083.492	\$ 270.217.802

Fuente: Elaboración propia.

#### Anexo 4 Análisis Financiero Proyectado a 5 años

INDICADORES DE ACTIVIDAD	2017	2018	2019	2020	2021	
<b>Rotación Activos Fijos</b>	98	122	159	216	309	
<b>Rotación ANDEO</b>	98	122	159	216	309	
INDICADORES DE RENTABILIDAD	2017	2018	2019	2020	2021	
<b>Margen Bruto</b>	30,07%	30,07%	30,07%	30,07%	30,07%	
<b>Margen operacional</b>	5,95%	8,85%	10,60%	12,54%	14,56%	
<b>Margen Neto</b>	5,34%	8,35%	6,84%	8,21%	9,62%	
<b>EBITDA</b>	\$ 25.781.100	\$ 41.986.544	\$ 56.311.074	\$ 75.927.964	\$ 102.528.475	
<b>Margen EBITDA</b>	6,07%	8,96%	10,70%	12,62%	14,63%	
<b>ROE</b>	60,21%	50,94%	31,91%	30,43%	29,37%	
<b>ROIC</b>	454%	870%	904%	1435%	2349%	
<b>ROA</b>	522%	1023%	1089%	1771%	2974%	
INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO	2017	2018	2019	2020	2021	
<b>Nivel de Endeudamiento</b>	32,90%	17,88%	22,33%	18,44%	15,73%	
<b>Cobertura de Intereses</b>	0,10	0,06	0,04	0,02	0,01	
<b>Endeudamiento Financiero</b>	4,35%	3,57%	2,79%	2,05%	1,37%	
<b>Apalancamiento Financiero</b>	0,49	0,22	0,13	0,08	0,04	
<b>Razón Deuda Capital D</b>	32,90%	17,88%	11,53%	7,08%	4,03%	
<b>Razón Equity a Capital K</b>	67,10%	82,12%	88,47%	92,92%	95,97%	
INDICADORES DE LIQUIDEZ	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Razón Corriente</b>		0,00	0,00	8,01	8,06	8,14
<b>Capital de Trabajo</b>		\$ 51.834.929	\$ 89.740.302	\$ 124.236.699	\$ 171.770.499	\$ 237.003.108
<b>FCL</b>	\$ (35.000.000)	\$ 25.781.100	\$ 41.986.544	\$ 56.311.074	\$ 58.194.458	\$ 78.215.482
COSTO DE CAPITAL	2017	2018	2019	2020	2021	
<b>Kd</b>	13,88%	13,92%	13,97%	14,02%	14,10%	

<b>KdDI</b>	11,52%	11,55%	11,59%	11,64%	11,70%
<b>Ke</b>	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%	12,00%
<b>Razón Deuda Capital D</b>	32,90%	17,88%	11,53%	7,08%	4,03%
<b>Razón Equity a Capital K</b>	67,10%	82,12%	88,47%	92,92%	95,97%
<b>WACC</b>	11,84%	11,92%	11,95%	11,97%	11,99%

EVALUACIÓN DEL PROYECTO		VALOR
<b>WACC PROMEDIO</b>		11,94%
<b>VPN</b>		\$ 143.270.760
<b>TIR</b>		97,37%
<b>ROI</b>		148,85%

Fuente: Elaboración propia.