

DETERMINAR LA VIABILIDAD ECONÓMICA DE LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA DE SUMINISTRO DE SERVICIO DOMÉSTICOS Y OFICIOS VARIOS PARA LOS HOGARES DE ESTRATO 3, 4, 5 Y 6 EN LA CIUDAD DE CARTAGENA.

DANIEL ALBERTO MARTINEZ CAMPO

JORFRED NAOKI LUNA MENDOZA

DIRECTOR DEL PROYECTO:

CLARISEL MENDOZA

CARTAGENA DE INDIAS

2013

DEDICATORIA

DANIEL ALBERTO MARTINEZ CAMPO

“Agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos”.

“A mi madre Mercedes Campo por su amor, comprensión y paciencia.”

“A mí querida novia Lourdes Saah, por su lealtad y serenidad que me alientan a la vida.”

“A mis amigos, por sus apoyos.””

JORFRED NAOKI LUNA MENDOZA

“A Dios, que me permitió la luz para prepararme y cumplir la misión que me encomendó.”

“A mis padres Xiomara Mendoza y Rodrigo Luna, por su amor y apoyo incondicional.”

A mis hermanos, por sus ánimos.

“A mi asombrosa novia Estephanya Pacheco por darme apoyo incondicional en los momentos mas difíciles”

AGRADECIMIENTOS

“A la Universidad tecnológica de bolívar, por darnos la oportunidad de asistir a una institución tan grande y exitosa”,

“Un total agradecimientos a todos nuestros maestro que tuvieron la oportunidad de enseñarnos todo lo aprendido para usarlo en nuestro trabajo de grado”

“A la Dra. Clarisel Mendoza, quien nos oriento con sus mejores aportes académicos, su dedicación, amor y valentía, logrando despertar en nosotras motivos de trabajo y de transformación humana.”

“A nuestros compañeros, quienes nos ayudaron a desarrollar la amistad y la empatía necesarias para trabajar en equipo y lograr construir juntas una propuesta de reflexión ética, válida para la sociedad empresarial colombiana.”

TABLA DE CONTENIDO

	PÁG.
Introducción	
0.1 Descripción del problema	8
0.2 Formulación del problema	9
0.3 Objetivos	10
0.4 Justificación	11
0.5 Marco Teórico	12
0.6 Marco Referencial	14
0.7 Metodología	15
0.8 Recursos	16
0.9 Cronograma	17
0.10 Marco Legal	18
0.11 Delimitación	20
0.12 Diseño Metodológico	21
1 Estudio de Mercado	22
1.1 Definición de los productos o servicios	22
1.1.1 Características físicas y químicas	23
1.1.2 Clasificación del bien	24
1.2 Análisis del Mercado	26-27
1.2.1 Desarrollo de la Prestación de Servicios	24
1.2.2 Análisis de los Hogares	26
1.3 Análisis de la demanda	28
1.3.1 Mercado Meta	27
1.3.2 Perfil del Cliente	22
1.4 Realización del Estudio de Campo	28
1.4.1 Tabulación de los Datos de fuentes Primarias	23
1.4.2 Análisis de Estudio de Campo	29-38
1.5 Estrategias de Mercado	39
1.5.1 Estrategias de Distribución	39
1.5.2 Estrategias de Precios	39
1.5.3 Estrategias de Promoción	41
1.5.4 Estrategias de Comunicación	41
1.5.5 Estrategias de Servicios	42
1.6 Justificación de la Proyección de Ventas	46
2.1 Estudio Técnico	47
2.2 Necesidades y Requerimientos	47
2.3 Dotación del Personal	48
2.4 Costo de la Mano de Obra	48
2.5 Gastos Fijos de servicio público	48

2.6	Cálculo del Costo de Servicio	49
2.7	Costo de la Mano de obra	50
2.7.1	Costo de la Proyección de la mano de Obra Anual	51
2.7.2	Calculo del Punto de Equilibrio	51
2.8	Ubicación de la oficina	52
3.1	Estudio Organizacional	53
3.1.1	Estructura administrativa	54
3.2	Funciones y perfiles	57-60
3.3	Proceso inducción, formación y evaluación del personal	57
3.3.1	Procedimiento de inducción	58
3.3.2	Inducción General	58
3.3.3	Inducción Especifica a cada Cargo	59
3.4	Proceso de Implementación de Cargos	60
3.5	Estrategias de la Empresa	61
3.5.1	Estrategias de aprovisionamiento	61
3.6	Filosofía Organizacional	62
3.6.1	Misión	62
3.6.2	Visión	62
3.7	Marco Legal	63
3.7.1	Aspectos legales y Constitución de la Empresa	63
3.7.2	Responsabilidad social	64-67
3.7.3	Aspectos Legales	67
4.1	Estudio Financiero	68
	Proyección Estado de Resultado	68-71
4.2	Inversiones	72
4.3	Conclusión	74
4.3.1	Viabilidad Financiera	74
4.3.2	Viabilidad Comercial	74
4.4	Impactos	77
4.4.1	Impacto Social	77
4.4.2	Impacto Económico	78
4.4.3	Impacto Ambiental	79
4.4.4	Impacto Regional	79
4.5	Aspectos Administrativos	80
4.5.1	Presupuesto	80
4.5.2	Cronograma	81
	Conclusiones	
	Recomendaciones	
	Bibliografía	
	Anexos	

LISTA DE TABLAS

	PÁG.
Tabla N° 1	
Recursos	16
Tabla N° 2	
Cronograma	17
Tabla N° 3	
Proyección de Precios	44
Tabla N° 4	
Proyección de ventas mensuales	45
Tabla N° 5	
Presupuesto de Inversión	47
Tabla N° 6	
Proyección costo de la mano de obra anual	48
Tabla N° 7	
Gastos fijos y de Servicios Públicos	48
Tabla N° 8	
Calculo del Costo de Servicio	49
Tabla N° 9	
Proyección Costo de Mano de Obra Anual	50
Tabla N° 10	
Calculo del Punto de Equilibrio	51
Tabla N° 11	
Estudio Financiero	68-71
Tabla N° 12	
Proyección Estado de Resultado	68
Tabla N° 13	
Presupuesto de Inversión	72
Tabla N° 14	
Flujo de Caja Neto	73
Tabla N° 15	
Presupuesto Capital de Trabajo	80
Tabla N° 16	
Cronograma	81

INTRODUCCIÓN

En la actualidad es cada vez más común que las mujeres se sumen a la fuerza laboral, esto genera la necesidad de que las tareas del hogar no remuneradas ejercidas anteriormente por la “mujer de la casa” sean delegadas en su mayoría a empleadas domésticas “por días”. Esta demanda también aumenta por la insuficiencia de la asistencia institucional a niños y ancianos.

Las personas que contratan una empleada “por días”, se encuentran con problemas como absentismo frecuente, baja calidad del servicio, abandono definitivo o temporal del trabajo sin aviso previo, hasta delitos como robo, abuso de confianza, maltrato a los integrantes indefensos a su cuidado (niños y ancianos); además que no es fácil contratar servicios para realizar los quehaceres del hogar, ya que generalmente estos son recomendados por conocidos o compañeros de trabajo. En oposición, las personas contratadas directamente para realizar actividades domésticas, se encuentran expuestas a maltratos, son vulnerables a abusos y explotaciones, no tienen una descripción precisa de las labores ni horario, no se encuentran vinculadas a seguridad social ni ARP, en caso de embarazo son desvinculadas de sus labores, y sumada a esta problemática se presenta alta rotación, que se genera por la informalidad del sector.

Por consiguiente, para beneficio de las partes es imperativo formalizar los servicios profesionales del hogar, en donde se garantice para la empleada un horario, un salario y unas funciones definidas, y para el usuario (en este caso familias) un servicio de calidad, similar al que prestan las empresas de outsourcing de aseo a los diferentes sectores de económicos.

De igual forma, para los servicios prestados a los diferentes sectores económicos es necesario que la empresa este en contacto constante con el cliente así prestar un servicio óptimo, confiable y flexible, diseñado específicamente para cada cliente y que pueda responder rápidamente a las solicitudes diarias.

0.1

DESCRIPCION DEL PROBLEMA

“Entre 1984 y 2002 se presentó una caída permanente en la proporción de hogares colombianos que utilizan personal asalariado para trabajo doméstico (“servicio doméstico”). Para estudiar este hecho utilizamos un modelo teórico de la decisión del hogar de tener o no tener servicio doméstico, y realizamos una estimación econométrica de tal probabilidad. Dicha probabilidad se ve afectada no sólo por las decisiones de demanda de los hogares sino también por las de oferta de las personas dedicadas a este oficio”¹.

Por otra parte no se podría imaginar una sociedad donde las labores domésticas no se realicen, hacen parte de la cotidianidad de mujeres y hombres. Nos vestimos, comemos, aseamos el sitio de habitación, cuidamos los menores y personas mayores, es decir estas actividades son absolutamente necesarias para la subsistencia humana y social. Podremos vivir siglos sin carros o sin televisión, pero no podremos vivir aún sin alimentos preparados.

Pero el principal motivo de estimación en estudios socioeconómicos, es que en la ciudad de Cartagena no se implementa este servicio de manera formal en el que ambas partes, es decir hogar y el servicio doméstico se le dé el valor y respeto que estos se merecen eh aquí una propuesta diferente en la ciudad promoviendo la formalidad del servicio de igual forma dando calidad, seguridad y confianza al solicitar ya no una empleada si no un servicio doméstico.

¹ Califa Garzón Cindy Lorena, Plan de negocio para la creación una de empresa de prestación de servicios generales para el hogar, la industria y comercio, 2012, Página 18.

Causas

- En la ciudad de Cartagena no existe una empresa legalmente constituida que ofrezca este tipo de servicio.
- En la ciudad de Cartagena no existe un mercado que tenga esa cultura con respecto a este tipo de servicio.

Consecuencias

- En la población cartagenera no existe formalidad al contratar las empleadas domesticas
- La presencia de inseguridad en los hogares.
- Insatisfacción por parte de los cartageneros por parte de sus empleadas domésticas.

0.2 Formulación del problema.

¿Qué tan viable es constituir en la ciudad de Cartagena una empresa de suministro de servicio domésticos y oficios varios para los hogares de estrato 3, 4, 5 y 6?

0.3 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la viabilidad económica de la constitución de una empresa de suministro de servicio domésticos y oficios varios para los hogares de estrato 3, 4, 5 y 6, en la ciudad de Cartagena.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la posible demanda de la prestación del servicio.
- Realizar un estudio financiero que permita determinar la viabilidad económica del desarrollo del proyecto.
- Determinar la viabilidad técnica del desarrollo del proyecto.

0.4

JUSTIFICACION

La realización de éste proyecto es de significativa importancia porque con la implementación de este plan de negocio se creara una empresa que ofrecerá un personal selectivo en cuanto a la prestación de personal doméstico para el hogar, en el cual tradicionalmente ha sido prestado de manera muy informal y poco técnica. Prestar un servicio donde lo fundamental sea la seguridad y confianza para las familias al contratar personal doméstico.

Por otra parte es un proyecto en el que en la ciudad de Cartagena no se ha implementado y a causa de esto la ciudad permanece con inseguridades en sus hogares, la idea de este proyecto es reducir estos problemas que de manera informal día a día se contrata a este personal que posiblemente es idóneo pero no seguro para su hogar. Además gracias a este proyecto se llegaría a culturizar al mercado de Cartagena de este tipo de servicio de manera profesional.

Por ultimo una de las razones más importante para el desarrollo del proyecto el cual se ha venido debatiendo es darle un valor y una dignidad al trabajo de empleadas domésticas. Donde las empleadas que ejercen esta labor sientan que su trabajo es valorado como cualquier otro, que se considere como una profesión

0.5

MARCO TEORICO

“El objeto de estudio se centra en el análisis del trabajo doméstico, desde un punto de vista productivo, necesario y con un enfoque de género.

Tradicionalmente la sociología del trabajo ha venido definiendo su objeto principal de investigación exclusivamente en referencia a la producción económica de bienes y servicios. En este marco teórico, el concepto de trabajo sólo intervenía para el análisis sociológico de las actividades consideradas profesionales. Por este motivo, los análisis del trabajo profesional de las mujeres quedaban relegados a la marginalidad en un acusado.

La cuestión común que se plantea en los estudios sobre trabajo doméstico reside en si se considera o no un trabajo productivo.

Sería difícil imaginarnos una sociedad donde las labores domésticas no se realicen, estas hacen parte de la cotidianidad de mujeres y hombres. Nos vestimos, comemos, aseamos el sitio de habitación, cuidamos los menores y personas mayores, es decir estas actividades son absolutamente necesarias para la subsistencia humana y social. Podremos vivir siglos sin carros o sin televisión, pero no podremos vivir aún sin alimentos preparados.

Desde que conocemos la historia de la humanidad éstas actividades fueron realizadas por mujeres, asignándoseles como parte de su rol reproductivo. En la esclavitud la realizaron las mujeres, ya no para su propio núcleo familiar sino para otros y otras.

Una vez que termina la esclavitud, éstas labores realizadas para otros y otras por las mujeres más pobres de la población, tienen una compensación, caracterizada por el intercambio en beneficios; por la comida, la vivienda, el vestido y

considerando a la mujer que las desarrollaba una persona no productiva a la que se hacía un “favor” dejándola realizar labores domésticas para poder subsistir. De esta manera va naciendo la mujer que hoy denominamos TRABAJADORA DOMÉSTICA.

Aún sin la esclavitud, las mujeres que desarrollaban las labores domésticas para terceros, fueron durante cientos de años tratadas como esclavas, sin horarios definidos, sin horas de descanso, sin remuneración en dinero. Sin educación y con exigencias por parte de los terceros de colocar su cuerpo como objeto de servicio.”²

Cita: tomado de una investigación del Ministerio de la protección social. Colombia

²*Sandra Lauderdale Graham, El servicio doméstico en Colombia desde 1890*

“En las últimas décadas, la situación de las mujeres colombianas ha experimentado varios cambios, ya que las mujeres han aumentado significativamente su participación en el mercado laboral. Según Lara (2006), entre 1994 y 2002 disminuyó la proporción de mujeres que no tienen ingresos propios. En las zonas urbanas, la tasa de participación de las mujeres pobres en la actividad económica aumento 14 puntos (52,5), mientras que de las mujeres no pobres aumentó 6 puntos (60,8).

Esto genera nuevas necesidades en términos de cuidado de menores y personas dependientes, y oficios del hogar, ya que la figura de la mujer en casa a tiempo completo ha desaparecido, y se han complejizado las necesidades en materia de servicios que faciliten la compatibilización de la vida laboral y familiar.

Pero de igual forma, según Castro, las labores del hogar quedan, en su mayoría, a cargo de la mujer que dedican tiempo a parte de trabajar a realizar las labores domésticas. Por consiguiente, el 42% de las mujeres eventualmente paga a otra persona para realizar parte de los oficios domésticos. De acuerdo a Borrero (2007), sólo el 0,5% de los hogares colombianos tiene empleada doméstica interna aumentando la preferencia por la empleada doméstica por días o por horas.

Como las mujeres se han sumado a la fuerza laboral, es menor el tiempo que dedican a sus hijos y al hogar, por eso externalizar las labores de cuidado es una alternativa, que usan frecuentemente familias de clase media y alta de la población, que emplean personas para que realicen actividades de limpieza, cocina y cuidado de personas dependientes, generalmente de forma ocasional mediante el pago por labor o por días.

El Ministerio de Protección Social señala que “Por definición un trabajador del servicio doméstico es aquella persona natural que, a cambio de una remuneración presta su servicio personal en forma directa, a una o varias personas naturales, para ejecutar tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños y demás labores propias del hogar. Es una tarea que cumple de manera habitual, bajo subordinación o dependencia, residiendo o no en el lugar de trabajo”.

Esta persona que ofrece el servicio doméstico debe recibir un salario que no puede ser inferior al salario mínimo legal vigente, bien sea en dinero o parte en especie, y prestaciones sociales. Pero generalmente éste trabajo se desarrolla de manera informal y bajo condiciones pactadas verbalmente.”³

0.7 METODOLOGIA

La metodología de estudio que se utilizarán para la recolección de la información, serán todas las posibles que nos permitan obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta el procedimiento, las condiciones y lugar de recolección de datos; la principal fuente de información para este proyecto es la primaria, entendiendo esta como, aquella información que se obtiene directamente de la realidad misma, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa, ya que es la que el emprendedor recoge por sí mismo a través del contacto con la realidad. La técnica más eficiente para este proyecto es la encuesta.

³Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE).

0.8 RECURSOS

DETALLE	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Asesoría particular	1	\$800.000	\$800.000
Gastos de Transportes	Global	\$150.000	\$150.000
Gastos de Papelería y fotocopias	Global	\$50.000	\$50.000
TOTAL			\$1.000.000

0.9 CRONOGRAMA

MESES	OCT/2012				NOV/2012				DIC/2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración y presentación de anteproyecto	■	■										
Diseño de Instrumento de recolección de información, prueba piloto			■									
Aplicación de Encuestas					■	■						
Desarrollo de objetivos								■				
Entrega del Proyecto										■		

0.10 MARCO LEGAL

Desde la óptica legal se estará vinculando el Personal que prestara el Servicio mediante contrato laboral en las diferentes modalidades que permite el Código Sustantivo del Trabajo, siendo claro que independiente de la modalidad el Contrato será a término fijo y mientras permanezca el servicio que se ha contratado con la empresa, ahora bien si el servicio solicitado es por horas todo los conceptos se liquidaran proporcionalmente .Para la celebración de estos contratos con el personal se exigirán los documentos de Ley previa selección y capacitación de las mismas.

También se contempla dentro de los trámites legales el adquirir la Póliza de garantía, por cierto tipo de pérdidas y daños en la prestación del servicio previa investigación por parte de la empresa, este instrumento hace parte del Contrato de Prestación de Servicio que celebrara la Empresa con el Cliente.

El Contrato de Prestación, de Servicios que se celebra con los Usuarios, tendrá las características de un Contrato Comercial de acuerdo al art.20 Numeral 14 del Código de Comercio como son el Objeto; Obligaciones; Termino; Incumpliendo con sus respectivas sanciones por último el valor la forma de pago.⁴

Con respecto al bienestar del personal de la empresa, se acobijara con afiliaciones a un sistema de salud contra riesgos y accidentes además una EPS.

⁴ Ministerio de salud y protección social, www.minsalud.gov.co.

0.11 DELIMITACION

DELIMITACION ESPACIAL

El proyecto se ejecutara en los estratos 3,4,5,6 de la ciudad de Cartagena.

DELIMITACION TEMORAL

Este proyecto se pretende estudiar y desarrollar en un tiempo no mayor a 4 meses.

0.12 DISEÑO METODOLOGICO

TIPO Y ENFOQUE DE INVESTIGACION

La investigación que se pretende desarrollar es de naturaleza descriptiva, ya que permite definir los aspectos, elementos y necesidades requeridas para elaborar un estudio de factibilidad para el montaje y puesta en marcha de una empresa prestadora de servicios domésticos en la ciudad de Cartagena.

TIPO DE INVESTIGACION

FUENTES DE INFORMACION

FUENTES PRIMARIAS

La fuente de información es obtenida directamente de la realidad misma, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa ya que el emprendedor recoge la información directamente con la realidad, en este caso por medio de encuesta.

FUENTES SECUNDARIAS

Las técnicas que se utilizaran en la recolección de información de fuentes secundarias, en la realización del proyecto, en este caso la fuente de información es el conjunto de todas las etapas de la Encuesta Nacional de Hogares y de la Encuesta Continua de Hogares para las siete mayores ciudades. También se seleccionara información de las diferentes normas y decretos.

TIPO DE MUESTRO, UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se utilizará un muestreo no probabilístico a juicio para poblaciones finitas, ya que este método se caracteriza porque no se necesita de un marco muestral por cuanto lo más importante es la argumentación e interpretación que el investigador haga después de conocer sus resultados.

El criterio fundamental de este tipo de muestreo es seleccionar unidades de análisis que entreguen información relevante. “No obstante, dado que no existe un proceso de aleatoriedad no es posible controlar el error de muestreo. Existen varias clases de muestreo no probabilístico.

Para el desarrollo de la presente investigación se ha identificado que la población de interés está conformada por Los hogares ubicados en el sector. La unidad de análisis la conforman los hogares localizadas en el sector de estratos 3, 4, 5, 6 de la ciudad que manifiestan disposición a responder el cuestionario. Los elementos de la muestra serán preferiblemente a hogares que soliciten el servicio doméstico.

Formula.

$$z^2 \cdot N \cdot p \cdot q$$

$$n = \frac{\quad}{\quad}$$

$$(E^2 \cdot (N-1)) + ((z^2) \cdot p \cdot q)$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población o universo

z= constante que depende del nivel de confianza que asignemos 1,96 para el 95%

p= Frecuencia esperada del factor a estudiar

q= 1- p

E= Precisión o error admitido

n = Tamaño de la muestra

N=130.219

Z=(1,96)²

P=0,5

q=0,5

E=0,05

MANEJO O ANALISIS DE LA INFORMACION

Se realizará a través del análisis e interpretación de los resultados de toda la información recopilada, la cual servirá para hacer un análisis deductivo de la misma y poder determinar a través del estudio de factibilidad si este proyecto es o no viable y rentable.

CAPITULO I

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 DEFINICIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Definición de los productos o servicios a ofrecer.

En el caso del proyecto en estudio el numeral anterior aplica a la definición del servicio debido a que la futura empresa se dedicará a la prestación de servicios domésticos.

- Labores de la casa
- Cuidado para niños
- Cuidado para tercera edad
- Empleadas Express

1.1.1 Características físicas y químicas.

El servicio como tal no posee características físicas y químicas, pero los instrumentos que se emplearan en la prestación del servicio tendrán relación directa con mediciones físicas como lo son: desinfectantes, detergentes y otros productos que se utilizaran para la limpieza de los oficios varios. . Se pueden resaltar las características de tipo cualitativo y cuantitativo como lo son: precios competitivos, respuesta de requisición oportuna, seguimiento de obras y trabajos realizados.

1.1.2 Clasificación del bien.

El bien es de carácter intangible por tratarse de un servicio, como tal no posee características físicas tangibles ni químicas, se pueden resaltar las características de tipo cualitativo y cuantitativo como lo son: servicio a tiempo, precios competitivos, respuesta de servicio oportuno, seguimiento de servicios prestados. Con respecto a empaque, envase, marca, embalaje, no aplica para el caso del proyecto en estudio, por tratarse de un servicio.

1.2 ANALISIS DE MERCADO

1.2.1 DESARROLLO DE LA PRESTACION DEL SERVICIO DOMESTICO

Entre 1984 y 2002 se presentó una caída permanente en la proporción de hogares colombianos que utilizan personal asalariado para trabajo doméstico (“servicio doméstico”). Para estudiar este hecho utilizamos un modelo teórico de la decisión del hogar de tener o no tener servicio doméstico, y realizamos una estimación econométrica de tal probabilidad. Dicha probabilidad se ve afectada no sólo por las decisiones de demanda de los hogares sino también por las de oferta de las personas dedicadas a este oficio. Las variables explicativas del modelo son el nivel educativo del jefe del hogar en relación con el del servicio doméstico, el número de desempleados en el hogar, la riqueza del mismo y el número de personas que requieren cuidado (personas incapacitadas e inválidas, personas en la primera infancia y mayores de 80 años). Todas las variables son significativas a lo largo del período de estudio 1984-2002 y tienen el signo esperado. En materia de pronóstico el modelo se desempeña bien. La fuente de la información es el conjunto de todas las etapas de la Encuesta Nacional de Hogares y de la Encuesta Continua de Hogares para las siete mayores ciudades.

Durante los últimos decenios se ha observado una tendencia creciente de los niveles educativos de Colombia. Muestra de ello es el número promedio de años de educación de los jefes de hogares que cuentan con una o más personas dedicadas al servicio doméstico. Igual sucede con el número medio de años de educación de jefes de hogares que no cuentan con personas contratadas para tal efecto y con el de las personas que se dedican al servicio doméstico. Más importante aún, la relación entre la educación de los jefes de hogares con servicio doméstico y la educación del personal de servicio doméstico (denominado, en lo

que sigue, servicio doméstico) ha presentado una caída importante, más pronunciada incluso que la que se presenta con la relación de la educación de los jefes de hogares sin servicio doméstico a educación del servicio doméstico. En todo caso, lo anterior sugiere que la tasa de crecimiento de la educación del servicio doméstico ha sido mayor que la de los jefes.

El aumento tan importante que se presentó en la educación promedio del servicio doméstico es la base de la hipótesis que adelantamos en este trabajo: los contratos para realizar labores propias del servicio doméstico han sido cada vez menos frecuentes en los últimos veinte años porque el servicio doméstico se ha hecho más costoso, entre otras razones, por ser más educado.

Nuestro punto de partida es la consideración del bienestar del hogar. Suponemos la existencia de un hogar típico integrado exclusivamente por el núcleo familiar (padre, madre e hijos) en el cual las decisiones se toman por un agente representativo. El objetivo del agente representativo es maximizar el bienestar del hogar típico, que depende, por hipótesis, de dos argumentos, consumo y tiempo de descanso (incluyendo tiempo para actividades de estudio y recreación). Este último, de una manera amplia, también se denomina ocio, según la tradición entre los economistas.

1.2.2 ANÁLISIS DE LOS HOGARES

Según datos de la secretaria de planeación de la Ciudad de Cartagena de indias se obtiene la siguiente información.

La proporción de las viviendas en Cartagena por estratos es la siguiente: 35% son de estrato 1; 30% de estrato 2; 20% de estrato 3; 6% de estrato 4; 4% de estrato 5, y 4% de estrato 6. De lo observado en los mapas de la herramienta, resulta evidente la concentración de los estratos por zonas de la ciudad, especialmente los estratos altos:

- Estrato 1: Está concentrado en las UCG 4, 5, 14 y 6, sobretodo en la 6 donde hay 12.895 que corresponden al 90% del total de viviendas en esa UCG. Donde menos se registran es en la 1 y 2, con valores absolutos mínimos.
- Estrato 2: En todas las UCG existe un número importante de viviendas en estrato 2 que oscila entre 1.168 (comuna 11) y 5.173 (comuna 7), salvo en la UCG 1 que tan sólo registra 40.
- Estrato 3: Es la UCG 12 la que concentra el mayor número de viviendas estrato 3 en Cartagena; son en total 12.089, lo que equivale al 38% del total de viviendas de este estrato en la ciudad. Le siguen la 9 con bastante menos (3.651), y la 7 y 10. Las que menos registran viviendas estrato 3 son la UCG 6 con 24, seguida por la 4 con 182 y la 11 con 206.
- Estrato 4: No se registran viviendas estrato 4 en las UCG 5, 6, 11 y 15, ni es significativo su número en la 4, 9 y 3. Las que más registran viviendas estrato 4 son en su orden: 1 (2.895), 13 (1.744), 8 (1.249) y 7 (1.223). Estas 4 comunas concentran el 72% del total de viviendas de estrato 4.
- Estrato 5: La UCG 1 concentra el 98% de las viviendas de estrato 5, un total de 6.150.
- Estrato 6: El 100% de estas viviendas (5.842) se ubican en la UCG 1.

1.3 ANÁLISIS DE DEMANDA

1.3.1 MERCADO META

CAMPO & SAAH está dedicada a profesionalizar la prestación de servicio de personal para oficios domésticos destinado a hogares ubicada en la ciudad de Cartagena, se busca prestar un servicio donde lo principal sea brindar confianza credibilidad y seguridad. También teniendo en cuenta el ingreso promedio que tienen los hogares en los sectores de la ciudad con estratos del 3 al 6 ya que es de vitalidad para el servicio que vamos a ofrecer, por lo tanto de esta manera podemos saber que si estará en condiciones de comprar servicio.

Nuestro mercado potencial para el servicio que vamos a ofrecer en la ciudad de Cartagena sin discriminación de estratos asciende a 53.931 hogares que necesitan empleadas con competencias laborales en donde se les garantiza la calidad y seguridad del servicio

Nuestro mercado objetivo para el servicio que vamos a ofrecer en la ciudad de Cartagena asciende a 35.255 hogares perteneciente a los estratos 3, 4, 5,6 que necesitan empleadas con competencias laborales en donde se les garantiza la calidad y seguridad del servicio y con poder adquisitivo para solicitar este servicio.

El primero año vamos a penetrar el mercado con el 0,17% del mercado objetivo lo cual asciende a 60 hogares.

1.3.2 Perfil del cliente

Hogares perteneciente de la ciudad de Cartagena estratos 3,4, 5,6 que tengan la necesidad de contratar la gama de servicio que se la garantice la idoneidad, la seguridad y la calidad del servicio.

1.4 REALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE CAMPO

Las técnicas que se utilizarán para la recolección de la información, serán todas las posibles que nos permitan obtener la información necesaria para el desarrollo del proyecto, teniendo en cuenta el procedimiento, las condiciones y lugar de recolección de datos; la principal fuente de información para este proyecto es la primaria, entendiendo esta como, aquella información que se obtiene directamente de la realidad misma, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa, ya que es la que el (la) emprendedor (a) recoge por sí mismo a través del contacto con la realidad. La técnica más eficiente para este proyecto es la encuesta.

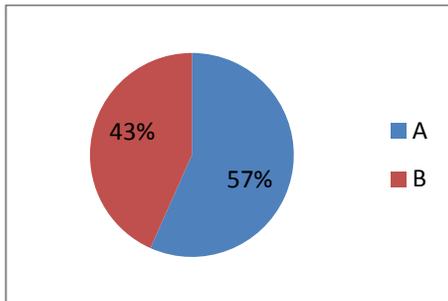
1.4.1 Tabulación de datos de fuentes primarias

La recolección de la información se llevó a cabo por medio de encuestas, a los hogares de estratos 3, 4, 5, 6 de la ciudad de Cartagena. No se presentaron dificultades para realizar la encuesta, en donde el encuestado se tomó tiempo sin intervenir en sus funciones, lo cual generó respuestas sin presión y ningún tipo de influencia con la presencia de un encuestador.

1.4.2 ANÁLISIS ESTUDIO DE CAMPO

PREGUNTA -1

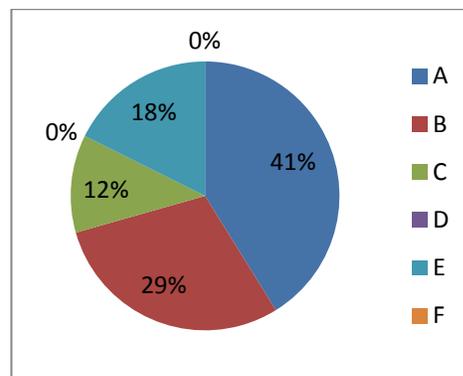
¿Recurre usted al servicio de empleadas domésticas?



En esta grafica valoramos que el 57 % de las personas recurre a este servicio en la ciudad de Cartagena a diferencia de las que no recurren a este servicio con un porcentaje del 43%, esto nos indica que el mercado del servicio doméstico se encuentra activo en la ciudad de Cartagena.

PREGUNTA -2

Si su respuesta fue Si, indique cual fue la razón más importante por la que usted busca este servicio?

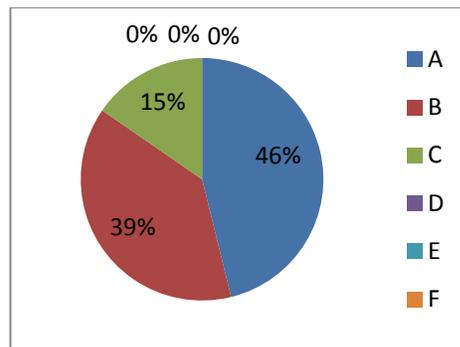


En la ciudad de Cartagena las personas recurren más a este servicio por necesidad que por cualquier otro motivo. En la gráfica anterior se muestra los siguientes indicadores: con un 41% solicitan el servicio por necesidad, 29% lo

solicitan por falta de tiempo el 12 % se identifica que solicita el servicio porque no les gusta hacer los quehaceres de la casa y el 18% por incapacidad, de esta forma se identifica la razón por la cual solicitan este servicio.

PREGUNTA – 3

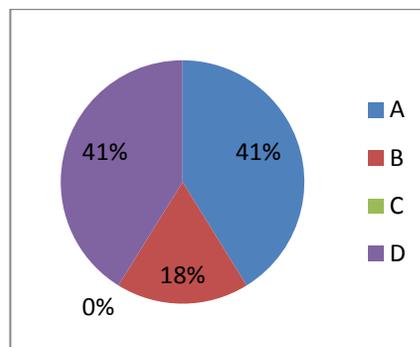
¿Si su respuesta fue No, indique cual fue la razón más importante por la que usted No recurre a este servicio?



Esta grafica representa el motivo por el cual las habitantes de la ciudad de Cartagena no recurren al servicio doméstico, con el 46% de las personas no tienen dinero, el 39% no tiene necesidad, el 15% no le gustan los extraños en la casa y el resto de las opciones no son de mayor importancia.

PREGUNTA -4

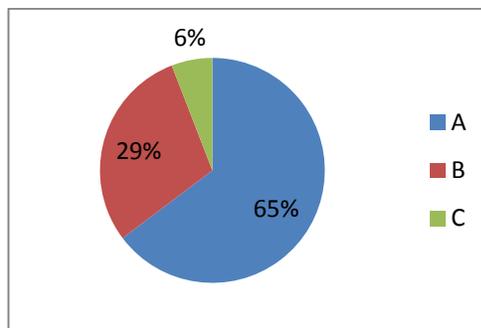
¿Con que frecuencia recurre usted al servicio de empleada doméstica?



La constancia en el que recurren a este servicio en la ciudad de Cartagena es por motivos de tener una empleada doméstica de manera permanente o contratadas por urgencias, resaltamos que el servicio a ofrecer de la futura empresa es de servicio doméstico, esto será fortalezas en el mercado ofrecido.

PREGUNTA – 5

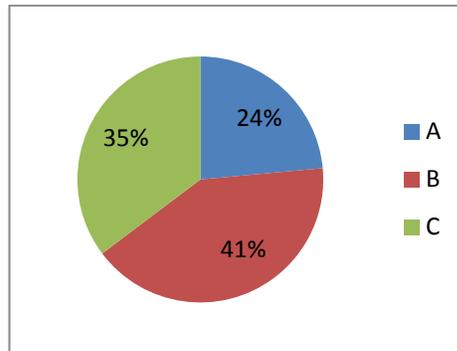
¿Cómo selecciona el servicio de empleada doméstica?



El servicio doméstico en la ciudad de Cartagena se contrata o se selecciona por recomendación personal con un 65% del total de la población representativa es por recomendación personal, el 29% es por recomendación familiar y el 6% por alguna bolsa de empleo. Cabe destacar que en la ciudad de Cartagena no se maneja una formalidad en el servicio doméstico y como innovadores en la ciudad en cuanto a la formalidad del servicio se representa como oportunidad para la empresa.

PREGUNTA 6

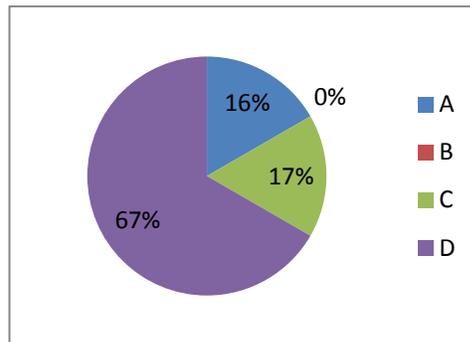
¿De qué forma paga el servicio prestado?



El 41% de las personas prefieren pagar su servicio doméstico quincenal y el resto se reparte entre en un 24% para el pago mensual del servicio doméstico y un 35% de pagos por días trabajados.

PREGUNTA 7

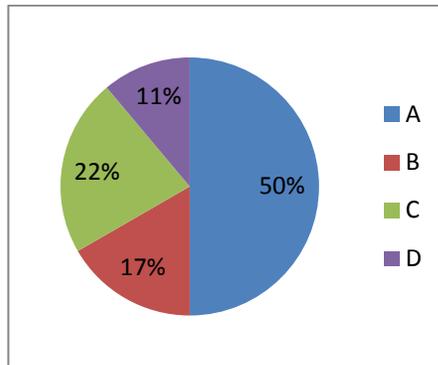
¿Qué es lo que más le agrada del servicio que actualmente consume?



El total de la población le agrada y prefiere este servicio por satisfacer sus necesidades, en la gráfica indica que es la respuesta más calificada con un 67% el resto de la población se reparte de la siguiente manera con un 16% por comodidad, 17% por seguridad y la menos referenciada con un 0% que es el precio del servicio.

PREGUNTA 8

¿Cuánto paga usted por el servicio de empleadas domésticas diario?

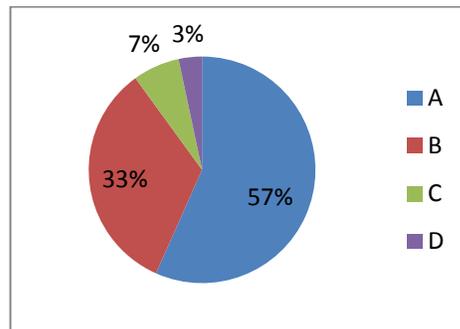


PREGUNTA 9

Ninguna de estos servicios son prestados en la actualidad por los hogares de la ciudad de Cartagena.

PREGUNTA 10

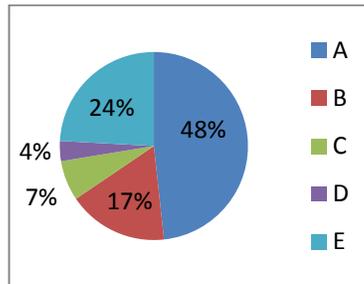
¿Estaría usted dispuesto a contratar este servicio descrito anteriormente?



La población encuestada de la ciudad de Cartagena estaría dispuesta a solicitar el servicio de empleadas domésticas de manera técnica y calificada desde el punto de vista profesional y legal, con preferencia de un 57% completamente seguro de que si lo solicitaran, el resto de la población restante se reparte de la siguiente manera con un 33% de la población en el que prefieren pensarlo en el momento de la prestación del servicio, el 7% podría no contratarlo y el 3% están seguro de que no lo contrataría. Cabe destacar que la empresa tendrá un buen recibimiento a los hogares de la ciudad de Cartagena.

PREGUNTA 11

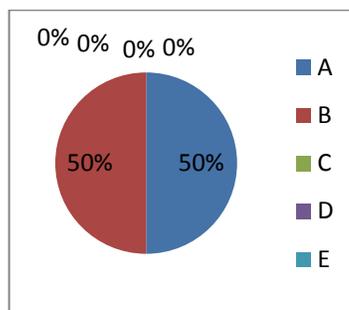
¿Si su respuesta fue Si, indique cual es la razón más importante por la que usted recurriría a este servicio?



La razón por el cual la población recurriría a este servicio doméstico sería: por necesidad con un porcentaje del 48%, falta de tiempo con un porcentaje de 17%, no le gustan hacer los quehaceres de la casa, con un porcentaje de 7%, por incapacidad un 4% y 24% por cansancio, valor representativo de la población en el cual se da la razón más importante en la que recurriría al servicio doméstico.

PREGUNTA 12

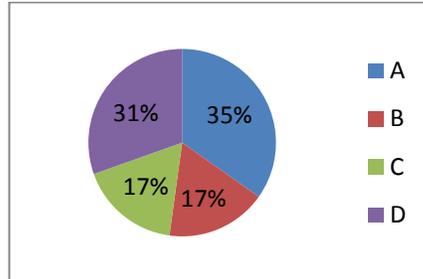
¿Si su respuesta fue No, indique cual fue la razón mas importante por la que usted No recurriría a este servicio?



La razón por la cual no recurrían a este servicio como lo indica la grafica el 50% no tienen dinero y el otro 50% no tienen necesidad.

PREGUNTA 13

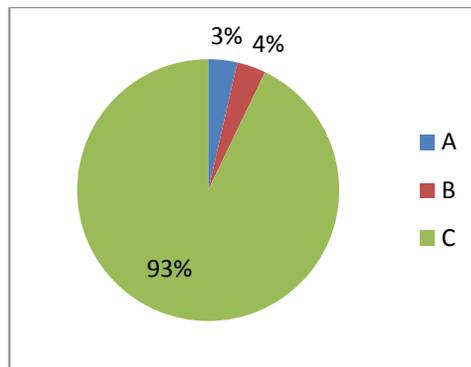
¿Con que frecuencia contrataría usted el servicio?



La frecuencia en la que contratarían al servicio doméstico lo prefieren permanente esta refleja un 35% de la población en la que prefieren una empleada doméstica permanente el 17% por urgencia, una vez por semana indica que igual que por urgencia es un 17% y un 31% dos veces por semana contrataría este servicio para los hogares de la ciudad de Cartagena.

LA PREGUNTA 14

¿Dónde solicitaría este servicio?

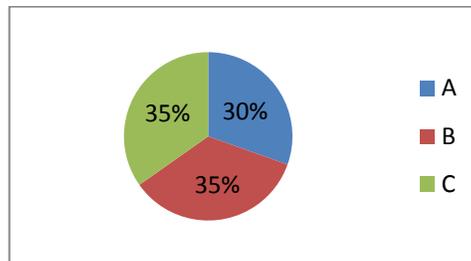


Los hogares de la ciudad de Cartagena estarían dispuestos a solicitar el servicio con un 3% de los hogares solicitarían por recomendación de alguien, la segunda opción, con un 4% de los hogares encuestados lo solicitarían con algún familiar y el 93% de los hogares recurrirían con una agencia anteriormente descrita, cabe

destacar que el 93% de la población llegarían a la futura empresa de suministro de empleada doméstica a solicitar el servicio.

PREGUNTA 15

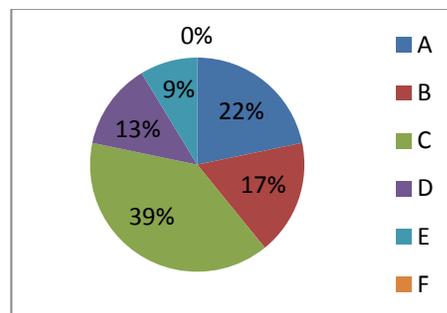
¿De qué forma pagaría el servicio prestado?



Los hogares encuestados en la ciudad de Cartagena se distribuyen de la siguiente manera de que manera pagaría el servicio prestado, con un 30% de los hogares prefieren pagarlo mensual, un 35% lo prefieren pagar quincenal, y el resto de la población con un 35% de la población lo pagarían por días trabajados.

PREGUNTA 16

¿Qué es lo que más le agradaría del servicio descrito anteriormente?

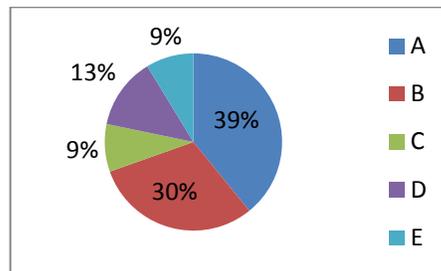


El servicio que se describió anteriormente a los hogares de la ciudad de Cartagena le agrada el servicio por seguridad y comodidad para sus hogares ya que actualmente la confianza en la ciudad para las empleadas domésticas no les garantiza la mayor confianza en sus hogares de esta manera se refleja en los siguientes puntajes: con un 22% los hogares le agrada este servicio por motivos

de comodidad para su familia, el 17% pertenecen a hogares que le agradaría el servicio por garantía en cuanto al servicio prestado por parte de la futura empresa, el 39% representa la mayor parte de los hogares que prefieren este servicio por seguridad para su familia, 13% por formalidad del servicio doméstico, y el 9% representa a los hogares que le agrada el servicio por satisfacer las necesidades de su hogar.

PREGUNTA 17

¿Qué tarifa diaria usted le pondría al servicio descrito anteriormente?



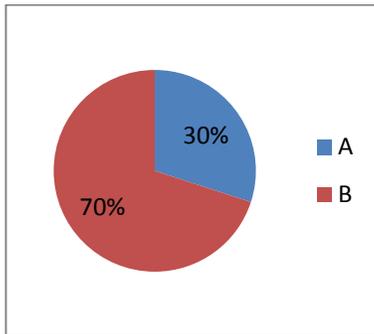
Los hogares de la ciudad de Cartagena le dieron tarifa al servicio diario de empleada doméstico y estos fueron los resultados:

Entre \$10.000 y \$20.000, el porcentaje de este rango fue del 39% de los hogares que pagarían por este servicio diario, el 30% de los hogares pagarían entre \$20.001 y \$30.000 al servicio doméstico diario, entre \$30.001 y \$40.000 el porcentaje fue del 9%, Más de \$40.001 y \$50.000 se representa en un 13% y Más de \$50.001 en un 9% de los hogares pagarían por este servicio diario

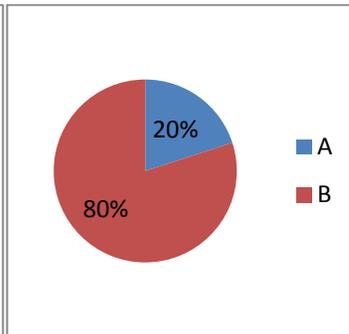
PREGUNTA 18

Además del servicio de empleadas domésticas, usted estaría dispuesto a solicitar algunos de los siguientes servicios domésticos

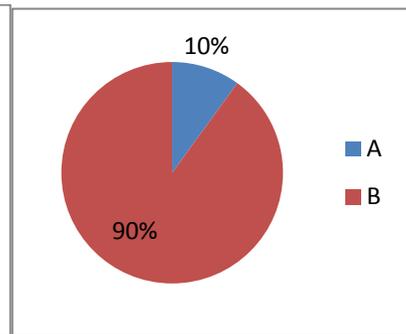
18.1



18.2



18.3



Además de un servicio doméstico se le ofreció otros servicios, que los hogares podrían estar dispuestos en el cual se interesaron en solicitar Cuidados de niños, cuidados de personas en tercera edad y cuidado de personas con incapacidad.

1.5 ESTRATEGIAS DE MERCADO

1.5.1 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCION

Hoy día se pretende tener una distribución de manera directa, debido a que el servicio que se futura prestar es directamente con el hogar o la persona que necesita, Debido a la naturaleza del mercado doméstico, el recurso humano de la empresa se centra en las mujeres cabezas de hogar en edad de 20 a 50 años de edad, ya que después de los 50 años de edad no tendrán el mismo rendimiento, los compradores, es decir los hogares que solicitaran la gama de servicios que vamos a ofrecer, La empresa se va a dirigir a estratos del 3 al 6, ya que son los hogares donde se solicita más este servicio; debido a la estabilidad económica de estos.

Este respectivo análisis de mercado se hizo con base a un estudio, en el que se hacían las encuestas de manera personal, por cual éstos eran dirigidas a hogares de estratos 3 al 6, de esta manera se concluyó que los hogares de los estratos antes mencionados tienen la estabilidad económica, es por ello que la empresa se va a dirigir más exactamente, por sectores en la ciudad de Cartagena de mayor estabilidad económica. La empresa se encargara también de llevar directamente el servicio que solicito a su domicilio esto tendrá gastos de administración en la cual incluimos un medio común de transporte de servicio público este tiene un valor de \$800.000 de pesos mensuales.

1.5.2 ESTRATEGIAS DE PRECIO

En el mercado de servicio doméstico en Cartagena, se implementara la estrategia de penetración el cual se fijara un precio que por hora tendrá una tarifa de \$7.500,

se considera que las horas trabajadas serán 8 horas al día, por ende la tarifa del servicio es de \$60.000 por día, para el servicio de oficios varios, cuidado de niños \$50.000, servicios de cuidado de personas de tercera edad \$55.000, para personas incapacitadas \$55.000 y servicio de conductor \$40.000 por día.

Se Considera que tener una buena reputación es el mejor valor diferencial con la competencia y a medida de que se vaya posicionando la empresa en el mercado meta se ira aumentado el costo del servicio que esta exige con validez de calidad y posicionamiento en la ciudad de Cartagena. De acuerdo con la tarifa que se está manejando en otras ciudades por empresas que ofrecen este servicio (solo empleada doméstica) es de \$70.000 por días y el servicio de limpieza que ofrece en la ciudad de Cartagena se manejan 4 horas de trabajos y cada hora es cobrada por hora a \$10.000. Cabe destacar que ningún otro servicio doméstico ofrecen en la ciudad.

1.5.3 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Se pretende penetrar en el mercado ofreciendo un esmerado servicio, tanto en la prestación del propio servicio como en el trato al cliente.

Los principales instrumentos publicitarios para la puesta en marcha de la empresa son los siguientes:

- Realización de visitas a centros comerciales, a personas claves como vecinos a consumidores de este servicio, Para ello llevarán tarjetas de visitas que tienen un costo de \$200.000 pesos ya que se van a utilizar 15.000, folletos publicitarios 1000 unidades por valor de \$400.000

- Publicidad en prensa, prensa de difusión gratuita, carteles en establecimientos públicos estratégicos 10 unidades \$450.000, buzoneo, guías informativas, anuncios en directorios profesionales (páginas amarillas).

Para lograr los objetivos de la comercialización del servicio la empresa utilizara una estrategia basada en la práctica de los siguientes aspectos.

1.5.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Hoy en día muchas empresas comunican pero sin una estrategia coherente ni definida. Una estrategia de comunicación coherente debe definir el mensaje a transmitir, y asegurarse de que los medios seleccionados para esa transmisión son los adecuados. Las acciones publicitarias previstas el resto del año que serán predeterminadas a utilizar son las siguientes:

Visitas comerciales. Se realizarán un calendario de visitas mensualmente que el personal comercial se encargará de llevar a cabo.

Página Web. En la que expondrán los servicios ofertados por la empresa y le darán la posibilidad al cliente de rellenar un formulario de contacto para solicitar información. Página animada muestran la información de una forma rápida y eficiente. El precio es de \$3 millones de pesos y son ideales para el negocio.

Redes sociales. Es un medio de comunicación ideal de hoy en día puesto que es el boom a nivel mundial y es totalmente gratuito

Boca a Boca. Se es consciente de que la mejor publicidad para este tipo de negocios es el “boca a boca” porque es el tipo de publicidad más creíble. Por este motivo, se proporcionará un servicio de calidad ya que es la mejor estrategia publicitaria que se puede tener.

1.5.5 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Nuestras estrategias de servicio

Servicio a los hogares

La empresa se comprometerá con los hogares a los cuales prestara el servicio a tener seguridad, calidad, dejando las instalaciones de su hogar en las mejores condiciones de limpieza en cuanto al servicio doméstico que adquiere y si es referente a los otros servicios tendrá la misma satisfacción en lo que se requiere. También se mostrará la formalidad del servicio para los clientes. En cuanto a casos de accidente o pérdida de un artículo del hogar en donde se está prestando el servicio, se maneja una póliza de seguro con un valor de \$200.000 en el que responderá por los daños causados por la empleada doméstica, esta información se le dará al cliente para que este informado

Ubicación de la instalación. La ubicación de la empresa es un punto importante para el desarrollo de la estrategia comercial, encontrarse ubicado en cercanía a

los clientes es una ventaja frente a los competidores la cual aumenta beneficios como mayor contacto con los clientes, menor tiempo de respuesta.

Proyección de los precios durante la participación del mercado en los primeros 5 años

ITEMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empleadas de oficios varios	600	618	637	656	675
Precio	\$ 60.000	\$ 61.800	\$ 63.654	\$ 65.564	\$ 67.531
Ingreso Servicio 1	\$ 36.000.000	\$ 38.192.400	\$ 40.547.598	\$ 43.009.735	\$ 45.583.107
Servicio de cuidado para niños	600	618	637	656	675
Precio	\$ 50.000	\$ 51.500	\$ 53.045	\$ 54.636	\$ 56.275
Ingreso Servicio 2	\$ 30.000.000	\$ 31.827.000	\$ 33.789.665	\$ 35.841.446	\$ 37.985.922
Servicio de cuidado para personas de tercera edad	600	618	637	656	675
Precio	\$ 55.000	\$ 56.650	\$ 58.350	\$ 60.100	\$ 61.903
Ingreso Servicio 3	\$ 33.000.000	\$ 35.009.700	\$ 37.168.632	\$ 39.425.590	\$ 41.784.515
Servicio de conductor	600	618	637	656	675
Precio	\$ 40.000	\$ 41.200	\$ 42.436	\$ 43.709	\$ 45.020
Ingreso Producto 4	\$ 24.000.000	\$ 25.461.600	\$ 27.031.732	\$ 28.673.156	\$ 30.388.738
Servicio de cuidados de personas incapacitadas	600	618	637	656	675
Precio	\$ 55.000	\$ 56.650	\$ 58.350	\$ 60.100	\$ 61.903
Ingreso Producto 5	\$ 33.000.000	\$ 35.009.700	\$ 37.168.632	\$ 39.425.590	\$ 41.784.515
TOTAL INGRESO ANUAL	\$156.000.000,0	\$165.500.400,0	\$175.706.258,0	\$186.375.517,1	\$197.526.796,2

Suponiendo que prestan los servicios ofrecidos mensualmente de Lunes a Sábado el tiempo de 8 horas y que continúan con el servicio todo el año. (tabla 1.)

Proyección de las ventas mensuales durante la participación del primer año en el mercado.

ITEMS	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Empleadas de oficios varios	0	0	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Servicio de cuidado para niños	0	0	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Servicio de cuidado para personas de tercera edad	0	0	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Servicio de conductor	0	0	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Servicio de cuidados de personas incapacitadas	0	0	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL PRODUCCIÓN	0	0	300									

Suponiendo que prestaran los servicios ofrecidos mensualmente de Lunes a Sábado el tiempo de 8 horas y que continúan con el servicio todo el año. (tabla 2).

CAPITULO II

2.1 ESTUDIO TÉCNICO

Inversión de maquinaria y equipo

PRESUPUESTO DE INVERSIONES	
CONCEPTO	Valor en \$
Terrenos	\$ -
Construcciones Edificaciones	\$ 3.000.000
Muebles y Enseres	\$ 2.500.000
Equipo de Transporte	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 3.000.000
Maquinaria y Equipo	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -
Semovientes	\$ -
Activos Fijos Requeridos	\$ 8.500.000

2.2 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Una de las necesidades y requerimientos de CAMPO&SAAH para el inicio de la operación del negocio, se necesita:

Una infraestructura necesaria para adecuar y todas las instalaciones que se requieren para llevar adelante el negocio.

Muebles y enseres \$ 3.000.000

Construcciones y edificaciones \$ 2.500.000

Equipo de oficina \$ 3.000.000

2.3 Dotación del personal

Como tal empresa prestadora de servicios domestico la dotación del personal es solo la comodidad de ellos para desempeñar su trabajo, se requiere un uniforme que identifique a la empresa y como tal la formalidad del servicio a nuestros clientes.

2.4 COSTO DE LA MANO DE OBRA

PROYECCIÓN COSTO MANO DE OBRA ANUAL

ITEMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra Directa	\$ 44.600.832	\$ 45.938.857	\$ 47.317.023	\$ 48.736.533	\$ 50.198.629
Salarios Administrativos	\$ 19.605.600	\$ 20.193.768	\$ 20.799.581	\$ 21.423.568	\$ 22.066.276
Salario Vendedores	-	-	-	-	-
COSTO MANO DE OBRA	\$ 64.206.432	\$ 66.132.625	\$ 68.116.604	\$ 70.160.102	\$ 72.264.905

2.5 Gastos fijos y de servicios públicos

PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
ITEMS	Mensual
Arrendamiento	\$ 2.500.000
Servicios Públicos	\$ 600.000
Papelería	\$ 50.000
Salarios Administración	\$ 1.659.800
Outs. Contabilidad	\$ 350.000
Teléfono e Internet	\$ 90.000
Material de Aseo	\$ 80.000
Total G. Adm. Mensual	\$ 5.329.800

2.6 Calculo del costo del servicio

ITEMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empleadas de oficios varios	600	618	637	656	675
Costo Unitario Mat. Prima Servicio 1	\$ 8.000	\$ 8.240	\$ 8.487	\$ 8.742	\$ 9.004
Total Costo Mat. Prima Producto 1	\$4.800.000	\$5.092.320	\$5.406.346	\$5.734.631	\$6.077.748
Servicio de cuidado para niños	600	618	637	656	675
Costo Unitario Mat. Prima Servicio 2	\$ 8.000	\$ 8.240	\$ 8.487	\$ 8.742	\$ 9.004
Total Costo Mat. Prima Producto 2	\$4.800.000	\$5.092.320	\$5.406.346	\$ 5.734.631	\$ 6.077.748
Servicio de cuidado para personas de tercera edad	600	618	637	656	675
Costo Unitario Mat. Prima Servicio 3	\$ 8.000	\$ 8.240	\$ 8.487	\$ 8.742	\$ 9.004
Total Costo Materia Prima Producto 3	\$4.800.000	\$5.092.320	\$5.406.346	\$ 5.734.631	\$ 6.077.748
Servicio de conductor	600	618	637	656	675
Costo Unitario Mat. Prima Servicio 4	\$ 8.000	\$ 8.240	\$ 8.487	\$ 8.742	\$ 9.004
Total Costo Mat. Prima Servicio 4	\$4.800.000	\$5.092.320	\$5.406.346	\$ 5.734.631	\$ 6.077.748
Servicio de cuidados de personas incapacitadas	600	618	637	656	675
Costo Unitario Mat. Prima Producto 5	\$ 8.000	\$ 8.240	\$ 8.487	\$ 8.742	\$ 9.004
Total Costo Mat. Prima Producto 5			\$5.406.346	\$ 5.734.631	\$ 6.077.748

	\$4.800.000	\$5.092.320			
Total Costo de Materia Prima	\$ 24.000.000	\$ 25.461.600	\$ 27.031.732	\$ 28.673.156	\$ 30.388.738

2.7 COSTO DE LA MANO DE OBRA

2.7.1 PROYECCIÓN COSTO MANO DE OBRA ANUAL

ITEMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de Obra Directa	\$ 44.600.832	\$ 45.938.857	\$ 47.317.023	\$ 48.736.533	\$ 50.198.629
Salarios Administrativos	\$ 19.605.600	\$ 20.193.768	\$ 20.799.581	\$ 21.423.568	\$ 22.066.276
Salario Vendedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
COSTO MANO DE OBRA	\$ 64.206.432	\$ 66.132.625	\$ 68.116.604	\$ 70.160.102	\$ 72.264.905

2.7.2 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Determinación del Punto de Equilibrio en Unidades							
Año 1							
Producto	Unidades	Precio	CVU	MCU	Participación en %	Ponderación	Punto de equilibrio en Unidades
Empleadas de oficios varios	600	\$60.000	\$22.867	\$37.133	20%	\$ 7.427	455
Servicio de cuidado para niños	600	\$50.000	\$22.867	\$27.133	20%	\$ 5.427	455
Servicio de cuidado para personas de tercera edad	600	\$55.000	\$22.867	\$32.133	20%	\$ 6.427	455
Servicio de conductor	600	\$40.000	\$22.867	\$17.133	20%	\$ 3.427	455
Servicio de cuidados de personas incapacitadas	600	\$55.000	\$22.867	\$32.133	20%	\$ 6.427	455
Total	3.000					29.133	
Costo Fijo Total Año 1	\$66.315.600						
Punto de Equilibrio Total Año 1	2.276						

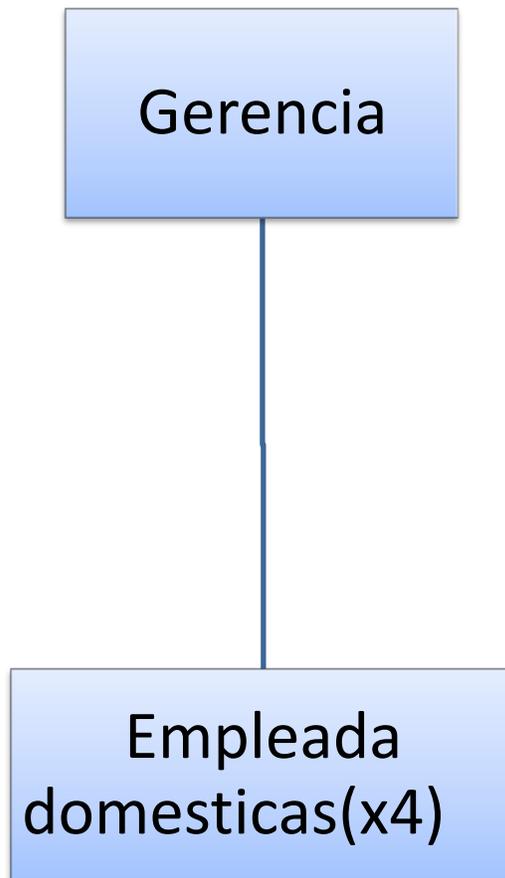
2.8 Ubicación de la oficina

La empresa estará ubicada en el sur de la ciudad de Cartagena en el centro comercio ronda real bomba del amparo rodeada de un extenso mercado activo en el cual requiere de un servicio doméstico formal.

CAPITULO III

3.1 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

3.1.1 Estructura administrativa



3.2 FUNCIONES Y PERFILES

GERENCIA

Perfil

Las características, rasgos o cualidades que un gerente debe poseer son los siguientes:

- Poseer un espíritu emprendedor
- Gestión del cambio y desarrollo de la organización
- Habilidades interpersonales
- Habilidad comunicativa
- Liderazgo
- Motivación y dirección del personal
- Espíritu competitivo
- Integridad moral y ética
- Capacidad crítica y auto correctiva

Funciones

- Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.
- Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo.

- Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles.
- Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción.
- Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente.
- Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa.
- Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.
- Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.
- Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión)

Empleadas domestica

Perfil

La empleada domesticada deber contar con los conocimientos y herramientas necesarias para mantener una casa higiénicamente limpia, ordenada y cuidada, con un servicio de calidad, de acuerdo con los requerimientos del cliente

Funciones

- Lavado
- Planchado
- Limpieza del hogar
- Cocina
- Conductor
- Cuidado de niños
- Cuidado de personas de tercera edad
- Cuidado de personas con incapacidad

3.3 PROCESO INDUCCIÓN, FORMACIÓN Y EVALUACIÓN DE PERSONAL

Las instrucciones que se imparte al personal recién vinculado con la organización son claves para garantizar la adecuada adaptación del personal en los diferentes frentes de trabajo, además contribuyen como parte de fortalecimiento del recurso humano y afín con las convicciones de los emprendedores en donde el indicador más importante del crecimiento de la empresa es el crecimiento de sus colaboradores.

3.3.1 Procedimiento de inducción

- Para que la inducción sea adecuada y el nuevo personal se adapte con facilidad a la organización se deben realizar los siguientes pasos:
- Inducción general: información sobre la compañía, valores y políticas generales de la organización.
- Inducción específica: orientación al trabajador sobre aspectos específicos y relevantes del oficio a desempeñar y el frente de trabajo donde fue asignado.
- Evaluación: evaluación del proceso de inducción y toma de acciones correspondientes, ya sea mediante el coordinador de servicio o los hogares y/o empresas donde se labora.

3.3.2 Inducción general

En esta etapa, se debe brindar toda la información general de la empresa que se considere relevante para el conocimiento y desarrollo del cargo (dependiendo de éste, se profundizará en algunos aspectos específicos), considerando la organización como un sistema. Sin embargo, es importante considerar que todo el personal de una empresa son vendedores o promotores (directos o indirectos) de

la misma, lo cual hace que sea fundamental una orientación de todos hacia una misma imagen corporativa.

En esta etapa, se deberá presentar entre otros la siguiente información:

- Estructura (organigrama) general de la compañía, misión, visión, valores corporativos, objetivos de la empresa.
- Servicios ofrecidos por CAMPO & SAAH servicio de aseo y limpieza, cuidado de niños de personas incapacitadas y personas de tercera edad.
- Condiciones laborales: tipo de contrato, duración, prestaciones, fechas de pago, periodo de descanso y vacaciones, entre otros.
- Programas de motivación y promoción del personal.
- Manejo de accidentes de trabajo.
- Uso del uniforme.
- Horarios de trabajo.
- Manejo de ausencias y/o incapacidades.

Esta información está resumida en un Brochure que se debe entregar al personal.

3.3.3 Inducción específica a cada cargo

En esta etapa, se debe brindar toda la información específica del oficio a desarrollar dentro de la organización, profundizando en todo aspecto relevante del cargo. Es importante recordar, que toda persona necesita recibir una instrucción clara, en lo posible sencilla, sobre lo que se espera que haga, como lo puede hacer (o como se hace) y la forma en como va a ser evaluada individualmente.

Para agilizar esta etapa se cuenta con un manual por cada frente de trabajo vigente que contiene:

- Descripción del frente de trabajo
- Formas de llegar al lugar

- Actividades que deberá realizar en ese sitio
- Elementos de aseo a manipular
- Precauciones a tener en el desempeño de las funciones
- Tipo de cliente que manejará en ese frente de trabajo
- Recomendaciones generales
- Recomendaciones específicas de acuerdo al frente

3.4 PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE CONTRATOS

El inicio adecuado de un contrato nuevo es de vital importancia para la permanencia del cliente con nuestros servicios, además será la pieza clave para el crecimiento de la compañía. Por consiguiente, el coordinador de servicio deberá ejercer un control diario para verificar los ausentismos y enviar a tiempo el personal de reemplazo, entregar a la gerencia una copia de los insumos aprobados por el cliente, para su compra y despacho. El coordinador de servicio, se presentará ante el cliente con el personal, en el horario acordado y hace entrega de insumos y maquinaria (si están incluidos) y organiza el personal para las tareas a ejecutar; posteriormente de manera aleatoria, el coordinador de servicio verifica el cumplimiento de las tareas

3.5 ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

3.5.1 ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO

Nuestras estrategias de aprovisionamiento estarán divididas en dos frentes:

- El proceso de aprovisionamiento de la empresa se va a realizar por medio de una especie de outsourcing o área separada de la organización en busca de no estar tan responsabilizado con el personal. Estar vinculado de manera que nos ayude a proveer personal calificado a la empresa.
- Hacerse una convocatoria para el reclutamiento de personal

El pago de nuestros clientes es de manera inmediata contra la entrega y verificación del servicio.

3.6 FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

3.6.1 MISIÓN

CAMPO & SAAH es una empresa que diariamente estamos pensando en lo que significa construir una empresa profesional y moderna; y en nuestro aporte para hacer del mundo un lugar mejor, el principal eje de **CAMPO & SAAH** es profesionalizar el servicio de prestación doméstico para oficios domésticos destinado a hogares ubicada en la ciudad de Cartagena, se busca prestar un servicio donde lo principal sea brindar confianza credibilidad y seguridad.

3.6.2 VISIÓN

Ser líderes en la prestación de servicio domestico calificado a los hogares en la ciudad de Cartagena.

3.7 MARCO LEGAL

Actualmente, las empleadas de servicios de limpieza que son contratadas por las empresas se rigen bajo el esquema del Código sustantivo de trabajo. Sin embargo, las empleadas domésticas a pesar de que son cobijadas bajo este mismo código presentan diferencias en los esquemas de contratación, teniendo en cuenta la legislación vigente.

Para analizar el sistema de contratación el Ministerio de Protección Social lanzó la “Cartilla del servicio doméstico” en donde se establecen los deberes y derechos mínimos que tienen las trabajadoras de servicio doméstico. También expone los conceptos básicos en cuanto a jornada laboral, salario, prestaciones sociales y seguridad social. Sin embargo, al contratar empleadas mediante una empresa, así estas se desempeñen en labores domésticas, entra en vigencia el código sustantivo de trabajo.

3.7.1 ASPECTOS LEGALES Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Desde la óptica legal se estará vinculando el Personal que prestara el Servicio mediante contrato laboral en las diferentes modalidades que permite el Código Sustantivo del Trabajo, siendo claro que independiente de la modalidad el Contrato será a término fijo y mientras permanezca el servicio que se ha contratado con la empresa, ahora bien si el servicio solicitado es por horas todo los conceptos se liquidaran proporcionalmente .Para la celebración de estos contratos con el personal se exigirán los documentos de Ley previa selección y capacitación de las mismas.

También se contempla dentro de los trámites legales el adquirir la Póliza de garantía, por cierto tipo de pérdidas y daños en la prestación del servicio previa

investigación por parte de la empresa, este instrumento hace parte del Contrato de Prestación de Servicio que celebrara la Empresa con el Cliente.

El Contrato de Prestación, de Servicios que se celebrara con los Usuarios, tendrá las características de un Contrato Comercial de acuerdo al art.20 Numeral 14 del Código de Comercio como son el Objeto; Obligaciones; Termino; Incumpliendo con sus respectivas sanciones por último el valor la forma de pago.

Con respecto al bienestar del personal de la empresa, se acobijara con afiliaciones a un sistema de salud contra riesgos y accidentes además una EPS.

3.7.2 RESPONSABILIDAD SOCIAL

Campo & Saah se constituirá como una empresa especializada y estará soportado por la ley 1258 del 2008 por medio de la cuales crea las sociedades anónimas simplificadas, las cuales se podrán constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solos serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes, considerando que tienen las características competentes para la empresa.

1. Se constituyen mediante documento privado. El mismo procedimiento se aplica para cualquier tipo de sociedad (incluida la empresa unipersonal) que pretenda transformarse en una SAS. Esto reduce trámites y costos de escrituración.
2. No exige un número de accionistas determinado. Esto hace que la sociedad pueda ampliar o reducir el número de sus accionistas a su conveniencia.
3. Las reformas de la sociedad no se hacen por escritura pública sino por documento privado, lo cual hace el trámite más expedito y menos costoso (se ahorran gastos de escrituración). Solo se requiere escritura pública en algunos casos especiales.

4. Desaparece la responsabilidad laboral y tributaria que recae sobre los socios de las sociedades limitadas.
5. El objeto social de la sociedad puede ser abierto, es decir, que puede hacer todo aquello que no esté prohibido por la ley, si así se determina en los Estatutos.
6. El pago del capital social se puede pactar dentro de los Estatutos Sociales, sin que pase de 2 años (en la actualidad el termino para pagar el capital social de las sociedades anónimas es de 1 año y las limitadas deben pagar todo su capital al momento de su constitución).
7. Se pueden expedir diferentes tipos de acciones: (a) Privilegiadas; (b) Con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (c) Con dividendo fijo anual; (d) Acciones de pago.
8. El voto puede ser singular o múltiple.
9. La organización de la sociedad se puede pactar en los Estatutos Sociales, es decir, que no es obligatorio tener algunos órganos corporativos. Esto implica una posible reducción en los costos que demandan algunos cuerpos colegiados de las sociedades.
10. Se tiene un término más amplio para enervar la causal de disolución por pérdidas que disminuyen el patrimonio neto por debajo del 50% del capital suscrito. Ya no es un plazo de 6 meses sino de 18 meses, contados desde la fecha en que la asamblea reconozca el acaecimiento de la causal de disolución.
11. Solo está obligada a tener revisor fiscal si los activos brutos a 31 de diciembre del año inmediatamente anterior son o exceden el equivalente a 5000 salarios mínimos legales mensuales, y/o los ingresos brutos son o exceden el equivalente a 3000 salarios mínimos legales mensuales. Hoy en día las sociedades anónimas siempre requieren de un revisor fiscal.
12. No es necesario que el representante legal tenga un suplente. Esto reduce costos.

13. A falta de estipulación, el representante legal puede realizar todos los actos conforme al objeto social de la compañía. Esto hace que ya el representante legal no esté facultado a hacer solamente lo que le dicen los Estatutos Sociales, sino que puede hacer todo aquello que no le haya sido expresamente prohibido.

14. Se puede fraccionar el voto para la elección de jutas directivas u otros cuerpos colegiados.

15. Salvo algunas excepciones, todas las decisiones que se tomen se hacen con la mitad más uno de los accionistas. No es necesario seguir las mayorías cualificadas del Código de Comercio.

16. Se pueden pactar por estatutos restricciones a la negociación de acciones, siempre que la vigencia de la restricción no dure más de 10 años, prorrogables por igual término.

17. Los Estatutos Sociales pueden prever causales de exclusión de accionistas

La constitución legal de la empresa como sociedad S.A.S debemos:

1. Realizar documento privado de constitución de la sociedad llevar a notaria para el reconocimiento de firma y contenido del notario.

2. Inscripción

3. Certificado de existencia y representación legal

5. Inscripción de la sociedad ante la DIAN para expedición del NIT y el RUT

6. Impuesto de industria y comercio

7. Aportes parafiscales

8. Registro de marca mixta en Superintendencia de industria y comercio. Como sociedad S.A.S para efectos tributarios tendrá el régimen aplicable a las sociedades anónimas y sus asimiladas. Será acogida por la ley 1429 del 2010 por

la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo con todos sus beneficios tributarios y legales.

3.7.3 Aspectos legales

La legalización de la empresa de Campo & Saah para la realización de sus actividades en la ciudad de Cartagena se legalizara a partir de lo que establece la Cámara de Comercio de Cartagena en cuanto a los cumplimientos y registros de la documentación de la empresa y así mismo se regula con la ley 1429 del 2010

CAPITULO IV

4.1 ESTUDIO FINANCIERO

PROYECCIÓN BALANCE GENERAL						
BALANCE GENERAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
Activos Corrientes						
Efectivo	\$34.729.108	\$55.812.676	\$74.805.802	\$97.358.379	\$123.585.711	\$ 153.688.504
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario Materia Prima	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario Productos en Procesos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario Productos Terminados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Corrientes	\$34.729.108	\$55.812.676	\$74.805.802	\$97.358.379	\$123.585.711	\$ 153.688.504
Activos Fijos	\$ -					
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones y Edificaciones Neto	\$3.000.000	\$ 2.850.000	\$ 2.700.000	\$ 2.550.000	\$ 2.400.000	\$ 2.250.000

Maquinaria y Equipo Neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres Neto	\$ 2.500.000	\$ 2.000.000	\$ 1.500.000	\$ 1.000.000	\$ 500.000	\$ -
Equipo de Transporte Neto	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina Neto	\$ 3.000.000	\$ 2.000.000	\$ 1.000.000	\$ -	\$ -1.000.000	\$ -2.000.000
Semovientes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activos Fijos	\$ 8.500.000	\$ 6.850.000	\$ 5.200.000	\$ 3.550.000	\$ 1.900.000	\$ 250.000
TOTAL ACTIVOS	\$43.229.108	\$62.662.676	\$80.005.802	\$100.908.379	\$125.485.711	\$ 53.938.504
PASIVOS						
Cuentas por Pagar a Proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos por Pagar	\$ -	\$ 6.801.749	\$ 8.450.706	\$ 10.273.649	\$ 12.197.843	\$ 14.227.723
Acreedores Varios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Obligaciones Financieras	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros Pasivos a LP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ -	\$ 6.801.749	\$ 8.450.706	\$ 10.273.649	\$ 12.197.843	\$ 14.227.723

PATRIMONIO						
Capital	\$43.229.108	\$43.229.108	\$43.229.108	\$ 43.229.108	\$ 43.229.108	\$ 43.229.108
Reserva Legal	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$12.631.819	\$ 28.325.988	\$ 47.405.622	\$ 70.058.760
Utilidades del Periodo	\$ -	\$12.631.819	\$15.694.169	\$ 19.079.634	\$ 22.653.137	\$ 26.422.914
TOTAL PATRIMONIO	\$ -	\$55.860.927	\$71.555.096	\$ 90.634.730	\$113.287.868	\$ 139.710.782
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$43.229.108	\$62.662.676	\$80.005.802	\$100.908.379	\$125.485.711	\$ 153.938.504

PROYECCIÓN ESTADO DE RESULTADOS					
ITEMS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$156.000.000	\$ 165.500.400	\$ 175.706.258	\$186.375.517	\$ 197.526.796
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 68.600.832	\$ 71.400.457	\$ 74.348.755	\$77.409.690	\$ 80.587.367
UTILIDAD BRUTA	\$ 87.399.168	\$ 94.099.943	\$ 101.357.503	\$108.965.827	\$ 116.939.429
GASTOS OPERACIONALES					
GASTOS ADMIN. Y VENTAS	\$ 67.965.600	\$ 69.955.068	\$ 72.004.220	\$ 74.114.847	\$ 76.288.792

TOTAL GASTOS OPERACIONALES	\$ 67.965.600	\$ 69.955.068	\$ 72.004.220	\$ 74.114.847	\$ 76.288.792
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 19.433.568	\$ 24.144.875	\$ 29.353.283	\$ 34.850.981	\$ 40.650.637
GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 19.433.568	\$ 24.144.875	\$ 29.353.283	\$ 34.850.981	\$ 40.650.637
IMPUESTOS (35 %)	\$ 6.801.749	\$ 8.450.706	\$ 10.273.649	\$ 12.197.843	\$ 14.227.723
UTILIDAD NETA	\$ 12.631.819	\$ 15.694.169	\$ 19.079.634	\$ 22.653.137	\$ 26.422.914

4.2 INVERSIONES

PRESUPUESTO DE INVERSIONES	
CONCEPTO	Valor en \$
Terrenos	\$ -
Construcciones	
Edificaciones	\$ 3.000.000
Muebles y Enseres	\$ 2.500.000
Equipo de Transporte	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 3.000.000
Maquinaria y Equipo	\$ -
Cultivos Permanentes	\$ -
Semovientes	\$ -
Activos Fijos Requeridos	\$ 8.500.000
Gastos de Legalización	\$ 500.000
Permisos y licencias	\$ 500.000
Gastos Legalización	\$ 1.000.000
Presupuesto de Capital de Trabajo	
Disponible*	\$ 33.729.108
Cuentas por Pagar	\$ -
Total Capital de Trabajo	\$ 33.729.108
Total Gastos de Inversión	\$ 43.229.108

Flujo de caja proyectada y valor presente neto de acuerdo con la participación en el mercado los primeros 5 años.

FLUJO DE CAJA NETO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ -	\$19.433.568	\$24.144.875	\$29.353.283	\$34.850.981	\$40.650.637
DEPRECIACIÓN	\$ -	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000	\$1.650.000	\$ 1.650.000	\$ 1.650.000
IMPUESTOS	\$ -	\$ -	-\$6.801.749	-\$8.450.706	\$10.273.649	\$12.197.843
INVERSIÓN INICIAL	-\$3.229.108	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FCN	\$43.229.108	\$21.083.568	\$18.993.126	\$22.552.577	\$26.227.331	\$30.102.794
VPN	\$28.691.059					
TASA DE OPORTUNIDAD	18%					
TASA INTERNA DE RETORNO	42,76%	< 40 %				

4.3 CONCLUSIÓN

4.3.1 VIABILIDAD FINANCIERA

La viabilidad financiera del proyecto empresarial **CAMPO & SAAH** es comprobada por los resultados que muestran sus indicadores financieros de evaluación del proyecto, como son: los beneficios financieros que genera el proyecto para el periodo proyectado de cinco años evaluado con una tasa de oportunidad del 18% nos brinda Valor un Anual Neto de \$29.701.315. La rentabilidad del proyecto para el periodo proyectado expresada por medio de la TIR es del 43,48%. De igual manera la inversión se recupera en un periodo en menos de 24 meses, esto se puede ver en el resultado del indicador Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI), el cual es de 1.79. Por otro lado, la Rentabilidad Operacional promedio es de 12,5% la Rentabilidad Neta Promedio para el periodo proyectado es del 8,4% para el primer año, y la Rentabilidad Promedio del Activo es aproximadamente de 20,8%

4.3.2 VIABILIDAD COMERCIAL

La viabilidad comercial del proyecto empresarial **CAMPO & SAAH** está garantizada por el comportamiento esperado de sus ventas en el periodo proyectado, estas pasan de \$156.000.000 en el primer año, a \$197.526.796 en el quinto año. Estas ventas permiten cubrir todos los egresos financieros que presente el proyecto y generar utilidades.

Entre 1984 y 2002 se presentó una caída permanente en la proporción de hogares colombianos que utilizan personal asalariado para trabajo doméstico (“servicio doméstico”). Para estudiar este hecho utilizamos un modelo teórico de la decisión del hogar de tener o no tener servicio doméstico, y realizamos una estimación

econométrica de tal probabilidad. Dicha probabilidad se ve afectada no sólo por las decisiones de demanda de los hogares sino también por las de oferta de las personas dedicadas a este oficio. Las variables explicativas del modelo son el nivel educativo del jefe del hogar en relación con el del servicio doméstico, el número de desempleados en el hogar, la riqueza del mismo y el número de personas que requieren cuidado (personas incapacitadas e inválidas, personas en la primera infancia y mayores de 80 años). Todas las variables son significativas a lo largo del período de estudio 1984-2002 y tienen el signo esperado. En materia de pronóstico el modelo se desempeña bien. La fuente de la información es el conjunto de todas las etapas de la Encuesta Nacional de Hogares y de la Encuesta Continua de Hogares para las siete mayores ciudades.

Durante los últimos decenios se ha observado una tendencia creciente de los niveles educativos de Colombia. Muestra de ello es el número promedio de años de educación de los jefes de hogares que cuentan con una o más personas dedicadas al servicio doméstico. Igual sucede con el número medio de años de educación de jefes de hogares que no cuentan con personas contratadas para tal efecto y con el de las personas que se dedican al servicio doméstico. Más importante aún, la relación entre la educación de los jefes de hogares con servicio doméstico y la educación del personal de servicio doméstico (denominado, en lo que sigue, servicio doméstico) ha presentado una caída importante, más pronunciada incluso que la que se presenta con la relación de la educación de los jefes de hogares sin servicio doméstico a educación del servicio doméstico. En todo caso, lo anterior sugiere que la tasa de crecimiento de la educación del servicio doméstico ha sido mayor que la de los jefes.

El aumento tan importante que se presentó en la educación promedio del servicio doméstico es la base de la hipótesis que adelantamos en este trabajo: los contratos para realizar labores propias del servicio doméstico han sido cada vez menos frecuentes en los últimos veinte años porque el servicio doméstico se ha hecho más costoso, entre otras razones, por ser más educado.

Nuestro punto de partida es la consideración del bienestar del hogar. Suponemos la existencia de un hogar típico integrado exclusivamente por el núcleo familiar (padre, madre e hijos) en el cual las decisiones se toman por un agente representativo. El objetivo del agente representativo es maximizar el bienestar del hogar típico, que depende, por hipótesis, de dos argumentos, consumo y tiempo de descanso (incluyendo tiempo para actividades de estudio y recreación). Este último, de una manera amplia, también se denomina ocio, según la tradición entre los economistas.

Dada las sugerencias del comité de emprendimiento regional, damos a conocer el portafolio de nuestros servicios a ofrecer, son los siguientes:

Los servicios están divididos por tres sectores diferenciados y que a su vez este servicio doméstico se deriva en:

- Atención de personas
 - ✓ Atención y cuidado de personas
 - ✓ Cuidado de personas incapacitadas
 - ✓ Cuidado de niños y niñas

- Servicios de limpieza
 - ✓ Limpieza general
 - ✓ Limpieza institucional
 - ✓ Servicio de lavado y planchado de ropa

- Servicios de cocina
 - ✓ Cocina
 - ✓ Cocina domestica

El personal se seleccionara acorde al perfil este incluye experiencia y formación, que este acorde al servicio a prestar a demás a cada persona a contratar se le hará un estudio de antecedentes judiciales para corroborar que sea una persona honesta y que brinde seguridad a los hogares e instituciones que contraten los servicios.

4.4 IMPACTOS

4.4.1 IMPACTO SOCIAL

Más allá de los beneficios que ofrece CAMPO & SAAH provee a los involucrados en las actividades denominadas como servicios doméstico, se evidencia sin lugar a dudas el aumento en la calidad y comodidad en la vida de las personas, pues el lograr involucrar a hogares alrededor de un servicio doméstico totalmente formal y profesional, con el fin de garantizar seguridad y calidad del servicio que está próximo a prestar.

Si bien es cierto lo que se ha descrito anteriormente, la prestación de servicio doméstico cambiara la calidad de los hogares en cuanto a la comodidad y seguridad en su hogar, una formalidad en el servicio, generaría confianza a los hogares de la ciudad de Cartagena.

Es necesario mencionar también que no existe otra actividad en la ciudad de Cartagena que suministre empleadas domestica ofreciendo el mismo servicio en cuanto al profesionalismo que CAMPO&SAAH pretende emplear en la ciudad de Cartagena, esta empresa se emerge como una nueva alternativa para los hogares de la ciudad, tener un servicio que ofrezca calidad y al mismo tiempo seguridad.

4.4.2 IMPACTO ECONÓMICO

Para muchos sería fácil encontrar un impacto realmente merecedor de apreciación, en un estilo de servicio como este, más allá de la generación de empleo y el beneficio propio que esta empresa generará, pero desde el inicio de este servicio, surge el interés extremo de generar impacto económico no solo en esta empresa, sino también en igual o mayor medida en los clientes y a nuestras empleadas capacitadas para este servicio.

Lo anterior es uno de los ejes principales de esta empresa, aumentar la satisfacción de los hogares que adquieren estos servicios, es una de las principales características de esta empresa, ya que estos, juegan un papel determinante en la satisfacción y bienestar de los usuarios, que serían este caso y como ya es sabido, a los hogares de la ciudad de Cartagena.

En el enfoque económico se busca luchar contra las estadísticas de la tasa de desempleo en busca de generar empleos a mujeres cabeza de hogar que tengan determinación, compromiso y ganas de salir adelante. Se pretende al crecimiento de la economía en la Ciudad de Cartagena y que se destaque con menor desempleo. Queremos hacer parte de la solución y no del problema.

El impacto económico, nos es solo el evidente a primera vista por el hecho de empezar a pertenecer al ámbito económico generador de servicios doméstico de la ciudad, es también el impactar positivamente en el aspecto económico a los hogares que estén dispuestos a adquirir una alternativa diferente.

4.4.3 IMPACTO AMBIENTAL

Las políticas de la empresa para con el medio ambiente son claras, generar el menor impacto ambiental posible en cada una de las actividades de este servicio, y actuar en concordancia con los seres vivos y la naturaleza en todo momento.

De igual forma generar una cultura de conservación del medio ambiente en los clientes de los servicios ofrecidos, recalcando la importancia de la conservación de los recursos naturales y el sostenimiento de un ambiente sano y saludable para todos.

4.4.4 IMPACTO REGIONAL

En relación a este aspecto, el servicio que se ofrecerá CAMPO & SAAH llegara a tener impacto regional a los hogares de la ciudad de Cartagena en este caso si está de más mencionar la cantidad de beneficios que la actividad del servicio por seguridad y comodidad llegara a llenar de confianza para sus hogares ya que actualmente la confianza en la ciudad para las empleadas domésticas no les garantiza la mayor confianza en sus hogares.

Es necesario mencionar que la ciudad de Cartagena no tiene este tipo de adaptación en cuanto a formalidades de servicio doméstico. CAMPO & SAAH está dispuesta a generar este tipo de adaptación de esta clase de servicio generando confianza para que el cliente los solicite, en este caso los hogares de la ciudad de Cartagena.

4.5 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

4.5.1 PRESUPUESTO

PRESUPUESTO DE CAPITAL DE TRABAJO*	
MOD	\$ 11.150.208
Materia Prima	\$ 6.000.000
Gastos Administrativos	\$ 15.911.400
Gastos de Ventas	\$ 667.500

Total Capital de Trabajo	\$ 33.729.108
--------------------------	---------------

DETALLE	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL
Asesoría particular	1	\$800.000	\$800.000
Gastos de Transportes	Global	\$150.000	\$150.000
Gastos de Papelería y fotocopias	Global	\$50.000	\$50.000
TOTAL			\$1.000.000

4.5.2 CRONOGRAMA

MESES	OCT/2012				NOV/2012				DIC/2012			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración y presentación de anteproyecto	■	■										
Diseño de Instrumento de recolección de información, prueba piloto			■									
Aplicación de Encuestas					■	■						
Desarrollo de objetivos								■				
Entrega del Proyecto										■		

CONCLUSION

La empresa CAMPO & SAAH se tiene un objetivo claro, coordinar y establecer condiciones de trabajo en calidad y formalidad para las empleadas de servicio doméstico y los usuarios. Esto lo logra penetrando en un mercado que tiene altas barreras de entrada, debido a que este tipo de labores tradicionalmente se realiza de manera informal por mujeres sin ninguna empresa intermediaria.

Las metas de ventas son retadoras al igual que la inversión, pero este negocio se presenta como una oportunidad de negocio hacia un mercado desamparado con unas necesidades identificadas. Hay que luchar por cambiar paulatinamente el paradigma de las personas que usan el servicio exaltando los beneficios por sobre los costos.

Además el análisis realizado a los hogares permitió identificar que las necesidades de servicios domésticos en este tipo de servicio son diferentes a la empresa que son atendidas por la competencia. De esta forma, se presenta un portafolio de servicios diferentes diseñado específicamente para los hogares de la ciudad en crecimiento pudiendo penetrar en el mercado y lograr posicionamiento de la empresa. Así apoyamos el crecimiento de los nuevos empresarios y promovemos el crecimiento de CAMPO & SAAH

Adicionalmente, se expande el portafolio de servicios de la empresa generando una ventaja competitiva frente a la competencia, incluyendo servicios cuidado de niños, cuidado para personas incapacitadas y personas de tercera edad a su vez a la línea doméstica, además de ser una empresa generadora de empleo.

El modelo de negocios de CAMPO & SAAH, demuestra una empresa socialmente y ambientalmente responsable y con valores, que se une a la creciente tendencia mundial de nuevos empresarios promotores y gestores del cambio que trabajan para cumplir las metas del milenio globales.