



Estudio de viabilidad para la creación de una empresa que preste servicios de limpieza a hogares por medio de una aplicación móvil en el Valle de Aburrá

**Facultad de administración de empresas y ciencias económicas
Centro regional Aburrá Sur**

Especialización en gerencia de proyectos

Luz Ángela Hernández

ID: 757708

Luisa María Orozco Villamizar

ID: 750030

Carolina Echeverri Oyola

ID: 740397

Trabajo de grado

Profesor asesor

M. Sc. Milton Esteban Sierra Cadavid

Estudio de viabilidad para la creación de una empresa que preste servicios de limpieza a hogares por medio de una aplicación móvil en el Valle de Aburrá

Resumen

El Valle de Aburrá posee actualmente una alta demanda de servicios de limpieza a hogares insatisfechos, por una parte, se encuentran varios sectores descubiertos por las empresas que hoy en día operan en la zona, y por otra parte este servicio en muchos hogares es prestado por personas de manera informal, sin capacitación, sin responder por daños o hurtos y lo más importante sin contar con un salario justo, su correspondiente seguridad social y los beneficios de ley. El objetivo de este estudio es evaluar la viabilidad para la creación de una empresa que ofrece servicio de limpieza a hogares en el Valle de Aburrá por medio de una aplicación móvil, esta empresa se llamará Cleaning, la cual minimiza la búsqueda de personas idóneas, ofrece horarios flexibles, facilita el pago y contratación del servicio, así como la selección de lo que el cliente requiere en su hogar cumpliendo con todos los requerimientos de ley para la contratación y respondiendo por daños o incidentes en los hogares. El diseño metodológico que se tuvo en cuenta para este estudio de viabilidad fue no experimental, con el cual se busca entender las preferencias de la población de interés a partir de la observación y con ello identificar las necesidades de los posibles servicios a prestar de la empresa a la cual se hace referencia en este estudio de viabilidad. Este análisis parte de un estudio de mercado, encuestas a potenciales clientes, la definición de estrategias competitivas y la evaluación financiera de la cual se obtuvieron indicadores como el valor presente neto (\$121.864.158), la tasa interna de retorno (37.92%) y el periodo de recuperación de la inversión (2 años), todos estos positivos y cumpliendo las expectativas de los inversionistas para continuar adelante con este emprendimiento.

Palabras claves

Clientes; Estrategia; Hogares; Limpieza; Servicio.

Abstract

The Valle de Aburrá has a high demand of cleaning services at home; however, people are unsatisfied, first of all there are different sectors out of coverage by the companies which deliver these services, on the other hand, sometimes these services are provided in an informal way. Frequently, people who provide informal services don't have enough qualification, avoid responsibilities for damages and thefts and the most relevant aspect it's all related about fair salaries, social and government benefits. The aim of this project is assess feasibility of creating a company that deliver cleaning services at home in The Valle de Aburrá through a mobile app, the company's name will be Cleaning. Cleaning, help their users searching the person required, allows that activities as hiring or payment be easier as much as select just the services needed complying with all legal requirements (salaries, damages, so on). The methodological design was no experimental because the feasibility study looks for comprehend people's preferences trough observation, after that identify specific needs and possible services required by the population, covered by the company of this project. This analysis starts with a market research, surveys to potentials clients, definition of competitive strategies and financial assess, after that indicators were obtained as the net present value - NPV (\$121.864.158), internal rate of return - IRR (37.92%) and the return on investment - ROI (2 years). All the indicators were positives and met investor's expectations to go ahead with this entrepreneurship.

Keywords

Cleaning; Customers; Homes; Service; Strategy.

Índice

Resumen	
Introducción	
Capítulo 1	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.1 Descripción del problema	11
1.2 Formulación del problema	12
1.3 Justificación	12
1.4 Objetivos	13
1.4.1 Objetivo general	13
1.4.2 Objetivos específicos	13
Capítulo 2	14
MARCO REFERENCIAL	14
2.1 Marco conceptual	14
2.2 Marco contextual	16
2.3 Marco legal	18
2.4 Marco teórico	22
Capítulo 3	28
DISEÑO METODOLÓGICO	28
3.1 Línea de investigación institucional	28
3.2 Eje temático	28
3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo	28
3.4 Diseño investigativo	29
3.5 Alcance	29
3.6 Población	29
3.7 Tamaño de muestra	30
3.8 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos	30
3.8.1 Encuesta	31
3.8.2 Matriz DOFA	33
3.8.3 Modelo Canvas	34
3.9 Análisis y tratamiento de datos	34
3.9.1 Encuesta	34
3.9.2 Matriz DOFA	35
3.9.3 Modelo Canvas	35
Capítulo 4	36
RESULTADOS Y DISCUSIONES	36
4.1 Segmentación	36
4.1.1 HogarU	36
4.1.2 Casalimpia S.A	36
4.1.3 Chepe & Pepe	37

4.2	Estudio de mercado.....	48
4.3	Estrategia comercial.....	58
4.4	Costos de inversión.....	71
4.5	Costos de operación.....	72
4.6	Matriz de riesgos.....	73
4.7	Evaluación financiera.....	75
Capítulo 5.....		80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		80
5.1	Conclusiones.....	80
5.2	Recomendaciones.....	81
Referencias.....		83
Apéndices.....		85

Índice de tablas

Tabla 1. Encuesta para la adquisición de servicios de limpieza especializado en el hogar.	31
Tabla 2. Actividades principales de limpieza y su tiempo de ejecución.	58
Tabla 3. Costos de inversión.	71
Tabla 4. Costos de operación.....	72
Tabla 5. Estimación del flujo de caja libre.	76
Tabla 6. Indicadores financieros.	78
Tabla 7. Ingresos y egresos – ROI.....	78

Índice de figuras

Figura 1. América Latina y el Caribe. Reconocimiento formal de los derechos de las trabajadoras domésticas 2015. Tomado de (OIT, 2016).	19
Figura 2. 13 startups latinoamericanas con plataformas de limpieza eficientes.	23
Figura 3. Matriz DOFA.....	33
Figura 4. Lienzo CANVAS.....	34
Figura 5. Lienzo CANVAS para Hogar U.....	38
Figura 6. Lienzo CANVAS para Casalimpia.	40
Figura 7. Lienzo CANVAS para Chepe&Pepe.....	42
Figura 8. Matriz DOFA para Cleaning respecto a las empresas Hogar U, Casa Limpia, Chepe y Pepe.....	44
Figura 9. Lienzo CANVAS para Claning.....	47
Figura 10. Pregunta 1: Municipio dónde está ubicada la vivienda.	49
Figura 11. Pregunta 2: ¿En qué estrato vive?	49
Figura 12. Pregunta 3: ¿La vivienda es propia?	50
Figura 13. Pregunta 4: ¿En qué rango está el calor del arriendo del hogar?.....	50
Figura 14. Pregunta 5: ¿Cuántas personas viven en el hogar?	51
Figura 15. Pregunta 6: Nivel de escolaridad de la persona cabeza de hogar.	52
Figura 16. Pregunta 7: ¿En qué rango se presentan sus ingresos mensuales?	52
Figura 17. Pregunta 8: ¿Cuánto suman los ingresos totales del hogar?	53
Figura 18. Pregunta 9: ¿El aseo en casa lo hacen los miembros del hogar, una persona externa o empresa?.....	53
Figura 19. Pregunta 10: ¿Por qué no contratas estos servicios de limpieza?	54
Figura 20. Pregunta 11: ¿Se siente segura con esta persona o empresa?	54
Figura 21. Pregunta 12: ¿Qué tipo de contrato realizó con esta empresa o persona?.....	55
Figura 22. Pregunta 13: ¿Qué servicio de limpieza aplicaría o le gustaría aplicar en su hogar? ...	56
Figura 23. Pregunta 14: ¿Consideraría la opción de adquirir alguno de estos servicios por medio de una aplicación web?	57
Figura 24. Resumen de la estrategia comercial.....	59
Figura 25. Estrategia prestación de servicio en el Valle de Aburrá.	60
Figura 26. Cronograma de la estrategia comercial.	61
Figura 27. Capacitaciones básicas pero prioritarias para los apoyos de servicio doméstico.	62
Figura 28. Estrategia capacitaciones y entrenamientos al personal de servicio doméstico.	63
Figura 29. Cronograma de la estrategia capacitaciones y entrenamientos al personal de servicio doméstico.....	64
Figura 30. Estrategia flexibilidad de horarios de prestación del servicio.	66
Figura 31. Cronograma de la estrategia flexibilidad de horarios de prestación del servicio.	67
Figura 32. Estrategia costos competitivos.	68
Figura 33. Cronograma de la estrategia costos competitivos.	69
Figura 34. Estrategia innovación en herramientas de trabajo.	70
Figura 35. Cronograma de la estrategia innovación en herramientas de trabajo.	71
Figura 36. Simbología para la probabilidad, el impacto y la calificación del riesgo.....	73
Figura 37. Matriz de riesgos para Cleaning.	74
Figura 38. Flujo de caja libre.....	76
Figura 39. Utilidad Operativa.....	77

Figura 40. Retorno de la inversión.....79

Introducción

En Colombia existen pocas empresas de servicios de limpieza que emplean plataformas móviles y que además tengan amplia zona de cobertura en el Valle de Aburrá, además la mayoría de las familias del Valle de Aburrá contratan los servicios de limpieza de manera informal por medio de recomendaciones de amigos y familiares, lo cual conlleva a riesgos tanto para los hogares como para las empleadas domésticas, que pueden mitigarse fomentando oportunidades de formalizar este servicio.

El actual estudio busca analizar la viabilidad de crear una empresa de servicios de limpieza a hogares en el Valle de Aburrá mediante el uso de una aplicación móvil que facilite a los clientes contar con un servicio seguro y de excelente calidad, la selección de los servicios a contratar, que presente horarios flexibles y que el pago de los servicios se pueda realizar en línea por diferentes medios de pago.

Con el fin de verificar si crear una empresa de este tipo resulta ser viable se realizará un análisis del mercado de estos servicios en Colombia, así como la legislación aplicable a este sector, con el fin de identificar oportunidades y amenazas para la empresa en estudio. De igual manera se realizarán encuestas a potenciales clientes en los municipios del Valle de Aburrá que permitan identificar las necesidades de limpieza para estos hogares y la disposición a la contratación de estos servicios por medio de la aplicación móvil. Partiendo de la identificación de las ventajas y desventajas de la competencia y de las necesidades de los potenciales clientes, se plantearon estrategias competitivas para la empresa en estudio que permitan entrar al mercado ofreciendo alternativas atractivas para los clientes y atender aquellos segmentos descubiertos. En el último objetivo de este estudio de viabilidad se evaluó financieramente el proyecto para verificar que tan atractivo resulta la creación de esta empresa desde el punto de vista financiero, así como de riesgos. Esta evaluación y los análisis del estudio de mercado y las encuestas permitieron concluir acerca de la pertinencia de continuar con este emprendimiento.

El aporte al conocimiento que se pretende en este trabajo de grado se basa principalmente en innovaciones sociales y productivas, ya que por medio de la empresa que se pretende crear llamada Cleaning, pueda ser rentable y sostenible, mediante la generación de empleo formal y cumpliendo la normatividad colombiana para este tipo de servicios, donde uno de sus propósitos sociales es dar empleo a madres cabeza de hogar, jóvenes vulnerables, mujeres maltratadas que por medio de su trabajo y de capacitaciones puedan contribuir a la prestación de un servicio de limpieza y desinfección especializado, contar con un salario justo y acceder a las prestaciones de ley. Por medio de la aplicación móvil revolucionar la prestación de este tipo de servicios ya que es una labor que no ha sufrido mayor evolución a lo largo del tiempo y su ejecución se basa en conocimiento empírico, por lo tanto por medio de esta implementación tecnológica se busca mejor remuneración y dignificación al personal que ejecuta el servicio, cumplimiento legales, personal especializado en la ejecución de limpieza del hogar y cumplir con el tema de inmediatez que es nuevo en esta generación.

Este trabajo de grado se desarrolló en cinco capítulos, el capítulo 1 que se refiere al planteamiento del problema, contiene los subcapítulos de la descripción, la formulación y la

justificación de este y finaliza con la determinación de los objetivos tanto el general como los específicos que se buscaron responder a lo largo del informe. En el capítulo 2 se realiza la contextualización de lo que enmarca este proyecto desde la parte conceptual, contextual, legal hasta la teórica. El diseño metodológico desarrollado en el capítulo 3 permitió definir la línea de investigación y el eje temático, para que por medio de ellos se pudiera determinar el enfoque al paradigma investigativo, aquí también se definió el tipo de metodología a utilizar, la población a quien fue dirigido, el tamaño de la muestra, las técnicas e instrumentos de la recolección de datos y el análisis. El capítulo 4 presenta los resultados y las discusiones, allí se buscó dar respuesta a cada uno de los objetivos específicos, haciendo un estudio de mercado compuesto por la segmentación de las empresas que ofrecen estos servicios y la estrategia comercial, y un estudio financiero donde se especificaron los costos de inversión, los costos de operación y la evaluación. Finalmente, el capítulo 5 presenta las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron a través de la ejecución de los capítulos anteriores.

Capítulo 1

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Hace más de 45 años existe el servicio doméstico en Colombia (El Tiempo, 1996), se ha promovido un esquema de contratación informal, lo cual implica altos riesgos tanto para las familias que contratan el servicio como para las empleadas domésticas. El servicio de limpieza se presta normalmente en los hogares de estrato socioeconómico tres en adelante que no cuentan con el tiempo disponible para encargarse de las tareas de su hogar y que de acuerdo a referencias recibidas por familiares y amigos accede a contratar de manera informal el servicio doméstico sin garantizar el derecho a un salario estable y a las prestaciones sociales exigidas por la ley para el trabajador doméstico, así mismo no hay garantías del cuidado o bienestar que este trabajador debe brindar a la familia para la cual trabaja.

El servicio de limpieza para los hogares se maneja según recomendaciones de personas cercanas al entorno, lo que hace difícil la búsqueda de personal calificado para atender por días o de manera fija las labores de limpieza del hogar, también ocurre que si se encuentra la persona no cumple con el perfil para el que fue contratado ya que como son tareas básicas de limpieza no hay una capacitación sino el empleado las realiza de manera empírica lo que ocasiona el mal manejo de los insumos de aseo, desperdicio de agua, daños y la inconformidad de realizar un trabajo solo por obligación.

Actualmente a nivel nacional hay cinco empresas que se encargan de ofrecer el servicio de limpieza a través de una aplicación móvil, estas son Hogaru.com, Chepe&Pepe, Casalimpia, AseoYa y Timbrit (La República, 2019). Estas tienen como factor innovador la facilidad con la que se puede solicitar el servicio de aseo y limpieza, pagos en línea, selección del personal a realizar la labor, seguros contra robos o daños y sobre todo la garantía de responder por las prestaciones sociales a las que tiene derecho los empleados domésticos. En Antioquia la única empresa de estas cinco que ya está funcionando es Casalimpia en donde se puede agendar el servicio también por medio de la página web, las otras 4 solo se han posicionado en la capital del país y se identifica como problema para abrirse a otras ciudades el hecho de que el servicio tiene un costo alto comparado con los pagos de manera informal y uno de los problemas que tiene mayor impacto en esta expansión en la que se enfocan las empresas anteriormente mencionadas, es el poco contacto con las herramientas tecnológicas y el desconocimiento de la ley por parte del personal de servicio doméstico.

El personal de servicio doméstico por años ha hecho parte del sector informal del país lo que ocasiona pocas oportunidades de mejorar la calidad de vida de estas personas, sector laboral discriminado y personal poco motivado. Según el artículo de la revista Portafolio "... el 61% de las empleadas del hogar gana menos de un Salario Mínimo Legal Vigente y el 77% recibe alimentos como pago en especie. Así mismo, solo el 18% está afiliado a pensión..." (Portafolio, 2019).

Se evidencia que en el Valle de Aburrá existen empresas que ofrecen servicios de limpieza, sin embargo, de las que se encontraron solo una lo hace a través de una aplicación móvil, la zona de cobertura de esta empresa no es tan amplia, dejando un gran segmento de mercado sin la oportunidad de acceder al servicio por los elevados costos. Otra de las problemáticas según comparte Hogar U en su blog, una de las más prestigiosas empresas de aseo en el país “... el 80 % de las trabajadoras domésticas en Colombia está en la informalidad; más de 600.000 mujeres deben sobrevivir con salarios inferiores al mínimo, sin seguridad social, sin prestaciones sociales y sin hacer aportes al sistema de pensiones. La necesidad y la falta de oportunidades obligan a estas mujeres a aceptar estas condiciones laborales, lo que lleva a una gran injusticia social” (HogarU, 2019).

1.2 Formulación del problema

Debido a la falencia que se ha identificado en el Valle de Aburrá para conseguir personas idóneas y que generen confianza para desarrollar las labores de servicio doméstico es importante pensar si ¿Será viable crear una empresa de servicios de limpieza especializados en el Valle de Aburra, que funcione a partir de una aplicación móvil?

1.3 Justificación

La razón para realizar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa que brinde servicios de limpieza y desinfección para los hogares de las familias Antioqueñas es aprovechar los segmentos de mercado descubiertos, facilitando el acceso a este tipo de servicios mediante una herramienta tecnológica e innovadora que puede llegar a más hogares de la región. De igual manera se considera importante aportar a la economía regional mediante la legalización del empleo doméstico, dando la posibilidad a madres cabeza de familias de tener un contrato fijo, un salario justo y acceder a los beneficios establecidos por la ley. Una tercera razón, pero no menos importante es la promoción del cuidado del ambiente por medio del uso de insumos eco amigables que ayuden a la disminución de la huella de carbono y aporten a la sostenibilidad del medio ambiente para un futuro mejor.

De esta manera se pretende que los resultados del estudio sean positivos para que se pueda ejecutar y cumplir con el objetivo principal, así también, analizar qué tan rentable es sistematizar un tipo de servicio que ofrezca fácil acceso al cliente, personal calificado para realizar dichas labores y garantía en el cumplimiento de la normatividad colombiana (Corte Constitucional, 2016).

Debido a la pandemia que se vive mundialmente por el Covid19, se presenta una oportunidad clara para vincular de manera formal y capacitar a las trabajadoras domésticas, tal y como lo señala el artículo “Que la Covid motive a formalizar las empleadas domésticas” (El Colombiano, 2020), y se encuentra la facilidad de hacerlo con la creación de una empresa que ofrezca la contratación de estos servicios de limpieza y desinfección mediante una aplicación móvil que brinde la facilidad al usuario de escoger el tipo de servicio a contratar, el número de horas al mes, hacer seguimientos constantes de la calidad del servicio, poder calificarlos, realizar pagos en línea y que el cliente no se preocupe por los trámites legales que se requieren para contratar y afiliar al personal de limpieza.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de viabilidad para la creación de una empresa que preste servicios de limpieza a hogares en el Valle de Aburrá, por medio de una aplicación móvil que minimice la búsqueda de personas idóneas y cumpla con todos los requerimientos de ley para la contratación y prestación de servicios del personal.

1.4.2 Objetivos específicos

- Realizar una caracterización de las diferentes empresas que poseen una oferta de limpieza para el hogar en el Valle de Aburrá por medio de una segmentación de los servicios que ofrecen y determinar las necesidades que no están cubiertas en los potenciales clientes.
- Elaborar un estudio de mercado por medio de encuestas a personas que residen en el Valle de Aburrá y que pertenecen a estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 para identificar las necesidades o demandas del servicio requerido a este tipo de empresas.
- Diseñar una estrategia comercial para la nueva empresa prestadora de servicios de limpieza domésticos, por medio de un análisis del impacto y acogida que han tenido las diferentes propuestas comerciales que se tiene alrededor del mundo con el fin de mejorar aquellos segmentos del mercado no atendidos en los hogares del Valle de Aburrá.
- Estimar los costos de inversión y operación de la empresa a través de un flujo de caja y elaborar una matriz de riesgos con el fin de evaluar la viabilidad del proyecto.

Capítulo 2 MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco conceptual

A continuación, se hace una descripción de los principales conceptos que se deben tener en cuenta para el desarrollo de cada uno de los apartados restantes del estudio de viabilidad, y tener de esta forma una mejor comprensión de la terminología allí empleada.

- **Trabajador domestico:** Es aquella persona que residiendo o no el lugar de trabajo, ejecuta tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños, jardinería, cuidado de animales y demás tareas propias del hogar (Presidencia de la República, 1998). Se denominan internos los que residen en el sitio o lugar de trabajo. Los demás se denominan "por días".
- **Trabajo formal:** es el legal, y por lo tanto el que está sujeto a los impuestos correspondientes. La totalidad del dinero acordado no llega del empleador al empleado, sino que una parte llega (el llamado sueldo neto) y otra (las llamadas deducciones) que puede ser un tributo que el empleado no percibe, o bien alguna percepción en forma indirecta: las más habituales son la cobertura de salud, y la seguridad social que es una porción dedicada a cuando el empleado no trabaje más. (Ejemplos, 2019)
- **Trabajo informal:** son en cambio los que están al margen de la Ley. Si bien están prohibidos, muchas veces el Estado no hace demasiados esfuerzos para combatirlo e incluso contrata personas bajo esta modalidad (Ejemplos, 2019).
- **Prestaciones legales:** son los dineros adicionales al salario que el empleador debe reconocer al trabajador vinculado mediante contrato de trabajo por sus servicios prestados. Es el reconociendo a su aporte en la generación de ingresos y utilidad en la empresa o unidad económica. (Ley 1788, 2016)
- **Contrato de trabajo:** es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda y mediante remuneración. Quien presta el servicio se denomina trabajador, quien lo recibe y remunera, {empleador}, y la remuneración, cualquiera que sea su forma, salario (Guataquí, 2001).
- **Pago en especie:** es la expresión adecuada para decir que algo se paga o se cobra en frutos o géneros y no en dinero (Castro, 2009).
- **Servicio:** es el conjunto de actividades realizadas por una empresa para responder a las necesidades del cliente. De esta forma el servicio podría definirse como un bien no material (Arévalo, 2011).

- Limpieza: es el conjunto de operaciones que permite eliminar la suciedad visible o microscópica de una superficie. Una limpieza regular y periódica tiene además un efecto “higienizante” ya que reduce la presencia de microorganismos patógenos, disminuyendo a su vez la necesidad de desinfectar (Medina, 2006)
- Servicio de desinfección: se refiere a la reducción de los organismos patógenos (organismos que ocasionan enfermedades) mientras que saneamiento se refiere a la calidad de limpieza (Medina, 2006).
- Productos eco amigables: son aquellos que están fabricados con sustancias inocuas al medioambiente o, al menos, lo más inocuas posibles. Los ingredientes que constituyen un producto de limpieza, para considerarse ecológicos deben ser biodegradables y sus fórmulas no ensayadas con animales (Productos ecológicos, 2012).
- Aplicación móvil: Las aplicaciones móviles son programas diseñados para ser ejecutados en teléfonos, tabletas y otros dispositivos móviles, que permiten al usuario realizar actividades profesionales, acceder a servicios, mantenerse informado, entre otro universo de posibilidades (ServiSoft Corp, 2010).
- Estudio de viabilidad: es un elemento inherente a todos ellos. No importa qué tipo de proyecto es, si se trata de una iniciativa de software, un proyecto educativo o uno de construcción. Analizar la viabilidad de un proyecto es más importante que planificar y para poder concluirlo resulta imprescindible llevar a cabo una investigación completa, que conduzca al conocimiento de si realmente el proyecto aportará los beneficios que se esperan de él. No es una simple formalidad burocrática, sino que es una herramienta necesaria para la toma de decisiones estratégica (OBS Business School, 2020).
- Trabajador domestico: es aquella persona que residiendo o no el lugar de trabajo, ejecuta tareas de aseo, cocina, lavado, planchado, cuidado de niños, jardinería, cuidado de animales y demás tareas propias del hogar (Trabajadoras domésticas , 2020).
- Servicios de limpieza a particulares: los servicios de limpieza a particulares también pueden diferenciarse por los motivos que se solicite dicho servicio. No obstante, siempre responde a una persona que quiere limpiar su casa por alguna u otra razón (Limpieza Sil, 2019).
- Innovación: es la creación o modificación de un producto, y si introducción en un mercado. Un aspecto esencial de la innovación es su aplicación exitosa de forma comercial. No solo hay que inventar algo sino introducirlo y difundirlo en el mercado para que la gente pueda disfrutar de ello (Arévalo, 2011).

2.2 Marco contextual

A continuación, se hará un recuento de la situación actual del trabajo doméstico, con un enfoque inicial sobre América Latina para luego centra el recuento en el Valle de Aburrá, zona de interés para el actual estudio de viabilidad de la creación de una empresa de servicios especializados de limpieza a través de una aplicación móvil.

Actualmente, en Argentina, Brasil, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Uruguay los ingresos de las trabajadoras domésticas son iguales o inferiores al 50% del promedio de todas las personas ocupadas. El trabajo doméstico es una actividad poco protegida por los sistemas de seguridad social, con déficits de cobertura legal. A nivel regional, no existe información homogénea sobre la cobertura del trabajo doméstico, aunque información del Sistema de Información y Análisis Laboral para América Latina y el Caribe (SIALC) de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) muestra que para 2013 la proporción de trabajadoras domésticas cotizando activamente, era de un 28%, indicador muy inferior en comparación con el 47% correspondiente al total de personas ocupadas (OIT, 2016).

Según el artículo: La situación de precariedad en las trabajadoras domésticas en América Latina y el Caribe se acentúa frente a la crisis del COVID-19, “...en América Latina y el Caribe, entre 11 y 18 millones de personas se dedican al trabajo doméstico remunerado. De ellas el 93% son mujeres. El trabajo doméstico supone entre el 14,3% y el 10,5% del empleo de las mujeres en la región. Sin embargo, más del 77,5% operan en la informalidad, lo que significa que una parte importante de ellas trabaja en condiciones precarias y sin acceso a la protección social. Los ingresos de las mujeres empleadas en el servicio doméstico son además iguales o inferiores al 50% del promedio de todas las personas ocupadas...” (ONU, 2020).

Para Colombia, “...según datos de la Escuela Nacional Sindical (ENS), el 61% de las empleadas del hogar gana menos de un Salario Mínimo Legal Vigente y el 77% recibe alimentos como pago en especie. Solo el 18% está afiliado a pensión. Esto indica, además, que el 96% de los empleados domésticos del país son mujeres, de las cuales apenas el 38% de ellas terminó la primaria. El trabajo doméstico representa el 3% de la población ocupada del país...” (Portafolio, 2019)

La segunda región más importante de Colombia es el Valle de Aburrá, que está conformada por Medellín y otros 9 municipios vecinos que integran el área metropolitana, esta región es densamente poblada y se concentra en un hábitat geográfico en forma de Valle, rodeado por lo altiplanos de San Nicolás y el altiplano de Santa Rosa de Osos. En dicho territorio hay 51.195 personas registradas como trabajadoras domésticas, al menos 46.075 de ellas no tienen una fuente fija de ingresos según la información que se registró en la aplicación Medellín me cuida - Empresas. Otro problema que enfrentan las empleadas domésticas es que como la mayoría trabaja por días, los contratos suelen ser verbales y los empleadores creen que se trata de acuerdos informales que pueden pasarse por alto. Eso ocasiona, que el 68 % de las trabajadoras no puedan acceder a seguridad social, tampoco el empleador brinda los elementos de protección personal y su respectiva dotación al trabajador para que este pueda realizar sin ningún riesgo las actividades de limpieza o desinfección para las que fue contratado. En conclusión, a pesar de que el Estado mejoro y reforzó la normatividad para exigir los derechos a los empleados domésticos

aún hay muchos vacíos legales que las familias empleadoras no conocen y el personal doméstico por desconocimiento y por miedo a disminuir sus ingresos económicos acepta trabajar sin exigir los beneficios a los que tiene derecho por ley.

Para Colombia y el Valle de Aburra se identificaron algunas plataformas disponibles a través de las cuales se puede contratar empleadas domésticas, sin embargo, estas plataformas solo hacen la conexión y ganan un porcentaje por ello, sin ofrecer garantías. Estas plataformas no son exigentes a la hora de vincular las trabajadoras domésticas, pues el procedimiento es tan simple como:

1. Abrir una cuenta
2. Completar el registro de su perfil
3. Crear su currículo
4. Esperar a que los interesados lo contacten
5. Iniciar la vinculación.

Estas empresas prestan el servicio de limpieza para hogares y oficinas a través de una aplicación móvil, entre las más reconocidas a nivel nacional se encuentran Hogaru.com, Chepe&Pepe, Casalimpia, AseoYa y Timbrit, y entre las características de los servicios que ofrecen se destacan que la app paga las prestaciones sociales de las empleadas domésticas y en el costo del servicio ya está incluido, se puede dejar las tareas a realizar, conocer la ubicación de la empleada, evaluar el servicio y reportar daños. También permite solucionar de forma rápida las necesidades relacionadas con garantías de productos, atención de emergencias, instalaciones, mantenimientos y reparaciones de su hogar u oficina, se puede contratar la limpieza por días, comprar productos de aseo y cafetería, administrar y liquidar los aportes de seguridad social de su empleada y hasta solicitar servicio de vigilancia y escolta.

De estas cinco empresas innovadoras en el servicio de limpieza y desinfección la única que actualmente funciona en el Valle de Aburrá es Casalimpia ya que las otras se han enfocado en posicionarse en la capital del país. Uno de los limitantes para que estas empresas se consoliden en Medellín y otras ciudades aledañas es el poco acceso a las herramientas digitales por parte del personal de servicio doméstico y el miedo o la incertidumbre a trabajar con métodos de trabajo sistémico y digital.

En conclusión, el servicio doméstico ha venido mejorando su legislación con el pasar de los años con lo cual se permite la creación de empresas que pretenden innovar con este servicio de manera digital dando pie a una nueva generación de actividades de aseo y de limpieza. Además, tienen un enfoque social que busca respaldar las obligaciones a las que tiene derecho el personal doméstico que ha sido vulnerable, discriminado y excluido solo por el hecho de no considerar su trabajo como algo formal

2.3 Marco legal

A continuación, se presenta un repaso de las principales normas laborales que han incidido en el servicio doméstico tanto en América Latina como en Colombia y muestra como la legislación colombiana ha podido superar obstáculos en la forma de abordar este tema y mejorar la relación laboral del trabajo doméstico con otro tipo de empleos.

- **Normatividad en América Latina**

C189 - Convenio sobre las trabajadoras y los trabajadores domésticos, 2011 (núm. 189)
Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2011).

“Artículo 1: A los fines del presente Convenio: (a) La expresión trabajo doméstico designa el trabajo realizado en un hogar u hogares o para los mismos; (b) La expresión trabajador doméstico designa a toda persona, de género femenino o género masculino, que realiza un trabajo doméstico en el marco de una relación de trabajo; (c) Una persona que realice trabajo doméstico únicamente de forma ocasional o esporádica, sin que este trabajo sea una ocupación profesional, no se considera trabajador doméstico”

Según el documento Políticas de formalización del trabajo doméstico remunerado en América Latina y el Caribe (OIT, 2016), el trabajo doméstico tiene ciertas características que la diferencian de otras actividades, como, por ejemplo, se puede ser en jornada parcial o tiempo completo, tener uno o varios empleadores, estas mismas características conducen a que sea realizada principalmente por mujeres. Según este informe “el trabajo doméstico remunerado representa aproximadamente 10% del empleo informal en América Latina”, con el fin de aportar en transformar esta dinámica la Organización Internacional del Trabajo (OIT) impulsa el Programa de Promoción de la Formalización en América Latina y el Caribe, FORLAC.

“...con relación al trabajo doméstico hubo un importante rezago por varias razones. Una de las principales tiene que ver con la herencia de la colonia y el vínculo de este trabajo con los regímenes de servidumbre y la esclavitud. Por otro lado, al ser una ocupación asociada con las tareas que histórica y culturalmente se han asignado a las mujeres, se invisibiliza como trabajo y como aporte a la economía de las familias y de los países (Pérez Orozco 2009: 6). Las primeras normativas para la regulación del trabajo doméstico establecían regímenes diferenciados que otorgaban menores derechos y garantías a quienes se desempeñaban en este sector. Esto se hizo a través de diferentes estrategias: en Argentina se crearon leyes específicas. En Perú se hizo vía Decreto. Nicaragua, Costa Rica, Panamá, República Dominicana, Bolivia, Chile, Guatemala, El Salvador, Honduras, Ecuador y Venezuela crearon capítulos especiales dentro de los Códigos de Trabajo. Finalmente, Colombia y Brasil definieron excepciones en el alcance de los derechos laborales establecidos en el Código de Trabajo (Colombia) y en la Constitución Federal (Brasil). Estas normativas diferenciadas dieron como resultado menores garantías laborales para las personas que se desempeñaban en esta ocupación, favoreciendo también la informalidad...”

Los avances normativos que buscan mejorar las condiciones del trabajo doméstico varían en todos los países de América Latina, por su parte Brasil y Venezuela, no han ratificado su adhesión al Convenio 189, sin embargo, siguen mostrando cambios positivos en su marco normativo, por otra parte, hay países que, estando vinculados al Convenio, no han reformado aun sus normativas. Son varios los países que han desarrollado acciones para promover un mayor acceso de las trabajadoras domésticas a la seguridad social. Este es el caso de Uruguay, Argentina, Colombia y Ecuador. Asimismo, en algunos países como Costa Rica o Bolivia se están discutiendo actualmente algunas propuestas.

A continuación, se muestra un cuadro comparativo de las condiciones del derecho al trabajo de las trabajadoras domésticas en los países de América Latina (Ver Figura 1)

Figura 1. América Latina y el Caribe. Reconocimiento formal de los derechos de las trabajadoras domésticas 2015. Tomado de (OIT, 2016).

Derecho	Condiciones	Países
Jornada	Equiparada al resto de trabajadores (entre 40 y 48 horas semanales)	Argentina, Bolivia ^{af} , Colombia ^{af} , Costa Rica, Perú, Guyana, Paraguay ^{af} , Chile ^{af} , Brasil, Trinidad y Tobago, Uruguay, Ecuador, Jamaica y Venezuela.
	No se establece jornada.	El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá y República Dominicana.
	Se definen periodos de descanso entre 9 y 12 horas diarias.	
	Establecen jornadas superiores para las trabajadoras que residen en el hogar en el que trabajan	Bolivia, Chile y Colombia.
Contrato	Contrato escrito obligatorio	Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, México, Paraguay y Bolivia ^{af} .
	Se permite contrato verbal	Colombia, El Salvador, Guatemala, Guyana, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela.
Salario mínimo	Salario mínimo para el trabajo doméstico o se incluye al trabajo doméstico en el salario mínimo general	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Guyana, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela.
	No se establece salario mínimo para el trabajo doméstico	El Salvador, Honduras, Perú, República Dominicana.
	Se permite pago de una parte del salario en especie	Colombia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana y Uruguay
Seguridad Social	Afiliación obligatoria	Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Guyana, Jamaica, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela.
	Afiliación voluntaria	El Salvador, Honduras y México.
	Régimen especial con menor cobertura	El Salvador, Guatemala, Honduras y México.

- **Normatividad Nacional**

Según el documento EVOLUCIÓN NORMATIVA DEL TRABAJO DOMÉSTICO EN COLOMBIA (Barrera, 2019), a continuación, se presenta un resumen histórico de las leyes y decretos relacionados con el trabajo doméstico.

Ley 10 de 1934: Este año se promulgó la ley que se considera como un primer paso en el desarrollo normativo especial sobre el trabajo. En los artículos 12 al 20, se presenta reglamentación de algunas condiciones especiales del contrato laboral, la calidad de empleador, horarios, condiciones de contratación y otros aspectos laborales. Esta ley también cobijaba a los empleados de servicio doméstico. Para esa época las normas laborales eran producto de las presiones de los sindicatos. Por estas circunstancias, era común que el servicio doméstico, antes que ser visto y entendido como una relación laboral, definida en la Ley 10 de 1934 y reglamentada en el Decreto 652 de 1935, se rigiese como una relación de arrendamiento de personas, modalidad contractual estipulada en el Código Civil.

Ley 6 de 1945: Por la cual se dictan algunas disposiciones sobre convenciones de trabajo, asociaciones profesionales, conflictos colectivos y jurisdicción especial del trabajo. Bogotá. Congreso de Colombia. Diario Oficial 25.772 del 21 de febrero de 1945.

Ley 90 de 1946: Por la cual se establece el seguro social obligatorio y se crea el Instituto Colombiano de Seguros Sociales. Bogotá. Congreso de Colombia. Diario Oficial 23.112 del 7 de enero de 1947.

Código Sustantivo del Trabajo 1950: Por medio del decreto 2663 de 1950 se derogó la normatividad hasta ese momento vigente de arriendo de trabajadores domésticos, y se creó el código sustantivo del trabajo, cuya versión original contemplaba términos discriminatorios respecto al servicio doméstico, como lo presentado en el artículo 171 en su redacción original.

“Prohíbese el trabajo nocturno de menores de diez y seis (16) años, con excepción del servicio doméstico”

Decreto 13 de 1967: Por el cual se incorporan al Código Sustantivo del Trabajo las disposiciones de la Ley 73 de 1966, Bogotá: Presidencia de la República de Colombia. Diario Oficial 32.131 del 25 de enero de 1967.

Ley 11 de 1988: Por la cual se consagran unas excepciones en el régimen del Seguro Social para los trabajadores del Servicio Doméstico. Bogotá. Congreso de Colombia. Diario Oficial 38.187 del 21 de enero de 1988.

Constitución Política de la República de Colombia 1991: La Constitución Política Nacional de Colombia (Asamblea Nacional Constituyente, 1991) establece en lo que respecta al trabajo y sus garantías la Constitución Política tiene disposiciones dentro de todo su contenido que van desde el preámbulo hasta el título II, capítulo 1 el cual habla de “los derechos, garantías y deberes”, pero no es posible encontrar una definición de aplicación específica dentro de ésta en lo que

respecta al trabajo doméstico, ni siquiera características específicas que puedan ser relevantes en el ejercicio de esta actividad laboral considerada por costumbre en nuestro país como informal.

Según la OIT (2016), “En Colombia, la Corte Constitucional estableció en 1998, mediante la Sentencia C-372, que la jornada laboral de las trabajadoras y trabajadores que residen en la casa donde se emplean no puede ser superior a las 10 horas diarias...” (Corte Constitucional de Colombia, 2019)

Ley 1595 de 2012: Por medio de la cual se aprueba el "Convenio sobre el Trabajo Decente para las Trabajadoras y los Trabajadores Domésticos, 2011 (número 189)", adoptado en Ginebra, Confederación Suiza, en la 100ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo, el 16 de junio de 2011. Bogotá D.C. Congreso de Colombia. Diario Oficial 48.651 del 21 de diciembre de 2012.

Decreto 721 de 2013: Por medio del cual se reglamenta el numeral 4 del artículo 7º de la Ley 21 de 1982 y se regula la afiliación de los trabajadores del servicio doméstico al Sistema de Compensación Familiar.

Decreto 2616 de 2013: Por medio del cual se 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

Ley 1788 de 2016: Ley de prima para los trabajadores y trabajadoras domésticas en Colombia. Por medio de la cual se garantiza el acceso en condiciones de universalidad al derecho prestacional de pago de prima de servicios para trabajadores domésticos (Corte Constitucional, 2016).

Febrero de 2018, la Corte Constitucional ordena reconocer ‘pensión sanción’ a empleadas domésticas” y señala que es un deber afiliar a las empleadas domésticas al sistema de seguridad social integral (El Tiempo, 2018).

“La Corte recordó que cuando un empleador omite su obligación de hacer las cotizaciones de pensión de su empleada doméstica, estas personas pueden tener derecho a una pensión sanción, lo cual implica que el empleador debe pagarles mensualmente una suma”

Además, se espera cumplir con la legislación laboral que se ha venido planteando y mejorando a lo largo de los años, que se resume a continuación:

“Según concepto Jurídico respecto a “Contratación de servicio doméstico / Pagos a realizar / Terminación del contrato / Jornada laboral incompleta / Aportes a parafiscales” del Ministerio de Trabajo, en Colombia los trabajadores de servicio doméstico pueden ser internos, externos o por días y estos pueden ser contratados por medio de contrato verbal o escrito. Cuando es un contrato de manera verbal, se

entenderá que sea a término indefinido. En cambio, el contrato de trabajo escrito puede ser a término fijo o indefinido y el salario no puede ser inferior al Salario Mínimo Legal Mensual Vigente (SMLMV), aunque el empleador puede cancelarlo no solo en dinero sino también una parte en dinero y otra en especie” (Ministerio de Trabajo, 2018).

A continuación, se presenta un recuento de la normatividad en Colombia relacionada con la creación de empresas, dado que el objetivo del presente estudio de viabilidad es considerar todos aquellos aspectos relevantes para crear una empresa de prestación de servicios de limpieza en hogares del Valle de Aburrá.

Constitución Política de la República de Colombia 1991. En el artículo 38 trata sobre Libertad de Asociación, en el artículo 333 sobre Libertad Económica y en el artículo 158 sobre Unidad de Materia (Asamblea Nacional Constituyente, 1991).

Ley 344 de 1996: Se define normatividad correspondiente a la creación de empresas. El artículo 16 habla acerca del acceso a los recursos para proyectos de incubadoras asociadas al Sena.

Ley 550 de 1999: Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

Ley 789 de 2002: Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo Del Trabajo.

Decreto 934 de 2003: Por el cual se reglamenta el funcionamiento del Fondo Emprender FE, este fondo fue creado en 2002, adscrita al Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

LEY 905 DE 2004: Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006: Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia.

En 2007, la Sala Plena de la Corte Constitucional, respaldó la creación de microempresas bajo el régimen de Empresas Unipersonales, contemplada en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 “Ley de Fomento al Emprendimiento”. Las empresas que se creen a partir de la entrada en vigor de dicha ley que tengan hasta 10 empleados y menos de 500 SMMLV se constituyen y vigilan como Empresas Unipersonales.

2.4 Marco teórico

Tal como se mencionó en el marco contextual existe hoy en día un gran porcentaje de los trabajadores en América Latina que no cuentan con un contrato laboral ni tienen acceso a las prestaciones de ley, buscando mejorar esta situación se han creado startups para el servicio de

limpieza para el hogar, automóvil, entre otros. Sin embargo, estas garantizan que todos los profesionales relacionados con estos servicios puedan obtener un trabajo confiable con los beneficios laborales que estos trabajadores merecen.

A continuación, se describen los startups más representativos de América Latina según el artículo “13 startups latinoamericanas con plataformas de limpieza eficientes” (Contxto, 2019).

Figura 2. 13 startups latinoamericanas con plataformas de limpieza eficientes.
Tomado de (Contxto, 2019).



“Aliada (México)

Este marketplace de profesionales de la limpieza es una de las redes de asistencia doméstica más conocidas en México. Formaliza los acuerdos laborales al proporcionar antecedentes de los empleados sin ningún costo oculto o sorpresas.

Además de esto, los trabajadores reciben seguro médico, incentivos económicos y oportunidades educativas para su desarrollo personal. Ha recaudado más de US\$950,000 desde su fundación en 2015.

Hogaru (Colombia)

Creada por el CEO Matteo Cera, la plataforma digital envía personal de limpieza a hogares y oficinas en Colombia. En 2017, realizó alrededor de 19,000 trabajos de limpieza al mes, solo para crecer casi la mitad.

Hoy en día, hace alrededor de 30,000 empleos al mes, según Cera a LinkedIn. Como parte de la cartera de Wayra, la aceleradora de tecnología Y Combinator invirtió US\$120,000 en Hogaru el mismo año. Los servicios están disponibles tanto para hogares como para oficinas.

A Lavadeira (Brasil)

Especializada en servicios de lavandería a domicilio, A Lavadeira proporciona rastreo en línea, verificación de estado, acceso a información sobre entregas y facturas para su ropa. Lo que significa “la lavandera” en portugués, hoy A Lavadeira opera alrededor de São Paulo y Campinas.

Zolvers (Argentina)

Lo que comenzó como un programa para conectar trabajadores domésticos con contratistas y formalidades de trabajo en Argentina se ha convertido en un prestamista de microcrédito para miles de personas en toda América Latina.

Fundado en 2013, este mercado en línea y móvil permite a las personas “subcontratar” tareas domésticas comunes que van desde la limpieza, la entrega, hasta el mantenimiento.

Donamaid (Brasil)

Con sede en Pelotas, Brasil y fundada en 2016, Donamaid está desarrollando tecnología para servicios de limpieza “millennial”. La aplicación permite a los usuarios contratar un limpiador profesional cada hora en casa o incluso en la oficina.

Mientras tanto, el blog de Donamaid proporciona secretos útiles de la industria de la limpieza. Un ejemplo incluye cómo limpiar varios tipos de pisos de oficinas, dependiendo del material de construcción.

MiMaidXpress (Panamá)

Esta plataforma en línea panameña conecta a los trabajadores con trabajos de limpieza en todo el país centroamericano. Comprometido a descomplicar el proceso, garantiza que los empleados reciban el pago a tiempo. Los trabajadores también establecen su propio horario de trabajo para darles más autonomía.

HouseKipp (Perú)

Con un alto nivel de tecnología en su modelo de negocio, HouseKipp ha diseñado un robot de limpieza de uso en el hogar para lavar ventanas pequeñas. Originalmente, el problema era reducir los riesgos involucrados en el lavado del vidrio, especialmente cuando hay algo de elevación involucrada.

El startup no solo utiliza máquinas, sino también limpiadores humanos en espacios residenciales y de oficinas. Grover Ramírez es el CEO de la empresa. Anteriormente, participó en el acelerador de StartUp Peru donde recaudó fondos.

Lavame (Chile)

No es necesario ir al autolavado con Lavame, la primera aplicación tecnológica de Chile que lleva los limpiadores de autos directamente a su hogar. Disponible en Android, así como en iOS, los usuarios pueden ordenar la limpieza en seco, es decir, sin agua, desde cualquier lugar con cobertura.

Hay dos opciones disponibles: express y full. Express se compone de lavado exterior, encerado, pulido, además de limpieza de llantas, todo con productos ecológicos de acuerdo con el sitio web. Full incluye todos los anteriores, pero con servicios interiores añadidos.

Casera (Ecuador)

Luis Moreira y Juan Carlos Morales lanzaron Casera en 2017. Desde el principio, estaban decididos a facilitar que las familias completen los quehaceres diarios. Desde entonces, este sitio web ecuatoriano de limpieza doméstica compitió como uno de los finalistas en Platzi Demo Day 2017.

Según la compañía, los trabajos de limpieza que pasan una sola vez cuestan US\$8 por hora por un mínimo de tres horas. Las visitas semanales programadas duran al menos tres horas por sesión por US\$5.99 por hora.

Tuten (Chile)

Tuten va más allá de la ayuda doméstica de limpieza con sus servicios holísticos. Además de la limpieza, ofrece reparación eléctrica, plomería, instalación de televisores, cerrajería, planchado y mucho más. Todos estos servicios son proporcionados por contratistas de la base de datos de Tuten.

En 2015, fue el único finalista chileno en la MassChallenge accelerator competition. Los financiadores anteriores también han involucrado a Corfo, Microsoft, así como a otros fondos de inversión privados.

Mi Dulce Hogar (México)

Este startup comenzó en Guadalajara, pero recientemente anunció sus planes de lanzamiento en la Ciudad de México. La directora general, Estefanía Hernández, fundó la empresa en 2015 para “subcontratar” tareas domésticas comunes.

La plataforma es conocida por ser flexible y bajo demanda, ayudando a transformar la gig economy de Guadalajara con su tecnología. Más aún, apoya los derechos de los trabajadores al ayudarlos a formalizar los acuerdos laborales. Forbes México también nombró a la compañía como una de las 30 startups más prometedoras en 2018.

HomeSquad (Colombia)

HomeSquad también comenzó como una herramienta para oficializar formalidades laborales entre trabajadoras domésticas. La startup colombiana participó en el BBVA Momentum, donde recibió tutoría empresarial personalizada.

Lavemcasa (Brasil)

Los clientes de Lavemcasa pueden suscribirse a los servicios de lavandería y tintorería diarios o recurrentes a través de la aplicación. Todo lo que tienes que hacer es hacer el pedido y pronto llegará alguien para recoger tus pertenencias.

A partir de ahí, la ropa será lavada y devuelta a su hogar. Hoy en día, este servicio on-demand existe en Sao Paulo, Belo Horizonte, Curitiba, Brasilia, Goiania, Fortaleza y Blumenau.”

En Colombia existe mayor facilidad de contratar diferentes tipos de servicios de aseo y limpieza a través de aplicaciones móviles. Hogaru la empresa emergente colombiana nació en 2015 como una solución a quienes requerían servicios de profesionales de la limpieza para casas u oficinas por horas y continúa su expansión ahora en la región. (La República, 2019)

Actualmente la empresa emplea a más de 900 personas y atiende 50.000 servicios de limpieza al mes en las oficinas y hogares de las principales ciudades de Colombia. Hogaru hoy en día tiene presencia en las ciudades Bogotá, Chía, Medellín, Rionegro, Cali y Barranquilla, para el año 2020 esperaban llegar a Cartagena, México o Chile. La empresa está enfocada en invertir en mejoras tecnológicas, buscando ser más eficientes y atendiendo las necesidades de los clientes. Entre las claves del éxito esta contratar personal competente y entrenarlo, seguir en aumento del número de servicios ofrecidos a los clientes a través de su plataforma y por último pretende aumentar su presencia geográfica. (La República, 2019).

Esta aplicación hoy en día cuenta con clientes exigentes en Colombia en cuanto a la calidad y el tiempo de sus servicios, manejan protocolos que les permite cumplir con estas exigencias, de

manera que el cliente puede personalizar las actividades de aseo que va a realizar el empleado doméstico a través de la aplicación describiendo específicamente como desearía encontrar su casa posterior al servicio. El servicio puede ser calificado en un rango de 1 a 10 y cuando la calificación está por debajo de 8 se hace una investigación de que paso con ese servicio y en caso de que sea culpa de la profesional de limpieza se realiza una retroalimentación y se indemniza al cliente. La empresa se encarga de los contratos laborales y el pago de los parafiscales de todo el personal vinculado para la prestación del servicio. Tal como lo indica el artículo “Hogaru, la aplicación de limpieza de casas y oficinas por horas” (Portafolio, 2019)

“Hogaru comenzó como un emprendimiento de Wayra que después recibió financiación de otros fondos y este año hará una nueva ronda de capital para poder llegar a otras ciudades de Colombia y a otros países”.

Otra empresa con presencia en Colombia en la prestación de servicios de limpieza es Casalimpia, existente desde 60 años se ha adaptado a herramientas virtuales brindando la posibilidad a sus clientes de contratar por medio de su página web o por medio de la aplicación móvil. Ha encontrado nuevas posibilidades estratégicas en el mercado, vendiendo sus productos de aseo de marca propia, y ofreciendo servicios de desinfección por humificación en fábricas, empresas y conjuntos residenciales (Portafolio, 2020), en este mismo artículo se entiende que:

“...cuenta con rigurosos protocolos de seguridad y cuidado de personal especializado para ayudar por días en el hogar y diferentes espacios en general, a través de herramientas digitales como la página web y su aplicación virtual para cualquier sistema operativo. De esta forma, los clientes sin salir de su casa contratan los diferentes servicios a través de un clic”.

Estas empresas garantizan un riguroso proceso de selección donde se incluyen pruebas de poligrafía y visitas domiciliarias además de capacitaciones al personal y asegurar que la prestación del servicio cumpla con excelentes estándares de calidad.

Capítulo 3

DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Línea de investigación institucional.

Este trabajo de grado se ajusta a la línea de investigación "Innovaciones sociales y productivas", ya que se trata de la creación de una empresa de servicios de limpieza a hogares por medio de un aplicativo móvil en el Valle de Aburrá. Se pretende analizar la viabilidad de crear una empresa que sea rentable y sostenible, mediante la generación de empleo formal y cumpliendo la normatividad colombiana para este tipo de servicios, se tiene como propósito social dar empleo a madres cabeza de hogar, jóvenes vulnerables, mujeres maltratadas que por medio de su trabajo y de capacitaciones puedan contribuir a la prestación de un servicio de limpieza y desinfección especializado, contar con un salario justo y acceder a las prestaciones de ley. Con la creación de esta empresa se busca dar la oportunidad a personas que quieran trabajar y salir adelante pero que tienen pocas opciones.

Otro propósito de la empresa es disminuir el impacto ambiental y colaborar a la conservación del planeta, mediante la clasificación de desechos y el uso de insumos de aseo ecológicos. Estos productos están diseñados para tener un menor impacto en el ambiente, utilizando ingredientes naturales y eliminando químicos tóxicos de sus fórmulas, lo cual significa que no contaminan el agua potable, ni producen gases de efecto invernadero, no afectan las superficies, son seguros para la salud, contribuyen a mejorar la calidad del aire y son seguros para las mascotas. La empresa busca de manera innovadora por medio de una aplicación móvil brindarle la facilidad al cliente de agendar el servicio de limpieza y desinfección, resolver sus dudas y realizar pagos en línea. En dicha aplicación el cliente podrá seleccionar el servicio que desea contratar, la persona que lo realiza y el tiempo de duración del servicio según lo prefieran.

3.2 Eje temático.

Partiendo del concepto de gerencia de proyectos el cual consiste en la administración y manejo de los recursos como el tiempo, dinero, personas, insumos o materiales, energía, comunicación entre otras habilidades, todo esto aplica no solo para una administración adecuada de los proyectos, sino también como un método fundamental para crear valor en las empresas. La gerencia de proyectos permite desarrollar ventajas de enfoque de gestión, tanto en términos de maximización de calidad como el del manejo eficiente de recursos, de acuerdo con lo anterior el eje temático se basa en la creación de una empresa para la prestación de un servicio.

3.3 Enfoque de investigación y paradigma investigativo.

El enfoque de investigación bajo el cual se realiza este estudio de viabilidad de la creación de una empresa de servicios de limpieza especializados a través de una aplicación móvil es de tipo mixto, es decir aplica tanto el enfoque cuantitativo como el enfoque cualitativo.

Según el libro Metodología de la investigación (Bernal, 2016) el enfoque cuantitativo se basa en la recolección de datos para probar una hipótesis, mediante medición numérica y análisis estadísticos lo cual aplica para el actual estudio de viabilidad y es aplica para realizar el estudio

de mercado por medio de encuestas, e identificar patrones de las necesidades y demandas de los servicios por parte de los potenciales clientes. De igual manera esta metodología de investigación cuantitativa facilita la estimación de los costos de inversión y operación de la empresa para posteriormente calcular los flujos de caja y analizar la viabilidad del proyecto.

Según Taylor y Bogdam (Introducción a los métodos cualitativos, 2000) la investigación cualitativa más que ser un conjunto de técnicas para recopilar datos es un modo particular de estudiar y comprender la realidad social de la población de interés para el actual estudio, principalmente por medio de la segmentación de los servicios ofrecidos por la competencia para identificar las necesidades no cubiertas y los potenciales clientes, a partir de esas necesidades identificadas generar una estrategia comercial que permita que la empresa se posicione en el mercado.

3.4 Diseño investigativo.

El diseño de este estudio de viabilidad es no experimental ya que no manipula deliberadamente las variables que busca interpretar, sino que se basa en observar los fenómenos de su interés en su ambiente natural, para luego describirlos y analizarlos sin necesidad de emularlos en un entorno controlado. Quienes llevan a cabo investigaciones no experimentales cumplen más que nada un papel de observadores (Montenegro, 2014).

Con la actual investigación se busca entender las preferencias de la población de interés a partir de la observación y con ello identificar las necesidades de los posibles servicios a prestar de la empresa a la cual se hace referencia en este estudio de viabilidad.

3.5 Alcance.

El diseño de la investigación se basa en el método exploratorio que ayuda a delimitar el problema de la investigación por medio de una revisión documental de casos de éxito de empresas prestadora de servicio de limpieza para el hogar a través de una aplicación móvil y bajo el método descriptivo que consiste en obtener la información a través de una encuesta a la población de interés acerca de las necesidades de los servicios de limpieza y la forma de contratarlos (Ríos, 2011).

3.6 Población.

La población está conformada por las familias de todos los barrios de los estratos 4, 5 y 6 de los 10 municipios que conforman el Valle de Aburrá, según los perfiles socioeconómicos de las subregiones de Antioquia elaborados por la cámara de comercio de Medellín en 2019 esta población corresponde a un total de 254.562 viviendas según los suscriptores al servicio de energía para estos estratos (Cámara de Comercio de Medellín, 2019).

3.7 Tamaño de muestra.

De acuerdo con la metodología establecida por La Corporación AEM – Asesoría Económica y Marketing S.C., aplicando la “ecuación estadística para proporciones poblacionales”, se requiere la aplicación de encuestas a una muestra de 166 viviendas, enfocadas en dos barrios del Valle de Aburrá que serían La Loma de las Brujas en Envigado y Vegas de la Doctora en Sabaneta a través de las cuales se pueden identificar las necesidades no cubiertas sobre los servicios de limpieza especializados.

Para calcular este valor se tomaron en cuenta los siguientes datos:

- Población total de viviendas de estrato 4,5 y 6 del Valle de Aburrá: 254.562
- Margen de error: 10%
- Nivel de confianza: 99%



Calculadora de Muestras

Margen de error:

 Nivel de confianza:

 Tamaño de Poblacion:

Margen: 10%
Nivel de confianza: 99%
Poblacion: 254562

Tamaño de muestra: 166

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

- n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

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

3.8 Fuentes, Técnicas e instrumentos de recolección de información y datos.

Para el estudio de viabilidad de la creación de una empresa de servicios de limpieza especializados a través de una aplicación móvil se pretenden utilizar como fuentes, técnica e instrumentos de recolección de datos una encuesta a las familias de los estratos 4, 5 y 6 de los barrios La Loma de las Brujas en Envigado y Vegas de la Doctora en Sabaneta, también la Matriz DOFA y el Modelo Canvas.

3.8.1 Encuesta

Un conjunto de preguntas diseñadas especialmente para generar datos óptimos y significativos. Permitiendo así cuantificar y caracterizar las necesidades no atendidas de los Envigadeños y Sabaneteños frente a los servicios de limpieza para hogar. Se incluyen variables relacionadas con el hogar (dirección, estrato), las personas que lo conforman (número de personas, escolaridad del jefe de hogar, tipo de contrato laboral, ingresos mensuales), la preferencia según el aseo del hogar y tipo de adquisición de dichos servicios.

Las preguntas que componen la encuesta están diseñadas de forma que el entrevistado tenga una serie de respuestas predefinidas, tanto dicotómicas (Sí/No) cómo de opción múltiple. Esto con el objetivo de limitar el rango de posibles elecciones que el entrevistado tiene disponible, permitiendo a su vez cumplir con la confiabilidad y la validez requerida en la investigación y así llegar de forma más precisa a uno o varios posibles escenarios.

La encuesta se encuentra compuesta de 14 preguntas y para la recolección de la información que se plantea en cada una de ellas, se propone la utilización de aplicaciones web como es el caso de los Formularios de Microsoft, herramienta que permite la captura y gestión de información en este tipo de procesos. Esta herramienta es de acceso libre, pero con restricción en cuanto al manejo de la información, ver detalle en sitio web (<https://support.microsoft.com/es-es/office/crear-un-formulario-con-microsoft-forms-4ffb64cc-7d5d-402f-b82e-b1d49418fd9d>).

Tabla 1. Encuesta para la adquisición de servicios de limpieza especializado en el hogar.

ENCUESTA DE VIABILIZACIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA ESPECIALIZADO EN EL HOGAR		
Número	Pregunta (Responde únicamente el jefe de hogar)	Respuestas
1	Municipio dónde está ubicada la vivienda	Texto abierto
2	Estrato de la vivienda	4 5 6
3	¿Es vivienda propia?	Sí No
4	¿En caso de que haya respondido que no en la pregunta 4, en que rango está el valor del arriendo que paga actualmente?	Menos de \$2'000.000 De \$2'000.000 a \$3'500.000 De \$3'500.000 a \$5'000.000 Mas de \$5'000.000
5	Número de personas del grupo familiar	1 2 3 4 Más de 4

6	Nivel de escolaridad del jefe de hogar	Primaria Secundaria Técnico - Tecnólogo Profesional Postgrado
7	¿En qué rango se presentan sus ingresos mensuales?	Menos de un \$2'000.000 De \$2'000.000 a \$3'500.000 De \$3'500.0000 a \$5'000.000 Mas de \$5'000.000
8	¿Cuánto suman los ingresos totales de hogar?	Menos de un \$2'000.000 De \$2'000.000 a \$3'500.000 De \$3'500.0000 a \$5'000.000 Mas de \$5'000.000
9	¿El aseo en casa lo hacen los miembros del hogar, una persona externa o empresa?	Miembros del hogar Persona externa Empresa
10	En caso de responder Miembros del hogar ¿Por qué no contrata estos servicios de limpieza?	No me interesa Por dinero Por desconfianza Por tiempo Por malas experiencias (Robos, daños, etc)
11	En caso de responder Persona externa o Empresa ¿Se siente segura con esta persona o empresa?	Si No
12	En caso de que haya respondido Persona externa o empresa ¿Qué tipo de contrato realizó con esta persona o empresa?	Contratación formal (por horas o días) Contratación formal (por horas o días) Contrato por medio de una empresa
13	¿Qué servicios de aseo le gustaría aplicar en su hogar?	Remover el polvo, barrer y trapear pisos Aspirada profunda Lavada de baños Limpieza de techos Limpieza de vidrios Encerada de pisos Desinfección profunda Limpieza de fachada Limpieza de vehiculos (Caaros, motocicletas, bicicletas) Ordenar (armarios, ropa, juguetes, herramientas, entre otros)

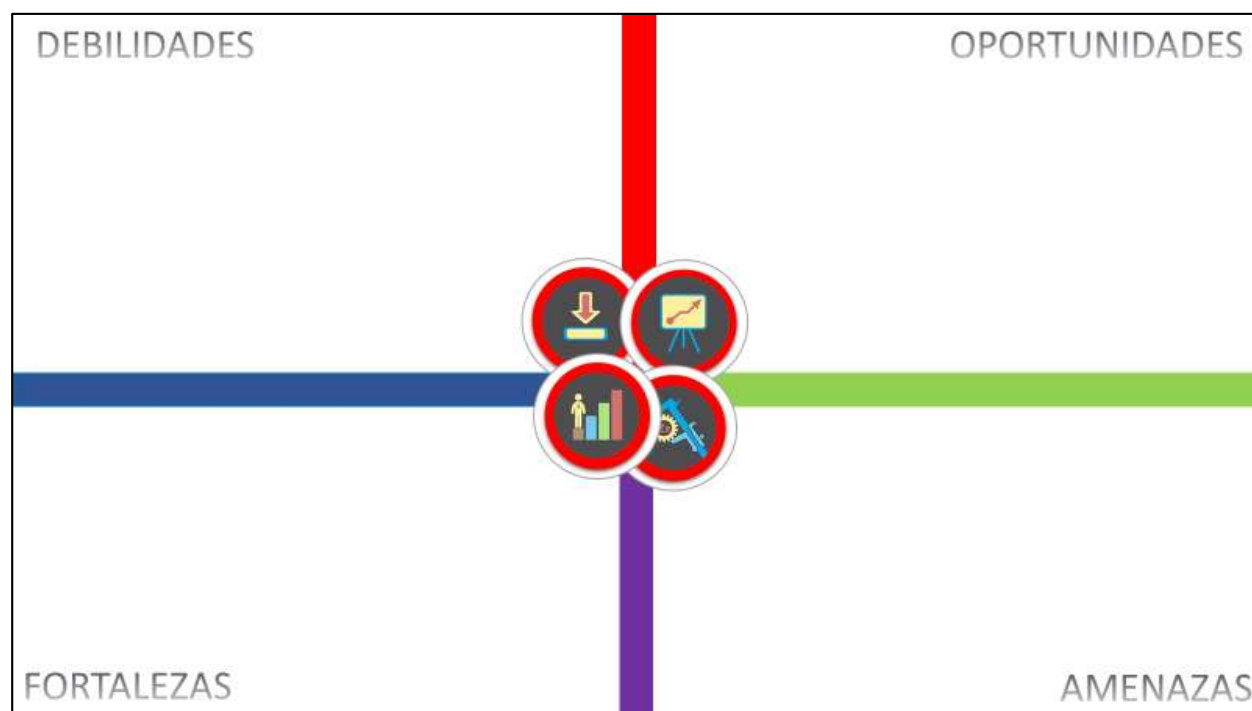
14	¿Consideraría la opción de adquirir uno de estos servicios por medio de una aplicación web?	Sí
		No

3.8.2 Matriz DOFA

El uso de la matriz DOFA permite realizar análisis aplicado a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo. Según (Matriz FODA, 2020) las variables analizadas y lo que ellas representan en la matriz son particulares de ese momento. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro.

El análisis empleando la matriz DOFA permite conformar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio (persona, empresa u organización, etc.) permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. Con base a las empresas más competitivas del sector se pretende obtener la información para elaborar la matriz DOFA de la empresa en estudio.

Figura 3. Matriz DOFA



3.8.3 Modelo Canvas

Según Roberto Tuoza David (2019) el Modelo Canvas permite crear y exponer de forma sencilla, clara y concisa la propuesta de valor del negocio que pretende estudiar. El Business Model Canvas (Modelo Canvas) fue diseñado por Osterwalder y ha sido una de las herramientas más implantadas y desarrolladas en estos últimos años a la hora de generar proyectos empresariales innovadores.

Figura 4. Lienzo CANVAS

LIENZO CANVAS				
ALIADOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON EL CLIENTE	SEGMENTO DE CLIENTES
	RECURSOS CLAVE		CANALES	
ESTRUCTURA DE COSTOS			ESTRUCTURA DE INGRESOS	

3.9 Análisis y tratamiento de datos.

3.9.1 Encuesta

El esquema de la encuesta busca documentar la percepción que tienen las personas al adquirir los servicios de limpieza especializados para el hogar. Va dirigida a los hogares de estrato 4, 5 y 6 de los Municipios de Envigado y Sabaneta; deberá ser respondida únicamente por el jefe del hogar, que según el (DANE, 2006) significa:

“...a la persona que, por su edad, por ser el principal sostén económico de la familia o por otras razones, es reconocido por sus miembros como tal. Puede ser hombre o mujer”.

Este es un ejercicio de tipo académico y con fines investigativos para la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Con esto se busca sensibilizar e ilustrar al público sobre esta nueva tecnología y así también identificar las necesidades o demandas del servicio requerido a este tipo de empresas.

3.9.2 Matriz DOFA

Particularmente para analizar ventajas competitivas, desventajas, factores externos e internos a la empresa, se encuentra gran utilidad en el uso del análisis de la DOFA. Esta matriz permite realizar un análisis de los ambientes interno y externo de la empresa hacia la formulación y evaluación de la viabilidad y selección de estrategias para participar y competir en el mercado.

Partiendo de la DOFA se espera obtener conclusiones sobre la manera en que la empresa a crear podrá ser capaz de entrar a competir y enfrentar los cambios, oportunidades y amenazas. También es un punto clave para el análisis de estrategias competitivas para la empresa y definir una buena estrategia comercial para entrar a operar.

Para comenzar el análisis de la matriz, se deben identificar las cuatro variables de la matriz por separado y determinar qué elementos corresponden a cada una. Tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es más fácil identificar qué estrategias y acciones emprender sobre estas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, por lo cual solo se puede tener injerencia sobre las ellas modificando los aspectos internos.

3.9.3 Modelo Canvas

La importancia de incluir el modelo Canvas radica en adquirir un conocimiento del entorno en el que el negocio deberá operar, monitorear los resultados en las diferentes fases del proyecto, identificar los productos y servicios que se ofrecerán y que análisis competitivos se deben tener en cuenta en la creación de la empresa para obtener mejores resultados ante el lanzamiento de la aplicación móvil al mercado y del inicio de operaciones de los servicios de limpieza.

El modelo Canvas sirve como herramienta para analizar y crear una visión del modelo de negocio para la empresa de forma simplificada, incluyendo los principales aspectos que involucran la participación para la prestación de servicios de limpieza y permitirá analizar cuál es la propuesta de valor a ofrecer. Permitirá además mejorar la comprensión del negocio a crear, involucrar diferentes puntos de enfoque desde diferentes perspectivas como la parte comercial, de mercado y canales de distribución, de igual permite hacer un análisis estratégico del segmento de clientes y productos a ofrecer (Carazo, 2019).

Capítulo 4 RESULTADOS Y DISCUSIONES

4.1 Segmentación

En este apartado se presenta una breve descripción de las principales empresas que prestan servicios de limpieza en Colombia a través de una aplicación móvil y se realiza un análisis de los servicios que ofrecen, con el fin de identificar sus fortalezas y debilidades, ventajas y desventajas que permitan para la empresa que se analiza por medio del estudio de viabilidad aprovechar los segmentos descubiertos y repotenciar la ventaja que tenga de la competencia.

4.1.1 HogarU

Según Bárbara (2015) en el año 2014 se formó como un prototipo en una plataforma, se trata de una empresa colombiana que presta servicios de limpieza y estos servicios se pueden contratar por medio de la plataforma. Se encarga de seleccionar, entrenar y gestionar más de 100 personas para prestar el servicio a hogares de una forma confiable y segura.

La plataforma que tiene HogarU permite contratar los servicios de aseo y cafetería para una fecha específica y con la frecuencia que el cliente lo desee, pagar de manera fácil los servicios y calificar al personal que ejecuta las actividades de aseo posterior a que fueron prestados. HogarU asegura a sus clientes que el personal de limpieza tiene un adecuado contrato con un buen salario y cumpliendo las prestaciones de la ley colombiana. Esta empresa se ha enfocado en aportar a la formalización del empleo doméstico participando con más de 560 empleos directos.

4.1.2 Casalimpia S.A

Presta servicios de limpieza por días para el hogar y oficinas en las principales ciudades del país. Los servicios de limpieza se pueden contratar por 4 u 8 horas con profesionales expertos en limpieza. Esta empresa tiene más de 59 años de experiencia, y cuenta con más de 17000 empleados para la prestación de sus servicios.

Tienen afiliado a su personal a todas las prestaciones de ley y vinculados con un contrato estable. Los servicios pueden ser contratados por plataforma móvil y se puede realizar el pago de una manera ágil y segura. Casalimpia viene dinamizando parte del sector con un importante aporte a la formalización y dignificación de estas labores.

Según (PST Colombia, 2017)

Casa Limpia es la empresa más grande de Colombia que presta servicios de aseo, mantenimiento y cafetería, y tiene presencia en Estados Unidos y Ecuador. La compañía tiene más de 17.000 empleados con contratos en las 500 empresas más grandes de Colombia, según datos de la misma empresa publicados en su página web.

4.1.3 Chepe & Pepe

Es un emprendimiento con casi 1 año en operación con la prestación de servicios de plomería, electricidad, jardinería, entre otros, cuenta con equipo administrativo pequeño y esperaba llegar a 35.000 servicios al año para el año 2019. Presta sus servicios en las principales ciudades del país por medio de una plataforma móvil y en la página web. En el año 2019 generaron más de 400 empleos, ayudando de esta manera a la formalización del trabajo y a capacitar a las personas que prestan este tipo de servicios para los hogares, oficinas, locales, centros comerciales, entre otros. Tienen alianzas con empresas grandes de Colombia como almacenes de cadena y agencias de envíos y transporte de personas.

Según el artículo (La República, 2019), el principal servicio de valor agregado de esta empresa se define como:

Nosotros nos diferenciamos de otras plataformas en nuestro proceso de validación de los prestadores de servicio ya que les hacemos un proceso de chequeo donde verificamos antecedentes judiciales, reportes ante la SIC, demandas, y exigimos que tengan documentación al día. Es obligatorio contar con una póliza de Sura que cubre daños a terceros. Para nuestra red de proveedores ofrecemos beneficios como un programa de fidelización que premia la calidad en el servicio, cercanía en el día a día, capacitaciones en uso de tecnología, educación en procesos de formalización, buenas prácticas de servicio al cliente y les damos la posibilidad de usar una plataforma con tecnología como lo es el CRM de Sales Force.

Figura 5. Lienzo CANVAS para Hogar U.

Lienzo Canvas Hogaru				
Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<p>App store. Google play. Servicios de telefonía e internet. Saab. Platzi(cursos en línea). Mensajeros urbanos. Rappi. Airfrance. Baloto. Efecty. Pagos seguros en línea. Cajas de compensación. Plataforma de pago de prestaciones de ley. Vimach (productos de limpieza)</p>	<p>Limpieza del hogar. Limpieza de oficina. Cuidado de niños. Venta de productos de limpieza. Afilación de empleados a prestaciones de ley.</p>	<p>Filtro de selección de personal más estricto del mercado. Responde por servicios de calidad, incumplimientos o daños. Cuentan con más de 1000 profesionales para el servicio de limpieza, si se desea puede seleccionarse una profesional fija. Reserva del servicio de limpieza por medio de la aplicación, pago rápido y seguro, se puede revisar el perfil del profesional de limpieza y calificarlo. Garantía para los servicios. Servicio gratuito "Protégete contra demandas laborales"</p>	<p>Venta por medio de la aplicación móvil y por la línea telefónica. Servicio de atención al cliente 7 días de la semana. Prestación del servicio. Calificar el servicio. Descuentos según el plan de servicio que se escoja.</p>	<p>Hogares y oficinas ubicadas en zona de cobertura restringida en las ciudades de Cali, Bogotá y Medellín.</p>
	<p>Recursos clave</p> <p>Equipos tecnológicos recursos humanos (empleadas domésticas,</p>		<p>Canales</p> <p>Aplicación móvil. Línea telefónica. Página web.</p>	

	personal administrativo) Insumos de limpieza. Maquinaria de desinfección. Dotación y elementos de protección personal.		Chat en línea. Correo electrónico. Redes sociales.	
Estructura de costos		Estructura de ingresos		
<p>Costos directos: Salario, maquinaria, prestaciones sociales, arrendamientos y suscripciones a las tiendas virtuales.</p> <p>Costos indirectos: Insumos de aseo.</p> <p>Gastos: Mercadeo, incapacidades, pago de servicios públicos, impuestos, pago de licencias de software, compra de equipos tecnológicos, mantenimiento de recursos tecnológicos, pago de seguro de responsabilidad civil.</p>		Cobro de los servicios. Venta de productos de aseo.		

Figura 6. Lienzo CANVAS para Casalimpia.

Lienzo Canvas Casalimpia					
Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes	
<p>App store. Google play. Servicios de telefonía e internet. Pagos seguros en línea. Cajas de compensación. Plataforma de pago de prestaciones de ley. Industrias Biggest S.A. Sevin Ltda (seguridad industrial). Al Momento (servicios de talento humano).</p>	<p>Limpieza del hogar. Limpieza de oficina. Servicio de cafetería. Servicios de limpieza Especializada y en alturas. Servicios de jardinería y Paisajismo. Servicio de desinfección. Venta de productos de limpieza. Servicios de facility management.</p>	<p>Prestación de los servicios a hogares y oficinas por horas con personal de especializado. Con 59 años de experiencia cuenta con 17000 empleados a nivel nacional. Acceso de manera fácil y rápida a los servicios de limpieza por días. Cuenta con pólizas de aseguramiento. Realiza estudios de seguridad para su personal. Ofrece diversas formas de pago.</p>	<p>Venta por medio de la aplicación móvil y por la página web. Servicio de atención al cliente. Prestación del servicio. Calificar el servicio. Descuentos según el plan de servicio que se escoja.</p>	<p>Hogares y oficinas ubicadas en zona de cobertura restringida en las ciudades de Cali, Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cartagena, Tunja, Ibagué, Villavicencio, Pereira y Bucaramanga.</p>	
	Recursos clave				Canales
	<p>Equipos tecnológicos. Recursos humanos (empleadas domésticas,</p>				<p>Aplicación móvil. Línea telefónica. Página web.</p>

	personal administrativo). Insumos de limpieza. Maquinaria. Dotación y elementos de protección personal.		Chat en línea. Correo electrónico. Redes sociales.	
Estructura de costos		Estructura de ingresos		
<p>Costos directos: Salario, maquinaria, prestaciones sociales, arrendamientos y suscripciones a las tiendas virtuales.</p> <p>Costos indirectos: Insumos de aseo</p> <p>Gastos: Mercadeo, incapacidades, pago de servicios públicos, impuestos, pago de licencias de software, compra de equipos tecnológicos, mantenimiento de recursos tecnológicos, pago de seguro de responsabilidad civil.</p>		<p>Cobro de los servicios Venta de productos de aseo</p>		

Figura 7. Lienzo CANVAS para Chepe&Pepe.

Lienzo Canvas Chepe & Pepe				
Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
<p>App store. Google play. Servicios de telefonía e internet. Pagos seguros en línea. Cajas de compensación. Plataforma de pago de prestaciones de ley. éxito. Alkosto. Flamingo. Rappi.</p>	<p>Servicios de electrodomésticos, pintores, plomeros, electricistas, jardinería, fumigación, carpintería, servicio de limpieza y desinfección.</p>	<p>Chepe&Pepe se diferencia de otras plataformas en el proceso de validación de los prestadores de servicio ya que se realiza un proceso de chequeo donde se verifica antecedentes judiciales, reportes ante la sic, demandas, y se exige que tengan documentación al día. Póliza de sura que cubre daños a terceros. Programa de fidelización que premia la calidad del servicio. Plataforma con tecnología como lo es el CRM de sales force.</p>	<p>Venta por medio de la aplicación móvil y por la página web. Servicio de atención al cliente. Prestación del servicio. Calificar el servicio. Descuentos según el plan de servicio que se escoja.</p>	<p>Los jefes del hogar y los líderes de mantenimiento en las empresas en un rango de edad de los 25 a 60 años.</p>
	<p>Recursos clave</p> <p>Equipos tecnológicos. Recursos humanos (empleadas domésticas,</p>		<p>Canales</p> <p>Aplicación móvil. Línea telefónica. Página web.</p>	

	personal administrativo). Insumos de limpieza. Maquinaria. Dotación y elementos de protección personal.		Chat en línea. Correo electrónico. Redes sociales.	
Estructura de costos		Estructura de ingresos		
<p>Costos directos: Salario, maquinaria, prestaciones sociales, arrendamientos y suscripciones a las tiendas virtuales.</p> <p>Costos indirectos: Insumos de aseo</p> <p>Gastos: Mercadeo, incapacidades, pago de servicios públicos, impuestos, pago de licencias de software, compra de equipos tecnológicos, mantenimiento de recursos tecnológicos, pago de seguro de responsabilidad civil.</p>		Cobro de los servicios		

Figura 8. Matriz DOFA para Cleaning respecto a las empresas Hogar U, Casa Limpia, Chepe y Pepe

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imagen débil en el mercado • Personal poco capacitado • No tener presupuesto para invertir en tecnología • No contar con las herramientas adecuadas o herramientas en mal estado • No contar con maneras de controlar la calidad • Precios que sobrepasen el mercado • Gastos administrativos altos • Mala comunicación interna • Demoras en la prestación del servicio • Personal deshonesto • Uso de productos inadecuados • Ocasionar daños a terceros • Mala administración de los recursos financieros • Fallas en la plataforma para acceder al servicio • No cumplir con la proyección de servicios esperada 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pandemia internacional • Conciencia sobre la sostenibilidad y el uso productos ecoamigables • Mercado mal atendido • Altos costos de la competencia • Pocas capacitaciones al personal • Segmentos del mercado descubiertos o zonas sin cobertura • Políticas legales para el trabajo doméstico más estrictas • Aumento de clientes por crecimiento demográfico • Expansión de crecimiento en zonas cercanas del Valle de Aburrá • Aumento del uso de dispositivos móviles • Falta de servicios especializados de limpieza y desinfección • Preferencia de las familias a tercerizar los servicios de limpieza para el hogar por temas legales y pólizas • Alianzas con empresas de la región, Juntas de acción comunal, fundaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Precios competitivos y cómodos para el cliente • Puntualidad y responsabilidad al realizar el trabajo • Campañas de fidelización • Ofrecer paquetes de servicios • Prestación del servicio en horarios flexibles • Prestar servicios en el Valle de Aburrá sin restricción de cobertura • Uso eficiente de los insumos • Uso de productos amigables con el medio ambiente • Aplicar programa del SGSST • Agilidad en la contratación del servicio mediante la aplicación • Estabilidad y funcionalidad de la aplicación • Prestación del servicio con recursos propios sin requerir deuda • Pólizas para responsabilidad civil y daños • Capacitar al personal doméstico en servicios especializados • Vincular a madres cabeza de hogar, mujeres desplazadas o afectadas por la violencia <p>FORTALEZAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores nuevos • Antigüedad de los competidores y su consolidación en el mercado • Cambios en legislación tributaria y laboral • Situación socio política del Valle de Aburrá • Clientes insatisfechos • Escasez de personal de servicio doméstico o poco personal capacitado • Contratación informal del servicio de limpieza • Tendencias desfavorables en el mercado • Falta de clientes • Cyberseguridad y mal uso de datos de los clientes • Crisis económica • Requisitos para acceder a servicios de pagos en línea • Dificultad para entrar al mercado <p>AMENAZAS</p>

Mediante la revisión de los modelos Canvas de las principales empresas prestadoras de los servicios de limpieza a través de una aplicación móvil en Colombia y que tienen presencia en el Valle de Aburrá, se encuentra que la oferta es limitada ya que solo tiene cobertura en algunos barrios, principalmente de la zona urbana del municipio de Medellín y de Envigado. Debido a que el crecimiento demográfico en el Valle de Aburrá en los últimos años se ha centrado en los municipios Sabaneta, Bello, Itagüí y La Estrella y en la expansión hacia zonas rurales como el sector de las Palmas, se identifica que las empresas que hoy en día están operando no tienen cobertura en estas zonas por lo cual se encuentra un mercado potencial para la empresa en estudio.

De igual manera se encuentra que estas empresas tienen énfasis en servicios especializados en oficinas por lo cual su fuerte no es capacitar a los apoyos domésticos para prestar el servicio en los hogares. Una de las empresas identificadas en este análisis de segmentación se encuentra enfocada en servicios de plomería, electricidad, jardinería, entre otros, por lo que se concluye que no es una competencia fuerte para la empresa que se plantea en el actual informe de viabilidad.

Según el análisis realizado de los costos se encuentra un ofrecimiento del servicio alrededor de \$100.000(cien mil pesos) por 8 horas, lo cual se entiende como una estrategia para que el usuario prefiera adquirir planes periódicos en la aplicación para que disminuya el valor del servicio por hora contratado. De igual manera se encuentra que las empresas respaldan su rentabilidad con la venta de kits de aseo y de desinfección.

Se evidencia que solo se ofrecen dos alternativas de horarios que son 4 u 8 horas entre semana para la prestación de los servicios, con lo cual no es muy flexible la contratación de estos por parte del usuario.

Se entendió también que los canales de difusión no varían entre estas empresas siendo estos como la aplicación móvil, la página web, línea telefónica, correo electrónico, redes sociales y WhatsApp, por lo tanto, no se podrá encontrar una ventaja competitiva innovando con algún canal.

Uno de los aspectos que no fue claro en la investigación sobre estas empresas es acerca de los procesos de selección usados para la vinculación del personal y debido a esto se visualiza una oportunidad para Cleaning ya que se garantiza al cliente que los apoyos del servicio de limpieza y de desinfección tendrán el conocimiento idóneo y estarán en constante capacitación para reforzar nuevos métodos de trabajo, manejo de herramientas especializadas como aspiradoras, hidro lavadoras, entre otras, igualmente protocolos de comportamiento e imagen y etiqueta, guía de atención al cliente y entrenamientos para fortalecer las habilidades sociales de los apoyos de servicio doméstico.

Entre las capacitaciones para el personal doméstico que esperamos promover en Cleaning se encuentran:

- Importancia de la limpieza
- Reglas fundamentales en el trabajo para las empleadas de hogar

- Las relacionales con el entorno profesional
- Clases de materiales de las superficies
- Manejo y dosificación de productos de limpieza
- Manejo de maquinaria de limpieza
- Limpieza de superficies
- Lavado, secado y planchado de los diferentes textiles
- Prevención de riesgos laborales
- Comunicación asertiva y habilidades sociales
- Manejo de conflictos
- Actualizaciones de la aplicación móvil
- Imagen y etiqueta

Con base en el anterior análisis se construyó el modelo Canvas para la empresa que se pretende crear, el cual se presenta en la Figura 9.

Figura 9. Lienzo CANVAS para Claning.

Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmentos de clientes
Proveedores. Accionistas. Juntas de acción comunal. Empresas de estudios de seguridad. Policía Nacional. Fundaciones. Sistema de pago electrónico.	Recursos clave Activos fijos – maquinaria y equipos. Materia prima Dotación y elementos de protección personal. Tecnología Mano de obra.	Servicio de limpieza a detalle personalizado. Agendar el servicio y por medio de la aplicación móvil, realizar el pago del servicio de una manera fácil y segura. Jornada continua y flexible. Contrato estable y prestaciones de ley para el personal de servicio de limpieza. Garantías contra daños o hurtos. Uso de herramientas amigables con el medio ambiente. Procesos de selección de personal estrictos y capacitaciones mensuales en diferentes temáticas para que los apoyos de Cleaning sean expertos en las labores de limpieza y desinfección. Cobertura para la prestación del servicio en el Valle de Aburrá sin restricción.	Canales Sitio web, correo electrónico, WhatsApp, Instagram. Aplicación móvil. Youtube.	Familias y personas independientes del Valle de Aburrá de nivel socio económico a partir de estrato 3 en adelante, Dispuestas a pagar por el servicio y que por sus múltiples ocupaciones no puedan ocuparse de las labores del hogar.
Estructura de costos Costos directos: Salario, prestaciones sociales, maquinaria, arrendamientos, alquiler de camioneta, suscripciones en las tiendas virtuales. Costos indirectos: Transporte herramientas de trabajo, insumos de aseo, insumos de desinfección, consumo de combustible. Gastos: Mercadeo, incapacidades, pago de servicios públicos, impuestos, pago de licencias de software, compra de equipos tecnológicos, mantenimiento de recursos tecnológicos, pago de seguro de responsabilidad civil.			Estructura de ingresos. Cobro de los servicios. Suscripciones mensuales de los aliados. Ventas de insumos de aseo.	

Se hizo uso de la Matriz Dofa para analizar las condiciones del entorno y de la competencia que pueden representar oportunidades y amenazas en la creación de la empresa, igualmente se identifica aquellos elementos claves al interior de la organización del presente estudio de viabilidad.

A raíz de la pandemia mundial generada por el Covid19 se encuentra una gran oportunidad en prestar servicios de limpieza y desinfección especializados enfocados a los hogares del Valle de Aburrá, las empresas analizadas ofrecen este tipo de servicios, pero se ofrecen en empresas u oficinas.

Debido a que la legislación colombiana busca cada vez formalizar este oficio, y con ello se ha vuelto más estricta en los tipos de contrato y obligar a la vinculación de las empleadas con las prestaciones de ley, dificulta que los servicios de limpieza sean contratados directamente por las familias y de manera informal. Se encuentra una oportunidad en la creación de esta empresa donde las familias se despreocupan de los contratos y cumplimiento de ley y además con el uso de la aplicación móvil pueden escoger los días que quieran el servicio y el portafolio de servicios deseados.

Con el fin de apalancar empresas de la región y promover el empleo formal de las trabajadoras domésticas se considera importante realizar alianzas estratégicas con juntas de acción comunal y fundaciones que vinculen a madres cabezas de hogar, mujeres desplazadas o afectadas por la violencia.

Entre las principales amenazas identificadas para la empresa se encuentra la antigüedad de las empresas ya consolidadas en el mercado, aunque son pocas con presencia en el Valle de Aburrá tienen buen tiempo en operación y podrían ser el principal obstáculo para entrar al mercado y disponer de clientes para lograr una buena posición.

Esta Matriz Dofa será una herramienta importante en capítulos posteriores para identificación y definición de estrategias generales y competitivas de la empresa.

4.2 Estudio de mercado

Para realizar el estudio de mercado se decidió emplear encuestas realizadas a los hogares antioqueños ubicados en los estratos 4, 5 y 6 por medio de la cual se mapee el interés de estas familias en contratar el servicio de limpieza a hogares por medio de una aplicación móvil. De igual manera se busca obtener información de las razones por las cuales no cuentan con estos servicios actualmente y sus preferencias respecto a los servicios a contratar.

Según lo que se determinó en el capítulo 3 la muestra mínima de información requerida era de 166 formularios diligenciados para el objeto de este trabajo investigativo se logró una captura de 174 encuestas completadas, lo cual permite generar análisis confiables de las preferencias del servicio. Pese a que la muestra iba enfocada a los hogares de estratos 4, 5 y 6 de los municipios de Sabaneta y Envigado, la encuesta también fue diligenciada por personas de otros municipios del Valle de Aburrá como Bello y Copacabana, y de otras ciudades como Bogotá y Cúcuta, ya

que era un formulario virtual que fue compartido a muchas personas y a su vez estas lo compartieron con otras.

A continuación, se presentan los análisis de cada una de las preguntas realizadas en la encuesta:

1. Municipio donde está ubicada la vivienda

Figura 10. Pregunta 1: Municipio dónde está ubicada la vivienda.



El total de encuestas realizadas el 49% de las familias se encuentran localizadas en el municipio de Envigado, el 25% en el municipio de Sabaneta y el 17% en el municipio de Medellín. Se tuvieron respuestas de otros municipios en el Valle de Aburra, así como por fuera de Antioquia, pero con porcentajes poco participativos. La mayoría de las respuestas se encuentran localizadas en los municipios de interés para la creación de la empresa Cleaning.

2. ¿En qué estrato vives?

Figura 11. Pregunta 2: ¿En qué estrato vive?



Del total de encuestas realizadas el 60% de las familias residen en estrato 4, el 28% en estrato 5 y el 12% en estrato 6, todos estos estratos son de interés para la empresa principalmente porque estas son las familias que prefieren contratar este tipo de servicios.

3. ¿La vivienda es propia?

Figura 12. Pregunta 3: ¿La vivienda es propia?



De las 174 familias encuestadas, 121 de ellas tienen vivienda propia, lo cual corresponde al 69.5%, de las familias encuestadas el 30.5% residen en viviendas arrendadas. Cualquiera de estas podría ser un cliente potencial para la empresa sin que sea relevante si la vivienda sea propia o no.

4. ¿En qué rango está el valor del arriendo que pagas actualmente?

Figura 13. Pregunta 4: ¿En qué rango está el valor del arriendo del hogar?



Con el fin de identificar si según los rangos de arrendamientos la preferencia o no por contratar los servicios de limpieza, se consultó los valores que hoy en día pagan las familias que no residen en vivienda propia, de estas familias el 77% paga menos de \$2.000.000 mensuales de arrendamiento, el 13% paga de \$2.000.000 a \$3.500.000 de arrendamiento, el 10% paga \$3.500.000 a \$5.000.000 de arrendamiento, todas estas familias cumplen con la ubicación en los estratos seleccionados para este estudio de viabilidad.

5. ¿Cuántas personas viven en el hogar?

Figura 14. Pregunta 5: ¿Cuántas personas viven en el hogar?



Las preferencias de los servicios a contratar pueden tener relación con la cantidad de personas que residen en los hogares, de igual manera se relaciona con el número de horas que se requiere para la prestación del servicio, por lo cual se consultó cuantas personas viven en los hogares y se obtuvo que en el 37% de los hogares está conformado por 3 personas, el 27% de los hogares está conformado por 2 personas, el 23% de los hogares está conformado por 4 personas, el 7% de los hogares está conformado por más de 4 personas y el 6% de los hogares está conformado por una sola persona.

Para las familias que están conformadas por más personas existe la probabilidad que contraten los servicios de limpieza por la cantidad de tareas del hogar y la falta de tiempo, para las personas que residen solas también van a preferir contratar estos servicios para dedicar su tiempo libre a otro tipo de actividades.

6. Nivel de escolaridad de la persona cabeza del hogar

Figura 15. Pregunta 6: Nivel de escolaridad de la persona cabeza de hogar.



De las 174 familias en el 37% de ellas la persona cabeza del hogar tiene postgrado, en el 37% de estas familias el jefe del hogar se encuentra en un nivel de escolaridad profesional, en el 15% de las familias la persona cabeza del hogar tiene una técnica o tecnología, en el 10% de las familias la persona cabeza del hogar tiene hasta la secundaria en grado de escolaridad y en el 1% de las familias la persona cabeza del hogar tiene hasta primaria en grado de escolaridad. Como hoy en día la mayoría de las personas utilizan dispositivos móviles y aplicaciones para diferentes necesidades se considera que todos estos son clientes potenciales.

7. ¿En qué rango se presentan sus ingresos mensuales?

Figura 16. Pregunta 7: ¿En qué rango se presentan sus ingresos mensuales?



El 33% de las personas que diligenciaron la encuesta tienen ingresos mensuales entre \$3.500.000 a \$5.000.000, el 28% tiene ingresos mensuales superiores a \$5.000.000, el 25% tiene ingresos mensuales entre \$2.000.000 a \$3.500.000 y el 14% tiene ingresos mensuales menores a \$2.000.000.

8. ¿Cuánto suman los ingresos totales del hogar?

Figura 17. Pregunta 8: ¿Cuánto suman los ingresos totales del hogar?



El 48% de las familias tienen ingresos mensuales mayores de \$5.000.000, el 22% tienen ingresos mensuales entre \$2.000.000 a \$3.500.000, el 21% de las familias tienen ingresos mensuales entre \$3.500.000 a \$5.000.000 y el 9% de las familias tienen ingresos mensuales menores a \$2.000.000. Para las familias con ingresos inferiores a \$2.000.000 sería difícil acceder a contratar este tipo de servicio por el rango de los salarios.

9. ¿El aseo en casa lo hacen los miembros del hogar, una persona externa o empresa?

Figura 18. Pregunta 9: ¿El aseo en casa lo hacen los miembros del hogar, una persona externa o empresa?



El 2.9% de las familias (5 viviendas) contratan el servicio de limpieza por medio de empresas que prestan este tipo de servicios, 60.9% de las familias (106 viviendas) algunos de los miembros de la familia realizan las tareas del hogar y el 36.2% (63 viviendas) contratan a una persona externa para las labores de limpieza del hogar, pero no necesariamente son contratos formales. De esto se identifica un buen potencial de mercado para ofrecer los servicios de la empresa de este estudio de viabilidad.

10. ¿Por qué no contratas estos servicios de limpieza?

Figura 19. Pregunta 10: ¿Por qué no contratas estos servicios de limpieza?



Dentro de las principales razones por las cuales las familias encuestadas no contratan el servicio de limpieza a hogares se encuentra que al 18.4% no les interesa, 12.6% no lo hacen por razones económicas y el 10.3% no lo contrata por desconfianza, otras de las razones por las cuales no contratan como malas experiencias o falta de tiempo varían entre el 1% al 7%. Se encuentran en esta pregunta varias oportunidades en las cuales puede trabajar la empresa que se pretende crear para captarlos como clientes.

11. ¿Se siente segura con esta persona o empresa?

Figura 20. Pregunta 11: ¿Se siente segura con esta persona o empresa?



De las personas que si contratan el servicio ya sea por empresa o por persona externa el 96% si se sienten seguros con la forma como hoy en día se realizan las labores del hogar y solo el 4% dijo que no.

12. ¿Qué tipo de contrato realizo con esta empresa o persona?

Figura 21. Pregunta 12: ¿Qué tipo de contrato realizó con esta empresa o persona?



El 66% de las familias manejan un tipo de contratación formal con el personal de apoyo doméstico, el 28% la contrata de manera informal, solo el 6% utilizan empresas que prestan estos servicios. Los clientes potenciales que se identifican son los que tienen un contrato de trabajo informal y los que a la fecha no contratan este tipo de servicios pero que tengan la capacidad en ingresos de hacerlo.

13. ¿Qué servicio de limpieza aplica o le gustaría aplicar en su hogar?

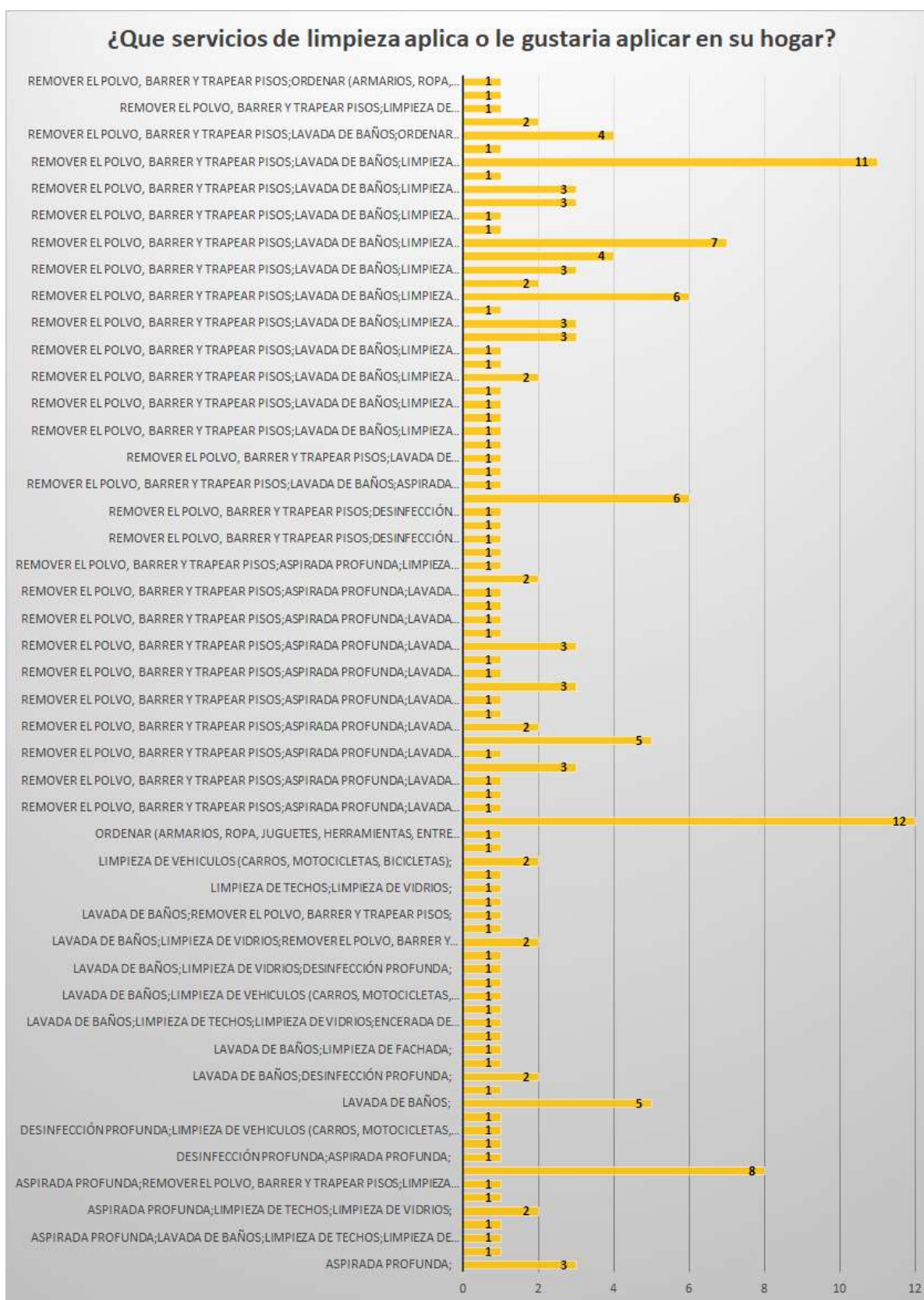
Los servicios que preferiblemente contratarían las familias serían:

- Remover el polvo, barrer y trapear pisos, aspirada profunda, lavada de baños.
- Remover el polvo, barrer y trapear pisos, lavada de baños y limpieza de vidrios.

Según las encuestas realizadas se tiene que

- El 6.9% prefieren las actividades de remover el polvo, barrer y trapear pisos.
- El 6.3% prefieren las actividades de remover el polvo, barrer y trapear pisos, lavada de baños, limpieza de vidrios y ordenar (armarios, ropa, juguetes, herramientas, entre otros).
- El 4.6% prefieren actividades dedicadas a desinfecciones profunda.

Figura 22. Pregunta 13: ¿Qué servicio de limpieza aplicaría o le gustaría aplicar en su hogar?



14. ¿Consideraría la opción de adquirir alguno de estos servicios por medio de una aplicación web?

Figura 23. Pregunta 14: ¿Consideraría la opción de adquirir alguno de estos servicios por medio de una aplicación web?



Del total de las 174 familias encuestadas el 68% si considera contratarlo por medio de una aplicación web a pesar de que alguna de ellas lo tienen contratado bajo alguna otra modalidad, el 32% no considera atractivo contratar estos servicios por medio de la aplicación porque se sienten cómodos realizando ellos mismos la limpieza del hogar o seguir manejando la modalidad que ya tienen.

Una vez realizada la revisión de las respuestas recibidas por los hogares se cuenta con información valiosa y suficiente para tener un acercamiento a los servicios que prefieren las familias, los paquetes (Combinaciones de servicios) que en los hogares prefieren contratar y las razones por las cuales hoy en día no los contratan por medio de la aplicación o empresas prestadoras de estos.

Ahora bien, esto permite generar el análisis de los tiempos requeridos para la prestación de los paquetes de servicios.

La Tabla 2 de construcción propia contiene la información recopilada de empresas que tienen contratado el servicio de limpieza hoy en día y de familias que han tomado este tipo de servicios y se realiza una recopilación de los tiempos promedio que requeriría cada una de las actividades, con el fin de identificar los rangos de tiempos de los servicios a ofrecer para garantizarle al cliente que los tiempos de trabajo serán óptimos y efectivos.

Tabla 2. Actividades principales de limpieza y su tiempo de ejecución.

Actividades de limpieza	Tiempo aproximado de realización para cada actividad según los m ²		
	50m ² - 70m ²	71m ² - 90m ²	Mas de 90m ²
Lavado a fondo de los baños	30 minutos	50 minutos	70 minutos
Lavado en seco de los baños	15 minutos	35 minutos	55 minutos
Lavado de todo el piso del hogar	40 minutos	80 minutos	120 minutos
Lavado de paredes del hogar	40 minutos	80 minutos	120 minutos
Haraganear el piso del hogar	15 minutos	35 minutos	55 minutos
Trapear el piso del hogar	15 minutos	35 minutos	55 minutos
Aspirar muebles y alfombras	35 minutos	55 minutos	75 minutos
Limpieza de mesas y objetos de decoración	15 minutos	35 minutos	55 minutos
Limpieza de espejos decorativos	20 minutos	40 minutos	60 minutos
Limpieza de ventanas y vidrios del balcón	30 minutos	50 minutos	70 minutos
Limpieza de puertas	10 minutos	20 minutos	40 minutos
Lavado del refrigerador	20 minutos	40 minutos	60 minutos
Organización de los alimentos en el refrigerador	10 minutos	20 minutos	40 minutos
Lavado de las cajoneras y desinfección de utensilios	15 minutos	35 minutos	55 minutos
Lavado de la estufa	15 minutos	15 minutos	15 minutos
Lavado de ropa y limpieza de la lavadora	30 minutos	50 minutos	70 minutos
Lavado y desinfección de juguetes	30 minutos	50 minutos	70 minutos
Cambio de ropa de cama	15 minutos	35 minutos	55 minutos
Organización de closets	20 minutos	40 minutos	60 minutos
Riego y cuidado de plantas	10 minutos	20 minutos	40 minutos
Aseo a la zona de lavado y organización de los elementos de trabajo	10 minutos	20 minutos	40 minutos

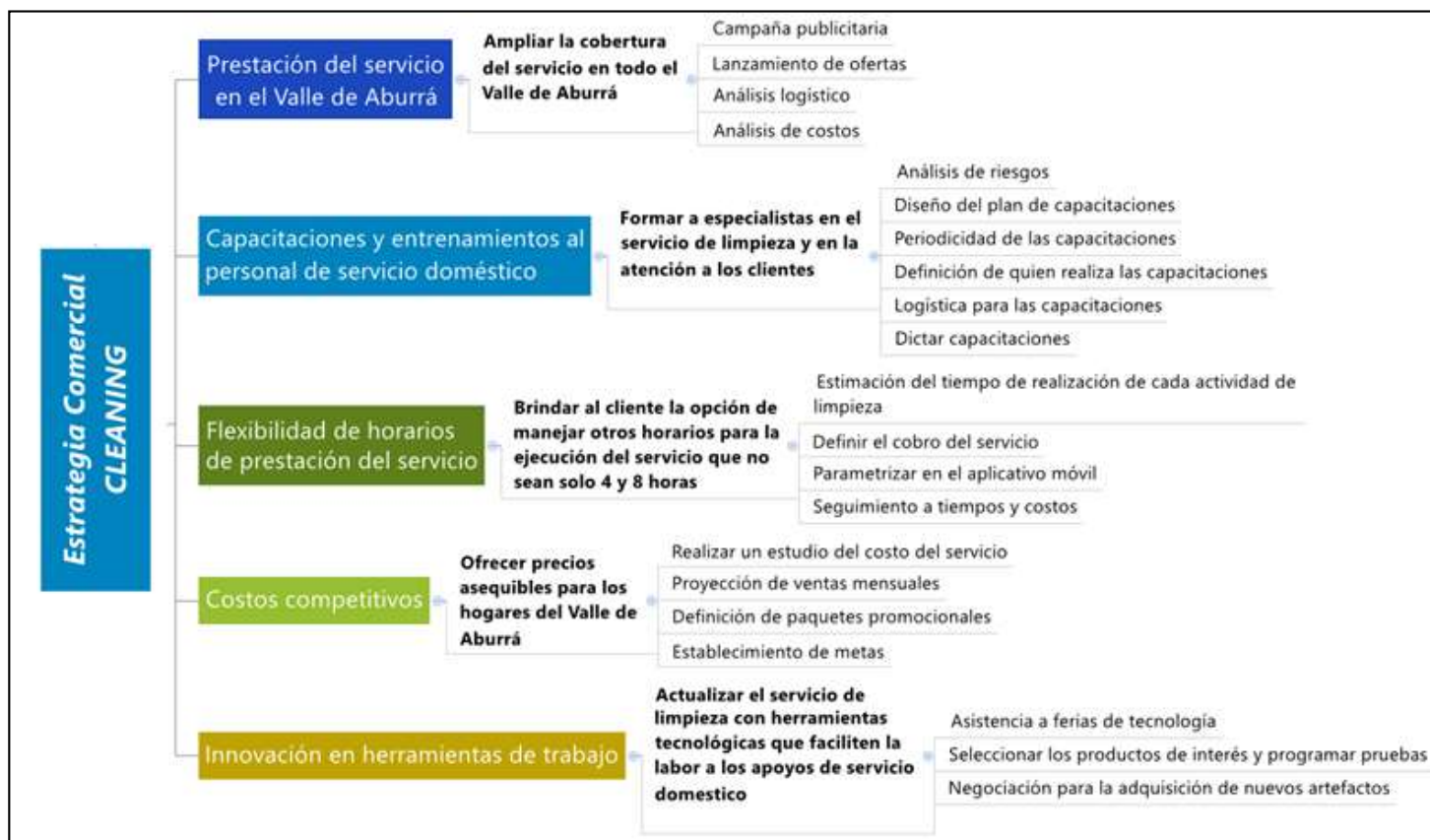
4.3 Estrategia comercial

Partiendo de los modelos Canvas presentados en el capítulo 4.1, tanto para las principales empresas de este servicio en Colombia como para Cleaning, se logran identificar un conjunto de factores que permiten definir y proponer los enfoques para las estrategias comerciales de la empresa basados en los aspectos por mejorar de la competencia y la oferta de valor que se pretende dar a la empresa en creación.

Entre los principales temas abordar en la estrategia comercial se encuentran segmentos desatendidos de clientes en el Valle de Aburrá por falta de cobertura de las empresas que hoy en día operan, capacitaciones al personal que prestara el servicio de limpieza, ofrecer horarios efectivos de trabajo, portafolio de servicios especializados de limpieza con el uso de herramientas innovadoras y mejorar la oferta de costos del servicio en relación con la competencia.

A continuación, se presenta un esquema de dicha estrategia realizada para Cleaning, la cual se basa en 5 actividades claves para un posicionamiento de esta empresa en el mercado. Esta estrategia está basada principalmente en capturar clientes y asegurar que el personal cuente con capacitaciones permanentes tanto en aspectos para la prestación del servicio, como en técnicas efectivas de comunicación y relación interpersonal.

Figura 24. Resumen de la estrategia comercial.



- Prestación del servicio en el Valle de Aburrá

Capturar clientes en el Valle de Aburrá mediante la prestación del servicio en el 100% del área de cobertura de todos los municipios incluyendo tanto la zona urbana como la zona rural. En el modelo Canvas de las empresas analizadas se identificó que la cobertura del servicio están enfocadas en la capital del país y los servicios en Antioquia solo aplican a algunos municipios del Valle de Aburrá, por lo que se identifica una gran oportunidad al tener desatendidos tantos potenciales clientes para así hacer que Cleaning se enfoque en capturar a estos y consolidarse como una empresa líder en la prestación de servicios especializados de limpieza pero sobre todo de fácil acceso al servicio.

A continuación, se listan las actividades necesarias para llevar a cabo esta estrategia enfocada en la zona de cobertura de los clientes:

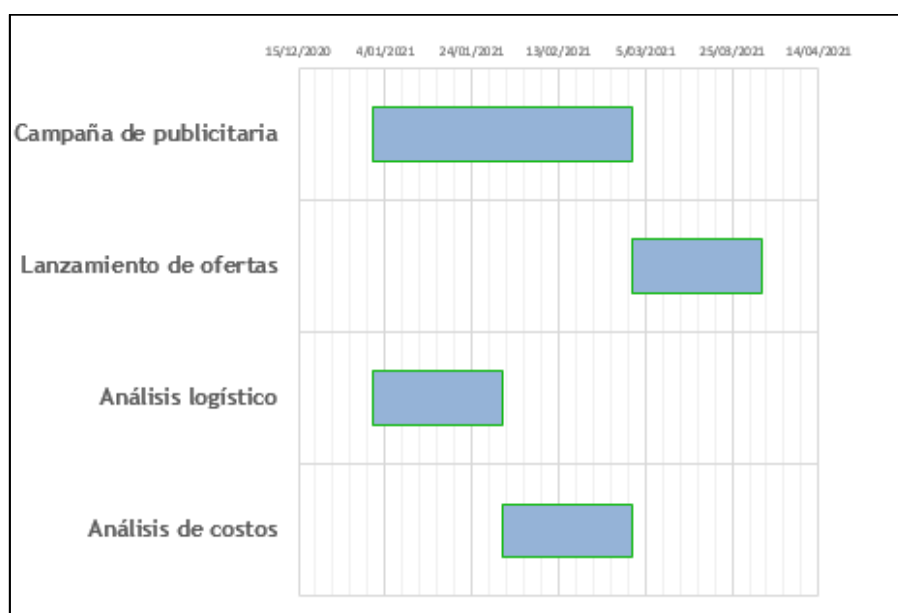
1. Campaña de publicitaria:
Difusión de la nueva aplicación móvil en los diferentes canales identificados con el fin de capturar la atención de los clientes potenciales, con énfasis en la amplia cobertura para la prestación del servicio sin restricción de la ubicación de la vivienda. Esta actividad estará a cargo del área de mercadeo y publicidad.
2. Lanzamiento de ofertas:
Con el fin de capturar la atención de los clientes e incentivarlos al uso de la aplicación móvil y contratación de los servicios se ofrecerán descuentos en el primer servicio que tomen, códigos promocionales por la adquisición de paquetes, por la contratación de tres servicios el cuarto es totalmente gratis. Esta actividad estará a cargo del área comercial y del área de mercadeo y publicidad.
3. Análisis logístico:
Preparación de rutas con anticipación suficiente para garantizar la puntualidad del personal y la prestación del servicio en el servicio pactado. Esta actividad estará a cargo del área logística.
4. Análisis de costos:
Revisión de costos según las rutas y tiempos de desplazamientos definidos en la actividad anterior. Esta actividad estará a cargo del área financiera.

Figura 25. Estrategia prestación de servicio en el Valle de Aburrá.

	Actividad	Descripción	Responsable	Recursos	Presupuesto (Millones de pesos)	Tiempo de ejecución de la actividad		
						Días	Inicio	Fin
1	Campaña de publicitaria	Difusión de la nueva aplicación móvil en los diferentes canales identificados con el fin de capturar la atención de los clientes potenciales, con énfasis en la amplia cobertura para la prestación del servicio sin restricción de la ubicación de la vivienda. Esta actividad estará a cargo del área de mercadeo y publicidad.	Área de mercadeo y publicidad	Contrato + 2 profesionales	50 MCOP	60	1/01/2021	2/03/2021
2	Lanzamiento de ofertas	Con el fin de capturar la atención de los clientes e incentivarlos al uso de la aplicación móvil y contratación de los servicios se ofrecerán descuentos en el primer servicio que tomen, códigos promocionales por la adquisición de paquetes, por la contratación de tres servicios el cuarto es totalmente gratis. Esta actividad estará a cargo del área comercial y del área de mercadeo y publicidad.	Área de mercadeo y publicidad	3 profesionales	Salario del personal	30	2/03/2021	1/04/2021

3	Análisis logístico	Preparación de rutas con anticipación suficiente para garantizar la puntualidad del personal y la prestación del servicio en el servicio pactado. Esta actividad estará a cargo del área logística.	Área Logística	1 profesional + 1 tecnólogo	Salario del personal	30	1/01/2021	31/01/2021
4	Análisis de costos	Revisión de costos según las rutas y tiempos de desplazamientos definidos en la actividad anterior. Esta actividad estará a cargo del área financiera.	Área Financiera	1 profesional	Salario del personal	30	31/01/2021	2/03/2021

Figura 26. Cronograma de la estrategia comercial.



- Capacitaciones y entrenamientos al personal de servicio domestico

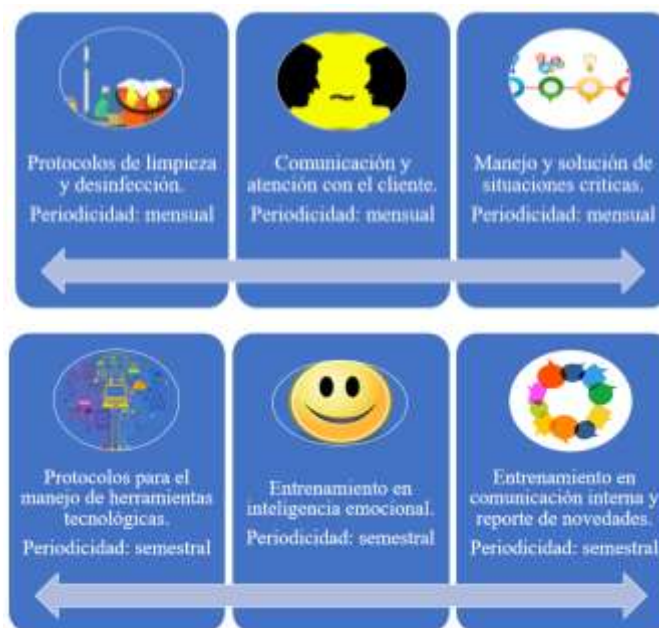
Se considera como estrategia competitiva fomentar la capacitación del personal en temas estratégicos directamente relacionados con la prestación de un mejor servicio, esta permitiría a la empresa mejorar la experiencia de los clientes y fomentar el desarrollo en las relaciones interpersonales de los trabajadores domésticos. Según la información analizada en los modelos Canvas estas empresas prestadoras de servicio de limpieza no tienen planes de capacitaciones establecidos. En estas empresas solo se cumplen las inducciones básicas de ingreso para personal y la socialización del protocolo sobre la prestación del servicio.

Las siguientes figuras ilustran los temas que serán abordados en las capacitaciones del personal con el fin de lograr esa diferenciación única en relación a la competencia. Más adelante se presentan una descripción detallada de cada una de las actividades que se llevarán cabo y el cronograma de ejecución, así como la dependencia encargada.

Inicialmente las capacitaciones se basarán en los siguientes temas:

- ✓ Protocolos de limpieza y desinfección.
- ✓ Comunicación y atención con el cliente
- ✓ Manejo y solución de situaciones críticas
- ✓ Protocolos para el manejo de herramientas tecnológicas
- ✓ Entrenamiento en inteligencia emocional
- ✓ Entrenamiento en comunicación interna u reporte de novedades.

Figura 27. Capacitaciones básicas pero prioritarias para los apoyos de servicio doméstico.



A continuación, se listan las actividades necesarias para llevar a cabo esta estrategia enfocada capacitaciones al personal de trabajo:

1. Análisis de riesgos:
Realizar un análisis de riesgos por medio de una matriz identificar los posibles riesgos para la prestación del servicio, darles una calificación y establecer un plan de mitigación para cada uno en caso de que se materialicen. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana y de seguridad y salud en el trabajo.
2. Diseño del plan de capacitaciones:
Para los apoyos de servicio doméstico con base en la actividad anterior se identifican los principales aspectos a reforzar y sobre los cuales se generaría el plan de capacitaciones para que se garantice la correcta prestación del servicio. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana.
3. Periodicidad de las capacitaciones:
Definir la periodicidad de las capacitaciones con el propósito de que este sea un factor diferenciador, el plan de capacitaciones se plantea a lo largo de todo el año con una

periodicidad mensual a diferencia de las demás empresas que solo brinda inducciones iniciales. Esta actividad estaría a cargo del área administrativa y gestión humana.

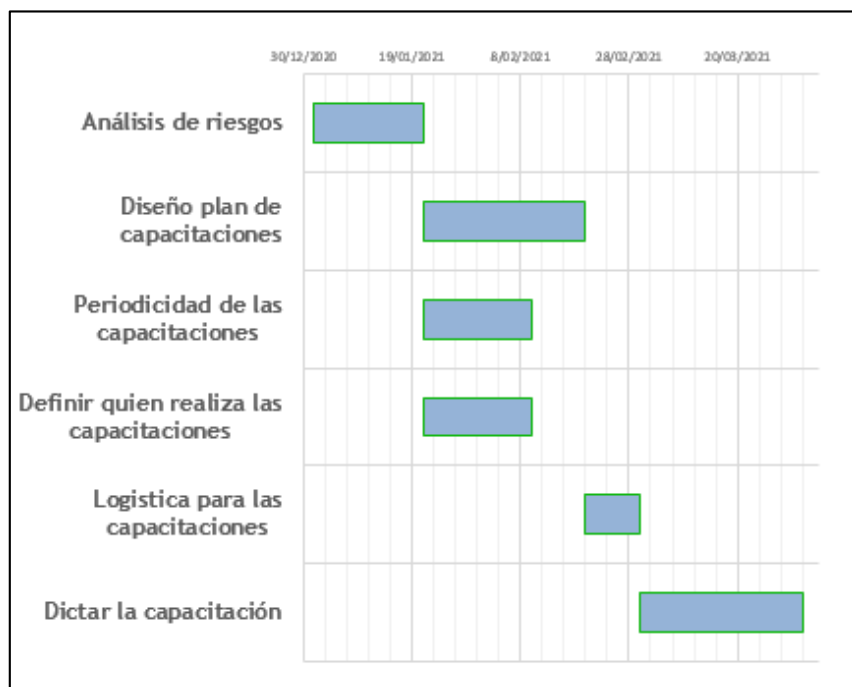
4. Definición de quien realiza las capacitaciones:
Analizar cuáles de los cursos de los planes de capacitación será preparado con personal interno de la organización como por ejemplo el uso de los implementos de aseo y contratar aquellos que requieran personal externo como los temas relaciones interpersonales. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana.
5. Logística para las capacitaciones:
Organizar la logística para preparar los espacios para dictar las capacitaciones y disponer de los recursos necesarios para las mismas. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana.
6. Dictar capacitaciones:
Dar inicio al plan de capacitaciones del personal. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana.

Figura 28. Estrategia capacitaciones y entrenamientos al personal de servicio doméstico.

	Actividad	Descripción	Responsable	Recursos	Presupuesto (Millones de pesos)	Tiempo de ejecución de la actividad		
						Días	Inicio	Fin
1	Análisis de riesgos	Realizar un análisis de riesgos por medio de una matriz identificar los posibles riesgos para la prestación del servicio, darles una calificación y establecer un plan de mitigación para cada uno en caso de que se materialicen. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana y de seguridad y salud en el trabajo.	Área de gestión humana y de seguridad y salud en el trabajo.	3 profesionales	Salario del personal	20	1/01/2021	21/01/2021
2	Diseño plan de capacitaciones	Diseño del plan de capacitaciones para los apoyos de servicio doméstico con base en la actividad anterior se identifican los principales aspectos a reforzar y sobre los cuales se generará el plan de capacitaciones para que se garantice la correcta prestación del servicio. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana.	Área de gestión humana	3 profesionales	Salario del personal	30	21/01/2021	20/02/2021

3	Periodicidad de las capacitaciones	Definir la periodicidad de las capacitaciones con el propósito de que este sea un factor diferenciador, el plan de capacitaciones se plantea a lo largo de todo el año con una periodicidad mensual a diferencia de las demás empresas que solo brinda inducciones iniciales. Esta actividad estaría a cargo del área administrativa y gestión humana.	Área de gestión humana	3 profesionales	Salario del personal	20	21/01/2021	10/02/2021
4	Definir quien realiza las capacitaciones	Analizar cuáles de los cursos de los planes de capacitación será preparado con personal interno de la organización como por ejemplo el uso de los implementos de aseo y contratar aquellos que requieran personal externo como los temas relaciones interpersonales. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana	Área de gestión humana	2 profesionales + Contrato	Salario del personal + 2 millones mensuales	20	21/01/2021	10/02/2021
5	Logística para las capacitaciones	Organizar la logística para preparar los espacios para dictar las capacitaciones y disponer de los recursos necesarios para las mismas. Esta actividad estaría a cargo del área de gestión humana.	Área de gestión humana	2 profesionales	Salario del personal	10	20/02/2021	2/03/2021
6	Dictar la capacitación	Dar inicio al plan de capacitaciones, el cual será actualizado mensualmente	Área de gestión humana	2 profesionales	Salario del personal	30	2/03/2021	1/04/2021

Figura 29. Cronograma de la estrategia capacitaciones y entrenamientos al personal de servicio doméstico.



- Flexibilidad de horarios de prestación del servicio

Ofrecer diferentes alternativas a los clientes de los tiempos de prestación de servicio de limpieza acorde a los servicios preseleccionados en el aplicativo móvil, además de manejar las jornadas de medio tiempo y tiempo completo. La herramienta le permitirá al usuario inmediatamente elija las actividades a realizar conocer el tiempo que toma la ejecución de este y de esta manera garantizar el cumplimiento del servicio seleccionado por parte del cliente. Analizando las propuestas en horarios que ofrecen las empresas prestadoras del servicio de limpieza en el Valle de Aburrá, se encontró que solo manejan dos horarios de trabajo que son servicios de 4 horas y de 8 horas al día, sin garantizar que en estos horarios se pueda cumplir las actividades contratadas para los hogares.

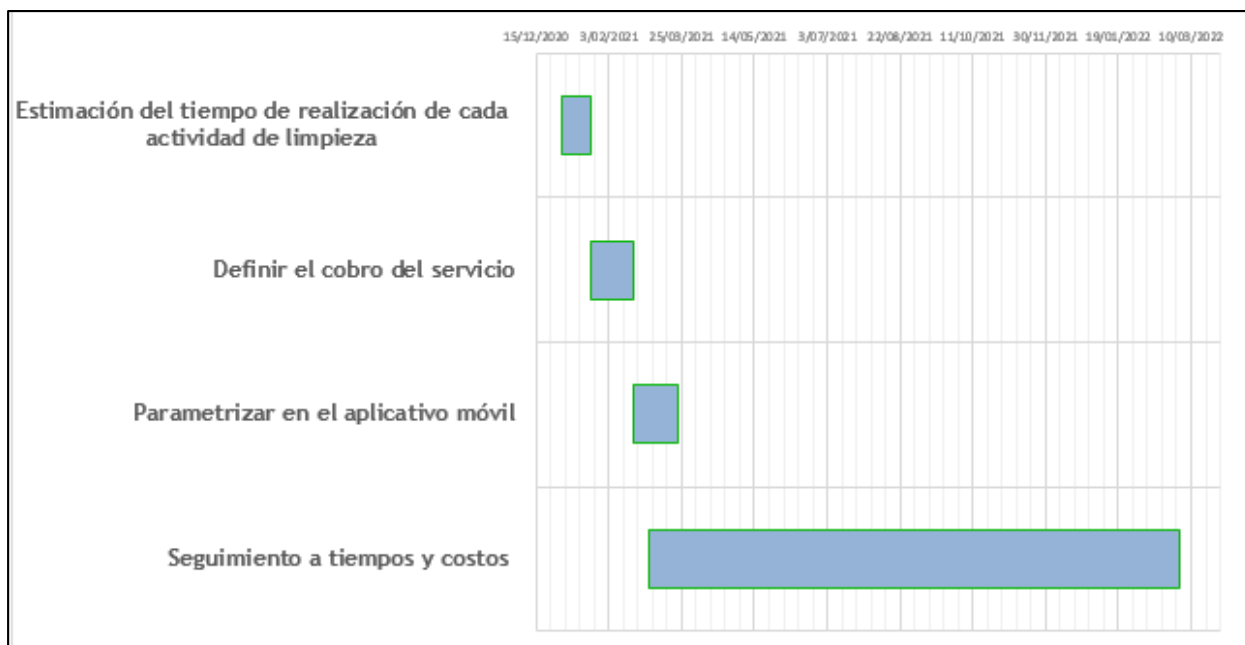
A continuación, se listan las actividades necesarias para llevar a cabo esta estrategia enfocada en la flexibilidad de los horarios para la prestación del servicio:

1. Estimación del tiempo de realización de cada actividad de limpieza:
Esta actividad consiste en realizar análisis de los tiempos promedios requeridos para las diferentes actividades del hogar con base en estudios realizados internamente a través de pruebas aleatorias con los apoyos de servicio doméstico. Esta actividad estaría a cargo del área de logística.
2. Definir el cobro del servicio:
Analizar la manera como se realizará el cobro del servicio partiendo de los valores que maneja la competencia, los horarios estándar y los tiempos estimados para la realización de las actividades definidas en el numeral anterior. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.
3. Parametrizar en el aplicativo móvil:
Parametrizar la selección de actividades de limpieza para los hogares y el tiempo requerido, para que el usuario al momento de seleccionar el servicio pueda contar con el tiempo de duración y el costo de este. Esta actividad estaría a cargo del área de tecnología.
4. Seguimiento a tiempos y costos:
Con el fin de continuar garantizando el servicio y asegurar su rentabilidad se propone un monitoreo cada 6 meses para revisar si los servicios si se están cumpliendo en el tiempo estimado y si no se está incurriendo en gastos adicionales. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.

Figura 30. Estrategia flexibilidad de horarios de prestación del servicio.

	Actividad	Descripción	Responsable	Recursos	Presupuesto (Millones de pesos)	Tiempo de ejecución de la actividad		
						Días	Inicio	Fin
1	Estimación del tiempo de realización de cada actividad de limpieza	Esta actividad consiste en realizar análisis de los tiempos promedios requeridos para las diferentes actividades del hogar con base en estudios realizados internamente a través de pruebas aleatorias con los apoyos de servicio doméstico. Esta actividad estaría a cargo del área de logística.	Área Logística	2 profesionales	Salario del personal	20	1/01/2021	21/01/2021
2	Definir el cobro del servicio	Analizar la manera como se realizará el cobro del servicio partiendo de los valores que maneja la competencia, los horarios estándar y los tiempos estimados para la realización de las actividades definidas en el numeral anterior. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.	Área financiera	2 profesionales	Salario del personal	30	21/01/2021	20/02/2021
3	Parametrizar en el aplicativo móvil	Parametrizar en el aplicativo móvil la selección de actividades de limpieza para los hogares y el tiempo requerido, para que el usuario al momento de seleccionar el servicio pueda contar con el tiempo de duración y el costo de este. Esta actividad estaría a cargo del área de tecnología.	Área de tecnología	2 profesionales	Salario del personal+ Licencia software	30	20/02/2021	22/03/2021
4	Seguimiento a tiempos y costos	Con el fin de continuar garantizando el servicio y asegurar su rentabilidad se propone un monitoreo cada 6 meses para revisar si los servicios si se están cumpliendo en el tiempo estimado y si no se está incurriendo en gastos adicionales. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.	Área financiera	1 profesional	Salario del personal	365	21/01/2021	21/01/2022

Figura 31. Cronograma de la estrategia flexibilidad de horarios de prestación del servicio.



- Costos competitivos

Según los precios ofertados por las empresas analizadas en el modelo Canvas, se conocieron precios que quizá pueden ser muy elevados a los que tendrían acceso una pequeña parte de la población, por tal motivo desde Cleaning se busca ofrecer precios más asequibles para todas las personas de los hogares del Valle de Aburrá.

A continuación, se listan las actividades necesarias para llevar a cabo esta estrategia enfocada en el análisis de costos competitivos:

1. Realizar un estudio del costo del servicio:
Se pretende analizar los costos del servicio de limpieza ofrecido a los usuarios a partir de los horarios y paquetes definidos, con el fin de establecer el porcentaje de ganancia que la empresa espera obtener según lo pactado con el cliente. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.
2. Proyección de ventas mensuales:
De acuerdo con la actividad anterior una vez definidos los costos por servicio se debe realizar una proyección de la venta de servicios inicialmente con una periodicidad mensual el primer semestre para luego continuarla realizando anual y esto con el fin de definir el número de servicios que se deben ofrecer para ser sostenibles a mediano y largo plazo. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.

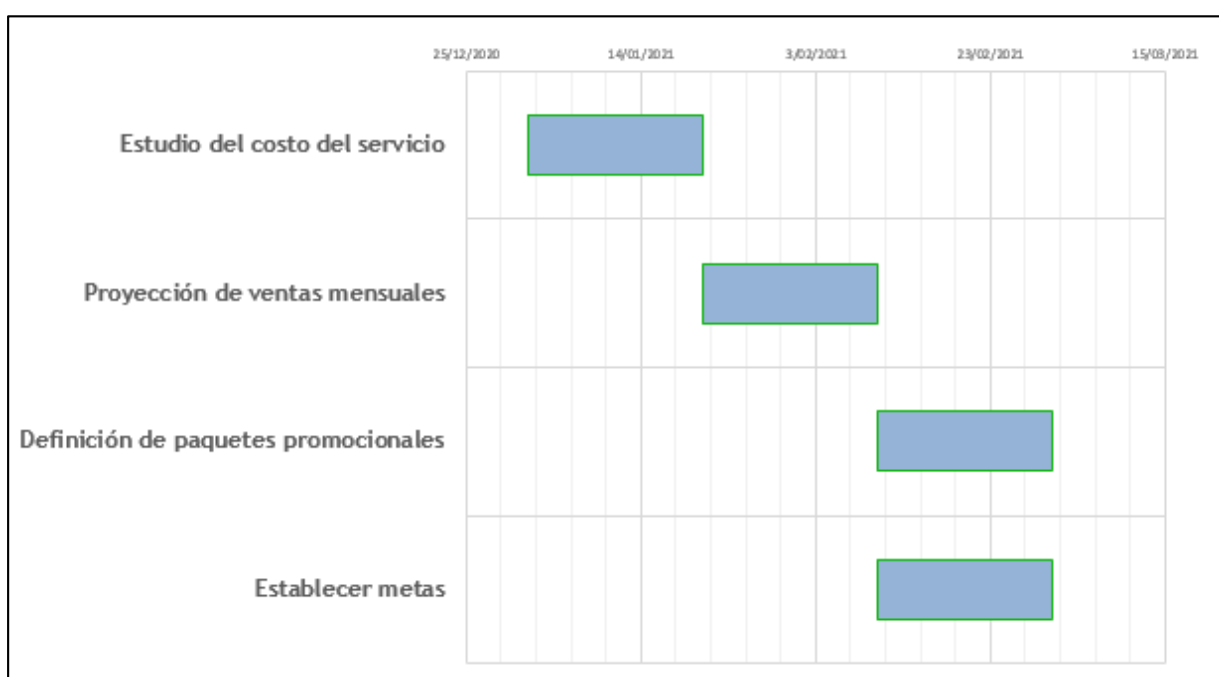
3. Definición de paquetes promocionales:
Con referencia a las actividades 1 y 2 se deben determinar que conjuntos de servicios conformarían los diferentes paquetes promocionales que se ofertarían con precios más bajos que si se contrataran los servicios de manera individual. Esta actividad estaría a cargo del área financiera y de mercadeo y publicidad.
4. Establecimiento de metas:
Al equipo de ventas, finalmente se le debe asignar a las personas encargadas de ofrecer y vender los paquetes, un tope que deben alcanzar finalizando el mes, haciendo uso de las herramientas digitales y enfocando su trabajo en la atención al cliente. Esta actividad estaría a cargo del área de ventas.

Figura 32. Estrategia costos competitivos.

	Actividad	Descripción	Responsable	Recursos	Presupuesto (Millones de pesos)	Tiempo de ejecución de la actividad		
						Días	Inicio	Fin
1	Estudio del costo del servicio	Se pretende analizar los costos del servicio de limpieza ofrecido a los usuarios a partir de los horarios y paquetes definidos, con el fin de establecer el porcentaje de ganancia que la empresa espera obtener según lo pactado con el cliente. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.	Área financiera	2 profesionales	Salario del personal	20	1/01/2021	21/01/2021
2	Proyección de ventas mensuales	De acuerdo con la actividad anterior una vez definidos los costos por servicio se debe realizar una proyección de la venta de servicios inicialmente con una periodicidad mensual el primer semestre para luego continuarla realizando anual y esto con el fin de definir el número de servicios que se deben ofrecer para ser sostenibles a mediano y largo plazo. Esta actividad estaría a cargo del área financiera.	Área financiera	2 profesionales	Salario del personal	20	21/01/2021	10/02/2021
3	Definición de paquetes promocionales	Definición de paquetes promocionales, con referencia a las actividades 1 y 2 se deben determinar que conjuntos de servicios conformarían los diferentes paquetes promocionales que se ofertarían con precios más bajos que si se contrataran los servicios de manera individual. Esta actividad estaría a cargo	Área financiera y Área mercadeo y publicidad	2 profesionales	Salario del personal	20	10/02/2021	2/03/2021

		del área financiera y de mercadeo y publicidad.						
4	Establecer metas	Asignar a las personas encargadas de ofrecer y vender los paquetes, un tope que deben alcanzar finalizando el mes, haciendo uso de las herramientas digitales y enfocando su trabajo en la atención al cliente. Esta actividad estaría a cargo del área de ventas.	Área ventas	1 profesional	Salario del personal	20	10/02/2021	2/03/2021

Figura 33. Cronograma de la estrategia costos competitivos.



- Innovación en herramientas de trabajo

Con el modelo Canvas se identificó que las empresas prestadoras del servicio de limpieza en Antioquia tienen un método de trabajo tradicional en donde la fuerza de realización de las actividades está en los apoyos domésticos y no en herramientas tecnológicas que faciliten la ejecución de los servicios seleccionados por los usuarios y su vez el cuidado del personal evitando accidentes o enfermedades laborales.

A continuación, se listan las actividades necesarias para llevar a cabo esta estrategia:

1. Asistencia a ferias de tecnología:
Frecuentemente los proveedores de las herramientas mecánicas para la prestación de estos servicios ofrecen de manera virtual y presencial ferias donde hacen una exposición

de las mejoras tecnológicas a los equipos y los nuevos lanzamientos. Esta actividad estaría a cargo del área administrativa.

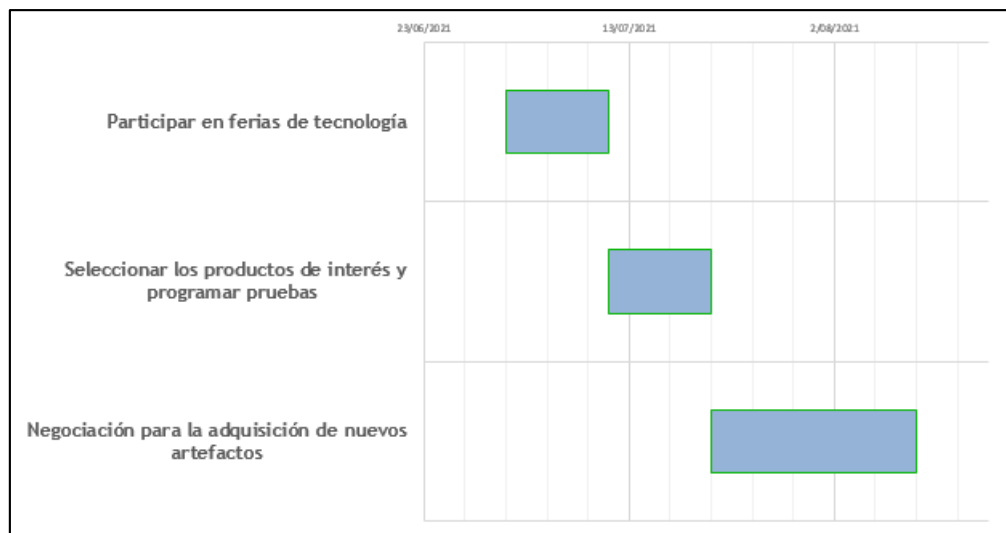
2. Seleccionar los productos de interés y programar pruebas:
Según las necesidades de los servicios que Cleaning ofrece se identifica cuales equipos tecnológicos pueden optimizarlos por lo tanto se deben contactar los proveedores con el objetivo de acordar pruebas y analizar si realmente hay optimización o no. Esta actividad estaría a cargo del área administrativa.
3. Negociación para la adquisición de nuevos artefactos:
Si los resultados de las pruebas son positivos para la optimización de alguna actividad se procede a realizar la negociación con el proveedor con el fin de conocer el costo del producto, su método de pago y la garantía del producto. Esta actividad estaría a cargo del área administrativa.

Figura 34. Estrategia innovación en herramientas de trabajo.

	Actividad	Descripción	Responsable	Recursos	Presupuesto (Millones de pesos)	Tiempo de ejecución de la actividad		
						Días	Inicio	Fin
1	Participar en ferias de tecnología	Frecuentemente los proveedores de las herramientas mecánicas para la prestación de estos servicios ofrecen de manera virtual y presencial ferias donde hacen una exposición de las mejoras tecnológicas a los equipos y los nuevos lanzamientos. Esta actividad estaría a cargo del área administrativa.	Área Administrativa	2 profesionales	Salario del personal + gastos de viaje	7 se repite 2 veces al año	2/06/2021	9/06/2021
2	Seleccionar los productos de interés y programar pruebas	Según las necesidades de los servicios que Cleaning ofrece se identifica cuales equipos tecnológicos pueden optimizarlos por lo tanto se deben contactar los proveedores con el objetivo de acordar pruebas y analizar si realmente hay optimización o no. Esta actividad estaría a cargo del área administrativa.	Área Administrativa	2 profesionales	Salario del personal	10	9/06/2021	19/06/2021
3	Negociación para la adquisición de nuevos artefactos	De acuerdo a la actividad anterior si los resultados de las pruebas son positivos para la optimización de alguna actividad se procede a realizar la negociación con el proveedor con el fin de conocer el costo del producto, su método de pago, la garantía del producto y los mantenimientos a realizar, para posteriormente con el área de finanzas tomar la decisión si se incurre en esta compra. Esta	Área Administrativa	2 profesionales	Salario del personal	15	19/06/2021	4/07/2021

	actividad estaría a cargo del área administrativa.						
--	--	--	--	--	--	--	--

Figura 35. Cronograma de la estrategia innovación en herramientas de trabajo.



4.4 Costos de inversión

La inversión inicial para el montaje de la empresa Cleaning consta básicamente de todos los equipos necesarios para amoblar oficina, la maquinaria necesaria para la prestación del servicio, así como la inversión inicial para el desarrollo de la aplicación móvil y todos los demás elementos necesario para iniciar la operación de la empresa.

Tabla 3. Costos de inversión.

Presupuesto de la inversión inicial	Valor COP
Alquiler local	-\$ 3,000,000.00
Papelería, insumos oficina	-\$ 4,000,000.00
Equipos, accesorios, insumos	-\$ 5,000,000.00
Aplicación, membresías	-\$ 5,770,000.00
Muebles, computadores, enseres	-\$ 15,000,000.00
Contratos	-\$ 10,000,000.00
Compra de maquinaria de limpieza	-\$ 10,000,000.00
Mercadeo y publicidad	-\$ 50,000,000.00
Pago seguro daño a terceros	-\$ 6,000,000.00
Pago seguro daño a terceros	-\$ 2,004,000.00

En la Tabla 3 se realizó el presupuesto para la inversión inicial, con cada uno de los aspectos que se deben tener en cuenta para el montaje de la empresa.

En principio se contempla el alquiler de un local comercial, mientras se recupera la inversión y posteriormente se reevaluaría la posibilidad de la compra de una bodega. Con Cleaning se quieren ofrecer kits de aseos para uso de los clientes por lo cual se necesitaría contar un stock inicial de los productos que conformarían estos paquetes los cuales estarían incluidos dentro del presupuesto de Insumos. La base de montaje de esta empresa la constituye la plataforma móvil y el desarrollo de esta será contratado, además requiere soporte y el pago anual a las plataformas de Google y Apple por la publicación de esta en sus tiendas de aplicaciones. Entre los contratos iniciales se requieren el de la prestación de servicios de transporte de la maquinaria de limpieza, el de publicidad y un contrato inicial de capacitación para el personal de limpieza. Además de los servicios de limpieza regulares, se pretende ofrecer servicios especializados y para su ofrecimiento es necesario realizar una inversión inicial para la compra de aspiradoras, hidro lavadoras, guadañadoras, entre otras.

Se considera importante velar por la seguridad no solo del personal sino también por la de los clientes y sus inmuebles, por lo cual se requiere contar con una póliza que cubra daños, accidentes de terceros o hurtos.

4.5 Costos de operación

En la Tabla 4, se describen los costos requeridos para la operación de la empresa anualmente, entre estos costos se tienen tanto costos fijos como variables, cuyo detalle se podrá apreciar de manera más clara en el flujo de caja realizado para este estudio de viabilidad.

Tabla 4. Costos de operación.

Costos Operativos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento maquinaria	\$ 3.000.000,00	\$ 5.318.624,00	\$ 5.505.308,00	\$ 5.698.544,00	\$ 5.898.563,00
Insumos de Aseo	\$ 84.456.000,00	\$ 114.985.841,00	\$ 114.985.841,00	\$ 114.985.841,00	\$ 114.985.841,00
Servicio de transporte corporativo	\$ 49.680.000,00	\$ 65.150.000,00	\$ 65.150.000,00	\$ 65.150.000,00	\$ 65.150.000,00
Incapacidades	\$ 619.008,00	\$ 645.316,00	\$ 672.742,00	\$ 701.333,00	\$ 731.140,00
Papelería	\$ 278.000,00	\$ 287.758,00	\$ 297.858,00	\$ 308.313,00	\$ 319.135,00
Mercadeo	\$ 1.000.000,00	\$ 9.600.000,00	\$ 10.200.000,00	\$ 10.800.000,00	\$ 12.000.000,00
Mantenimiento de recursos tecnológicos	\$ 4.000.000,00	\$ 4.170.000,00	\$ 4.347.225,00	\$ 10.000.000,00	\$ 10.425.000,00
Alquiler sede administrativa y bodega	\$ 18.000.000,00	\$ 18.687.600,00	\$ 19.401.466,00	\$ 20.142.602,00	\$ 20.912.050,00
Membresía y anualidades en las	\$ 1.952.400,00	\$ 2.026.982,00	\$ 2.104.412,00	\$ 2.184.801,00	\$ 2.268.260,00
Pago de servicios públicos	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.000.000,00
Pagos de licencias software	\$ 1.000.000,00	\$ 1.038.200,00	\$ 1.077.859,00	\$ 1.119.033,00	\$ 1.161.780,00
Capacitación al personal	\$ 9.600.000,00	\$ 9.600.000,00	\$ 9.600.000,00	\$ 9.600.000,00	\$ 9.600.000,00
Compra equipos tecnológicos	\$ -	\$ 3.000.000,00	\$ 3.500.000,00	\$ 3.800.000,00	\$ 3.800.000,00
Pago seguro daño a terceros	\$ 6.000.000,00	\$ 6.199.200,00	\$ 6.405.013,00	\$ 6.617.660,00	\$ 6.837.366,00
Póliza responsabilidad civil	\$ 2.004.000,00	\$ 2.070.533,00	\$ 2.139.274,00	\$ 2.210.298,00	\$ 2.283.680,00
Gastos de administración	\$ 169.585.848,00	\$ 179.760.999,00	\$ 180.839.365,00	\$ 191.689.939,00	\$ 203.191.335,00
Gastos de nómina operativa	\$ 149.448.084,00	\$ 188.215.805,00	\$ 199.508.753,00	\$ 211.479.278,00	\$ 224.168.035,00
Total	\$ 506.623.340,00	\$ 616.756.858,00	\$ 631.735.116,00	\$ 662.487.642,00	\$ 689.732.185,00

El mantenimiento de maquinaria se realizará a partir del año 2 y la compra de esta maquinaria se realiza en la inversión inicial, este mantenimiento será contratado con personal externo. Además, se contempló la compra de un stock de insumos de aseo, sin embargo, como la empresa ofrecerá kits de aseo a sus clientes se requiere mensualmente mantener un stock de estos insumos que solventen las ventas. Para el transporte de la maquinaria de limpieza desde la sede administrativa a los puntos donde se prestará el servicio se establece un cargo mensual relacionado con la

cantidad de servicios que se pueden ofrecer. Se estima un número de incapacidades al año de las cuales la empresa debe aportar un porcentaje y el otro porcentaje es cubierto por la EPS.

Como la plataforma en la que se soporta esta empresa es la aplicación móvil se define unos mantenimientos mensuales que permitan tener esta herramienta digital actualizada, a su vez se requiere programar los pagos a las tiendas de aplicaciones digitales.

Con el fin de realizar la estrategia de capacitación al personal se requieren unos costos variables para este rubro. La empresa inicialmente operara con poco personal administrativo por lo que el costo del personal no es muy representativo, sin embargo, el valor más representativo de todos los costos operativos corresponde al salario del personal de limpieza para cubrir todos los servicios de limpieza solicitados y prestar un adecuado servicio.

4.6 Matriz de riesgos

Se considera de suma importancia realizar un análisis de los riesgos con el fin de gestionarlos como herramienta fundamental para la planificación del proyecto, permite identificar los recursos, costos o tiempos de las actividades principales que requieren medidas de manejo, monitoreo y evaluación. La evaluación inicial de los riesgos deberá ser complementada y ajustada en las etapas posteriores del proyecto.

Según el Instituto Dominicano de Desarrollo Integral (IDDI, 2015):

“En los proyectos, se considera riesgo todo evento o condición que, si ocurre, tiene un efecto sobre los objetivos del proyecto, que se puede reflejar en retraso en la ejecución de las actividades, aumento de costos, pérdida o daño de bienes y propiedades, entre otros.”

En la Figura 37, se presenta la identificación de los principales riesgos de variables tanto internas (recurso humano, capacidad de los profesionales, procesos tecnológicos, financiamiento, satisfacción del cliente, entre otros) como externas (políticos, económicos, legales, culturales, cambios del mercado, seguridad ciudadana, entre otros) para la creación de la empresa. Cada uno de los riesgos listados fue descrito de manera general, se clasificó la fuente según el proceso del cual proviene, las consecuencias que tienen para el proyecto y el elemento afectado por la materialización de alguno de ellos. La planificación de estos debe iniciarse desde el estudio de viabilidad del Proyecto y debe complementarse en las etapas posteriores de ejecución y operación.

Figura 36. Simbología para la probabilidad, el impacto y la calificación del riesgo.

Probabilidad		Impacto		Calificación del riesgo	
Baja	1	Baja	1		Bajo
Media	2	Media	2		Medio
Alta	3	Alta	3		Alto
					Crítico

Figura 37. Matriz de riesgos para Cleaning.

ID RIESGO	DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	FUENTE DEL RIESGO	CONSECUENCIA	AFECCIÓN	PROBABILIDAD	IMPACTO	CALIFICACIÓN RIESGO	MEDIDAS DE MANEJO
R01	No seleccionar el personal adecuado	Disponibilidad del cliente	Afectación en la prestación del servicio	Servicio	3	3	9	Realizar un adecuado proceso de selección
R02	Presupuesto subestimado en la fase planeación	Presupuesto subestimado	Impacto en las finanzas del proyecto	Presupuesto	2	2	2	Verificación del presupuesto de manera periódica
R03	No satisfacer la necesidad real del cliente	Prestación del servicio	Afectación a la reputación de la empresa	Servicio	2	3	6	Evaluación continua de la prestación de los servicios e identificación de oportunidades de mejora
R04	Flujo de caja inestable	Presupuesto subestimado	Impacto en las finanzas del proyecto	Presupuesto	3	3	2	Verificación del presupuesto de manera periódica
R05	Falta de reconocimiento del trabajo, así como de la profesión, siendo poco valorada y escasamente remunerada	Fuente social externa	Afectación al personal contratado	Personal	1	1	1	Acordar salarios justos
R06	Cambios en la normatividad o legislación que rige la prestación de los servicios de limpieza	Políticas empresariales	Afectación en la prestación del servicio	Servicio	2	2	2	Reestructuración según la legislación
R07	No disponibilidad de personal profesional	Recursos de personal	Afectación en la prestación del servicio	Servicio	3	3	9	Realizar un adecuado proceso de selección
R08	El personal prestador del servicio no está disponible (incapacidad, calamidad, vacaciones, etc)	Prestación del servicio	Afectación en la prestación del servicio	Servicio	2	3	6	Realizar un adecuado proceso de selección
R09	Incumplimiento a las capacitaciones por parte del personal de la empresa	Recursos de personal	Afectación en la prestación del servicio	Servicio	3	2	6	Contar con políticas internas en la organización
R10	Escasos de los recursos de limpieza necesarios para ejecutar el servicio	Planificación subestimada	Afecta la calidad del producto	Servicio	2	3	6	Contar con una amplia base de datos de proveedores y una adecuada planeación
R11	No se cuenta con los permisos necesarios para acceder a la base de datos de antecedentes fiscales	Políticas empresariales	Abraso en el inicio del proyecto	Cronograma	3	3	2	Gestionar con anticipación suficiente los permisos
R12	El tiempo requerido para el desarrollo de la aplicación móvil es superior al estimado	Planificación subestimada	Abraso en el inicio del proyecto	Cronograma	2	2	2	Sobrestimar estos tiempos en la planeación
R13	Componentes de integración, desarrollados por terceros, no están listos	Planificación subestimada	Abraso en el inicio del proyecto	Cronograma	2	2	2	Sobrestimar estos tiempos en la planeación
R14	Fallas de conectividad en la aplicación con los clientes	Tecnológicos	Afecta la calidad del producto	Servicio	3	3	9	Contar con varias fuentes de conectividad
R15	Caidas en el personal que labora en la empresa, que puedan ser a distinto o al mismo nivel (resbalones, caídas, tropiezos, choques, etc.)	Prestación del servicio	Sobrecostos en el proyecto	Presupuesto	3	3	9	Contar con capacitaciones y política de manejo de accidentes
R16	Trastornos músculo-esqueléticos (problemas de espalda: lumbalgias, dorsalgias o lesiones cervicales)	Prestación del servicio	Sobrecostos en el proyecto	Presupuesto	3	3	9	Contar con capacitaciones y política de manejo de accidentes
R17	No se cuenta con un equipo de protección individual para los ojos, cara y manos	Dotación a personal	Afectación al personal contratado	Personal	2	3	6	Suministrar adecuados equipos de protección personal EPP
R18	No se cuenta con un equipo de protección individual para las vías respiratorias	Dotación a personal	Afectación al personal contratado	Personal	2	3	6	Suministrar adecuados equipos de protección personal EPP
R19	Riesgos ergonómicos. Lesiones en las articulaciones por acciones repetitivas	Dotación a personal	Sobrecostos en el proyecto	Presupuesto	3	3	9	Contar con capacitaciones y política de manejo de accidentes
R20	Riesgo físicos (malas posturas, esfuerzos excesivos, manejo de cargas de gran peso o movimientos bruscos)	Prestación del servicio	Sobrecostos en el proyecto	Presupuesto	3	3	9	Contar con capacitaciones y política de manejo de accidentes
R21	Los productos que se utilizan para el mantenimiento y la limpieza de hogares son altamente tóxicos y pueden provocar graves riesgos del personal de limpieza, si estos no lo emplean con el debido cuidado.	Prestación del servicio	Afecta la calidad del producto	Servicio	2	3	6	Suministrar adecuados equipos de protección personal EPP
R22	Presencia de hurtos en los hogares por parte del personal	Prestación del servicio	Afectación a la reputación de la empresa	Presupuesto	3	2	6	Realizar un adecuado proceso de selección y contar con un póliza que sea responsable por estas acciones
R23	Crediente competend y dificultad para diferenciarse de la misma	Fuente social externa	Impacto en las finanzas del proyecto	Presupuesto	2	2	2	Conducta comparación con el mercado y análisis de las expectativas del cliente
R24	Daño a la reputación y marca empresarial	Prestación del servicio	Afectación a la reputación de la empresa	Presupuesto	2	3	6	Realizar un adecuado proceso de selección
R25	Caída de la actividad económica	Fuente social externa	Impacto en las finanzas del proyecto	Presupuesto	2	3	6	Análisis del entorno
R26	Delitos cibernéticos (Hackeo a la aplicación o base de datos de los clientes)	Tecnológicos	Impacto en las finanzas del proyecto	Presupuesto	1	1	1	Contar con un antivirus adecuado que proteja las bases de datos y sistemas en general
R27	Incapacidad para innovar y satisfacer a los clientes	Políticas empresariales	Impacto en las finanzas del proyecto	Presupuesto	2	2	2	Conducta comparación con el mercado y análisis de las expectativas del cliente
R28	Tiempos mas largos que los estimados en la prestación del servicio	Prestación del servicio	Se extiende el tiempo del servicio	Cronograma	2	3	6	Realizar un adecuado proceso de selección
R29	No contar con los productos suficientes para la prestación del servicio	Planificación subestimada	Afecta la calidad del producto	Cronograma	2	2	2	Contar con una amplia base de datos de proveedores y una adecuada planeación
R30	Daños de los equipos de limpieza	Prestación del servicio	Afectación en la prestación del servicio	Cronograma	2	2	2	Realizar un adecuado proceso de selección y contar con un póliza que sea responsable por estas acciones

El análisis realizado es de tipo Prospectivo, en el cual se identifican posibles escenarios de incertidumbre con el fin de preparar los costos de inversión u operación de la empresa para mitigar aquellos que sean más representativos. Entre las diferentes situaciones evaluadas en la matriz de riesgos se evidencia que se debe realizar un trabajo específico en la formación del personal, capacitándolo en temas relacionados con el cuidado y prevención de enfermedades y accidentes laborales, los cuales si no se tienen en cuenta pueden afectar el futuro económico de Cleaning, también se debe implementar unas estrategias para fortalecer la confianza, la honestidad y así evitar que los apoyo de servicio doméstico se estén aprovechando deshonestamente del cliente, afectando así la imagen corporativa de la empresa. Seguido de lo anterior el asesoramiento legal es indispensable para responder ante posibles problemas como demandas o tutelas, tanto con empleados de la empresa como con los futuros clientes.

Para concluir con este análisis se tienen varios factores que si no se identifican desde la creación de la empresa pueden afectar su futuro a largo plazo, es responsabilidad del gerente de Cleaning y su grupo de trabajo primario analizar cada situación reflejada en la matriz de riesgos y crear una estrategia interna y una externa apoyada por asesoría legal, asesoría de la ARL y capacitaciones constantes para las empresas prestadoras de servicios.

4.7 Evaluación financiera

La evaluación financiera de este proyecto busca determinar si es rentable o no rentable la inversión por medio de la estimación de cuatro indicadores principales, como lo son: el Valor Presente Neto (VPN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) y el Retorno de la Inversión (ROI). Para obtener todos estos indicadores se empleó el flujo de caja libre, en el cual se evidencia la variación del capital entre los ingresos y egresos de efectivo procedentes de las inversiones del proyecto.

Para este caso se evaluó a un periodo de cinco años, cómo se puede ver en Tabla 5, teniendo en cuenta los costos de inversión, los costos durante operación y la proyección de los ingresos generados por la empresa, así como la depreciación principalmente de la maquinaria, equipos y los impuestos de ley que aplican a este tipo de servicios en Colombia.

“La evaluación de un proyecto se realiza a través de diferentes métodos. El VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno) se encuentran entre los más utilizados, siendo el flujo de caja y la tasa de corte los parámetros mínimos para la aplicación de estos métodos. En el presente trabajo, pretendemos esclarecer cuál debería ser la tasa de corte adecuada para el flujo de caja, tomando como base el criterio del aportante del capital. A nuestro entender, la teoría respectiva aún no ha tratado este tema con profundidad.” (Mavila & Polar, 2005)

Tabla 5. Estimación del flujo de caja libre.

CÁLCULO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Egresos		\$ 516.623.340	\$ 616.756.857	\$ 631.735.317	\$ 662.487.643	\$ 692.732.186
Ingresos		\$ 496.800.000	\$ 697.105.000	\$ 745.902.350	\$ 798.115.515	\$ 853.983.601
EBITDA		-\$ 19.823.340	\$ 80.348.143	\$ 114.167.033	\$ 135.627.871	\$ 161.251.415
Depreciación		\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000
UOP		-\$ 23.123.340	\$ 77.048.143	\$ 110.867.033	\$ 132.327.871	\$ 157.951.415
Impuestos		-\$ 8.093.169	\$ 29.678.096	\$ 38.803.461	\$ 46.314.755	\$ 55.282.995
UP despues de impuestos		-\$ 15.030.171	\$ 47.370.047	\$ 72.063.571	\$ 86.013.116	\$ 102.668.420
Depreciación		\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000	\$ 3.300.000
Capital de trabajo		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capex	-\$ 92.770.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujo de caja libre	-\$ 92.770.000	-\$ 11.730.171	\$ 50.670.047	\$ 75.363.571	\$ 89.313.116	\$ 105.968.420

Los flujos de caja libre obtenidos para los 5 años y la utilidad operativa del proyecto se ilustran en la Figura 38 y Figura 39.

Figura 38. Flujo de caja libre.

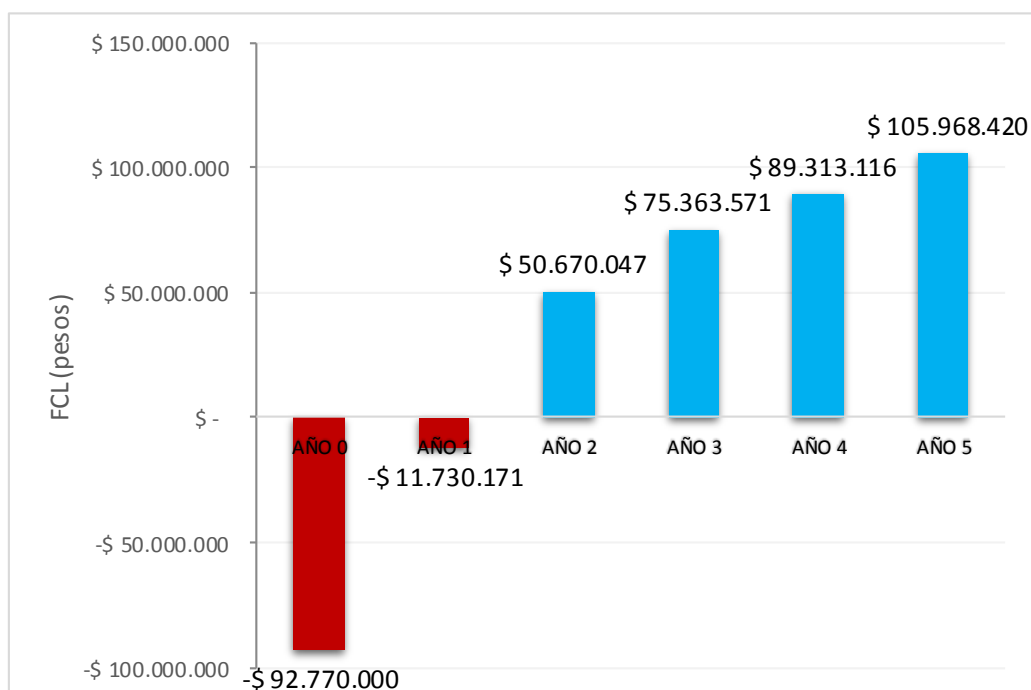
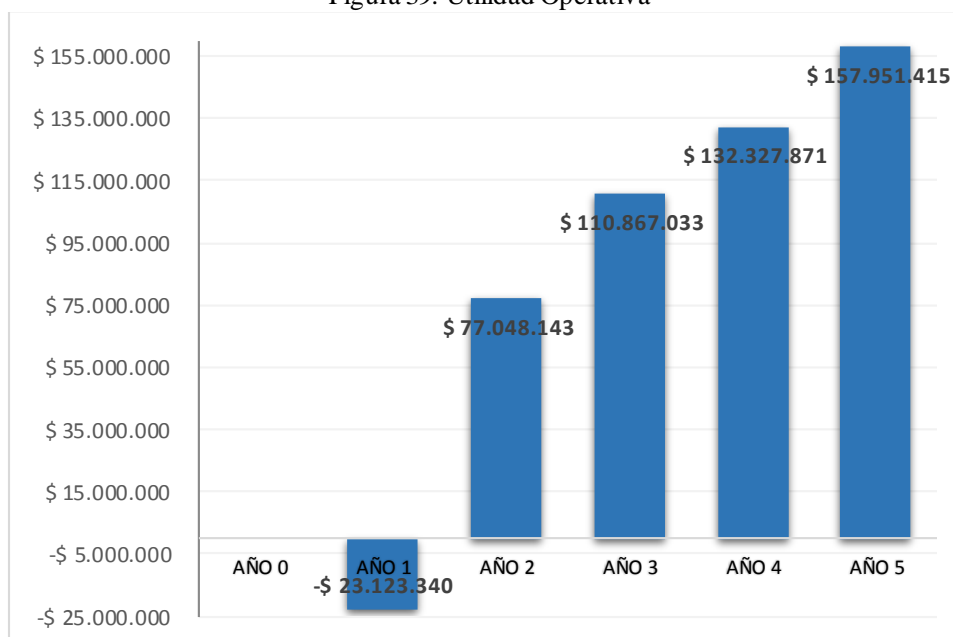


Figura 39. Utilidad Operativa



El VPN tiene como fundamento la variación del dinero con el paso del tiempo, considerando factores macroeconómicos y otros a escala micro como lo es la inflación. Para el caso de este proyecto como todas las inversiones se hacen en pesos y no se considera ningún valor en moneda extranjera, el VPN se estima en pesos a valor de hoy.

Combinando tanto flujos positivos como negativos se pudo estimar según el resultado del VPN si el proyecto es rentable o no, cuándo el VPN es mayor a 0, el proyecto es rentable, cuándo es menor que cero no es rentable o indistinto cuándo $VPN = 0$.

Para el caso de la empresa Cleaning el VPN estimado fue de \$121.864.158, lo que representa la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del Proyecto. Esto indica que para el caso de Cleaning son mayores los ingresos que los egresos, y según los flujos de caja se tiene una recuperación de la inversión planeada para el proyecto.

La TIR refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. Esta se compara con la tasa esperada por el inversionista o Tasa Interna de Oportunidad (para el caso de Cleaning se asumió una rentabilidad mínima del 10%) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior, según las siguientes definiciones:

- Si un proyecto tiene $TIR >$ tasa de interés de oportunidad, entonces se puede aceptar.
- Si la $TIR <$ tasa de interés de oportunidad, se rechaza.
- Si la $TIR =$ tasa de interés de oportunidad, hay indiferencia frente al proyecto.

En este sentido debemos indicar que para las empresas prestadoras de servicio en promedio se proyecta como Tasa Interna de Oportunidad (TIO) alrededor del 10%, para el caso de Cleaning

la TIR que arroja la evaluación del proyecto es de 37,92%, la cual es superior a la TIO, con lo cual se considera conveniente realizar la inversión del proyecto.

El periodo de recuperación de la inversión (PRI) se considera como un indicador que mide la liquidez del proyecto y el riesgo relativo anticipándose a eventos de corto plazo. Este indicador permite estimar el plazo que requieren los flujos del proyecto para recuperar su inversión inicial.

Como se puede observar en la Tabla 6, la empresa Cleaning tiene un periodo de recuperación de la inversión de 2 años, lo cual muestra que el periodo es corto y será una buena opción para invertir en este proyecto, por lo tanto se podría recomendar invertir en esta empresa con expectativas a corto plazo de recuperar la inversión inicial.

Tabla 6. Indicadores financieros.

Indicador	Valor
TIR (%)	37,92%
VPN (Pesos)	\$ 121.864.158
PRI (Años)	2
ROI (%)	15,11%

El retorno de la inversión o retorno sobre la inversión (ROI) es un índice o indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión; es decir, la relación que existe entre las utilidades o ganancias obtenidas o que se esperan obtener, y la inversión (Ver Tabla 7).

Tabla 7. Ingresos y egresos – ROI.

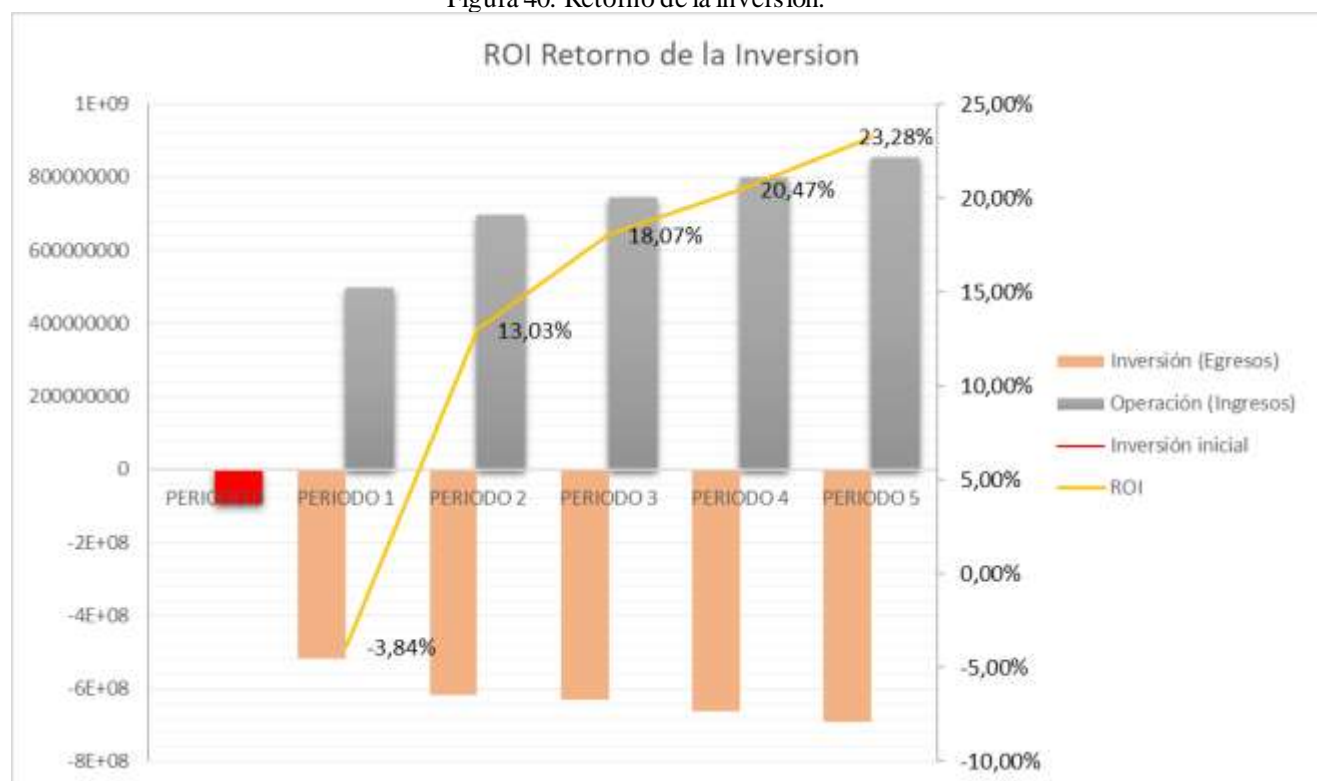
	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
Inversión(Egresos)		-\$ 516.623.340	-\$ 616.756.857	-\$ 631.735.317	-\$ 662.487.643	-\$ 692.732.186
Operación (ingresos)		\$ 496.800.000	\$ 697.105.000	\$ 745.902.350	\$ 798.115.515	\$ 853.983.601
Inversión inicial	-\$ 92.770.000					
ROI	15,11%					

La forma más sencilla de calcular el ROI es siguiendo esta fórmula:

$$\text{ROI} = [(\text{ingresos} - \text{costos}) / \text{costos}] \times 100$$

Según el indicador del ROI estimado para Cleaning, la rentabilidad para los cinco años es del 15,11% efectivo anual. Es decir, por cada peso invertido se esperaría que la ganancia fuera de 0,15 pesos. La variación anual del ROI, se puede observar de manera gráfica en la Figura 40.

Figura 40. Retorno de la inversión.



Capítulo 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El presente estudio para la creación de una empresa de servicios de limpieza a hogares en el Valle de Aburrá concluye dando respuesta al objetivo general y a los objetivos específicos, demostrando la viabilidad para establecer una nueva propuesta de servicio. A continuación, se presentan los principales argumentos.

- En el estudio de diagnóstico situacional se identificó la falta de garantías laborales para las empleadas domésticas, evidenciando una clara oportunidad de mejora a través de ofertas laborales que se rijan por el cumplimiento de las prestaciones legales a este gremio que culturalmente ha sido discriminado y no cuenta con el reconocimiento debido. Por tal motivo la creación de esta empresa apoyará la formalización del trabajo, además de facilitar a los clientes la contratación de los servicios por medio de la aplicación móvil sin preocuparse de las afiliaciones de los empleados, contando también con un respaldo ante cualquier daño o hurto.
- Se lograron identificar y caracterizar los principales competidores en prestación en servicios de limpieza mediante aplicaciones móviles en Colombia, principalmente 3 empresas tienen presencia en el Valle de Aburrá (HogarU, Casalimpia y Chepe&Pepe) De ellos sólo 3 tienen presencia en el Valle de Aburrá, sin embargo, no cuentan con una amplia zona de cobertura y los servicios son muy costosos. Con el análisis de la matriz DOFA y el modelo Canvas de cada una de estas empresas se logró evidenciar las principales fortalezas y debilidades de la competencia, mediante el desarrollo de una estrategia competitiva para la empresa Cleaning, se busca mejorar la zona de cobertura hasta un 100% del Valle de Aburrá, incluyendo el perímetro rural y urbano, mejorar la oferta de precios para la prestación del servicio y contar con capacitaciones permanentes al personal de limpieza que permitan formar equipos de trabajo especializados en su labor.
- Se determinó que para Cleaning existe un mercado potencial en el Valle de Aburrá enfocado en los hogares de clase media y alta, reflejado en los resultados obtenidos de la encuesta realizada a 166 hogares, la cual permitió identificar que las principales necesidades de estos hogares en términos de aseo corresponden a una limpieza básica como: barrer, trapear y remover el polvo, limpieza de vidrio, de baños y organización de armarios, juguetes, herramientas, etc., servicios que se encuentran incluidos dentro del portafolio de la empresa.
- Por medio del análisis de las ventajas y desventajas de la competencia, se pudo observar que era necesario contar con una estrategia comercial para una entrada fuerte en los hogares del Valle de Aburrá y en la atención a segmentos descubiertos de la competencia. La estrategia planteada se basa además en ofrecer horarios flexibles, contar con un amplio programa de capacitaciones al personal, plantear un portafolio de servicios con precios

competitivos que permitan un buen posicionamiento y atracción de clientes nuevos que aún no están familiarizados con el uso de aplicaciones móviles para contratar estos servicios.

- El estudio de viabilidad de esta empresa incluyó un análisis tanto técnico como financiero, incluyendo además una matriz de riesgos para la prestación de este tipo de servicios y el análisis de medidas necesarias para mitigarlos. La evaluación financiera mostro que se requiere una inversión inicial de \$110.774.000 y los principales indicadores financieros obtenidos fueron de VPN \$121.864.158, TIR 37,92%, PRI 2 años, mostrando valores favorables para la empresa y atractivos, pues la empresa muestra en un flujo evaluado a 5 años un VPN superior a 0, una TIR que supera el 10% esperado por los inversionistas y un corto periodo para recuperar el monto de la inversión inicial.
- Además de que el proyecto es financieramente viable debido a que presenta un escenario positivo para la inversión, lo que indica que es rentable y está en función de la demanda, en el estudio de mercado y en las encuestas se encuentro un nuevo nicho de mercado a raíz de la necesidad de aumentar las medidas de limpieza y desinfección en los hogares producto de la pandemia generada por el Covid19, ya que gran parte de este publico no contrataba dicho servicio y no cuenta con los insumos necesarios para una adecuada desinfección.

5.2 Recomendaciones

- Para cumplir con la mejora de precios competitivos, se recomienda buscar aliados estratégicos para la adquisición de insumos, de maquinaria y que deseen apoyar la generación de empleo formal a madres cabeza de hogar o desplazadas por la violencia de manera que se puedan plantear ofertas promocionales y paquetes de servicio, con ello se logran ofrecer a los clientes valores inferiores a los de la competencia, además cumplir el propósito social de la formalización del trabajo e inclusión de un grupo poblacional vulnerable.
- Generar un mecanismo de comunicación con el cliente que permita identificar y retroalimentar el proceso de la prestación del servicio, con el cual se encuentren aquellos potenciales servicios que aun no están incluidos en el portafolio, pero que la demanda los requiere y de esta manera continuar innovando en el medio y satisfaciendo las necesidades del mercado.
- Se debe tener en cuenta que para lograr una entrada al mercado el cronograma de implementación de estrategias debe ejecutarse en un 100 % antes de entrar en operación ya que estos son los pasos para que Cleaning pueda tener una fuerte consolidación en el mercado a través de la selección y formación de los apoyos de limpieza, de un trabajo de publicidad y mercadeo, costos competitivos, innovación en herramientas de trabajo y horarios que se ajusten a la necesidad que tiene el cliente.
- La empresa se debe focalizar en generar su oferta de valor por medio de la aplicación móvil actualizada y proporcionar un diseño amigable con el usuario que les permita

seleccionar tanto los servicios a contratar, como el horario y el medio de pago, para así programar servicios de manera ágil y rápida, con calidad y a la medida de los clientes.

- Se considera de suma importancia realizar seguimiento periódico a las estimaciones financieras y costos operativos de la empresa, además realizar una actualización del flujo de caja libre con los estados de resultados a final de cada año, para identificar desviaciones y realizar ajustes de manera oportuna, de esta manera se evitará caer en un déficit financiero que no se pueda revertir.

Referencias

- Arévalo, C. (2011). *Proyecto para la prestación de servicios de limpieza en hogares del sector norte de la ciudad de Quito*. Quito.
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Bogotá.
- Barrera, D. (2019). Evolución normativa del trabajo doméstico en Colombia. *Universidad Católica de Colombia*.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2019). *Perfiles socio económicos de las Subregiones de Antioquia*. Medellín: Tragaluz editores S.A.S.
- Carazo, J. (2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/>
- Castro, R. (2009). Las trabajadoras domésticas: Aproximaciones cuantitativas y cualitativas a su realidad social y jurídica en Venezuela. *Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas*, 463 - 502.
- Contxto. (2019). *Contxto*. Obtenido de <https://www.contxto.com/es/argentina-es/13-startups-latinoamericanas-con-plataformas-de-limpieza-eficientes/>
- Corte Constitucional. (2016). *Ley 1788*. Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. (2007). *Sentencia C-310*. Bogotá.
- Corte Constitucional de Colombia. (2019). *Sentencia C-372*. Bogotá.
- DANE. (2006). *Manual de conceptos básicos y de recolección. Gran encuesta integrada de hogares etapa 0609*. Bogotá.
- Ejemplos. (2019). *Ejemplos*. Obtenido de <https://www.ejemplos.co/20-ejemplos-de-trabajo-formal-e-informal/#ixzz6VOIiUJ00>
- El Colombiano. (2020). Que la Covid motive a formalizar las empleadas domésticas. *El Colombiano*.
- El Tiempo. (1996). *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-512785#:~:text=Hay%20que%20cambiar%20la%20idea,trabajo%20est%C3%A1n%20deseando%20esas%20labores.>
- El Tiempo. (2018). Corte ordena reconocer "pensión sancion" a empleada doméstica. *El Tiempo*.
- Guataquí, J. C. (2001). La incidencia del contrato de trabajo en el mercado laboral Colombiano. *Revista de Economía del Rosario*.
- HogarU. (2019). <http://blog.hogaru.com/>. Obtenido de <http://blog.hogaru.com/impacto-del-trabajo-domestico-informal-en-la-economia-colombiana/>
- IDDI. (2015). *Metodología evaluación de riesgos proyectos*. Santo Domingo.
- La República. (2019). *La Republica*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/internet-economy/chepe-pepe-atendera-15-ciudades-y-completara-35000-servicios-este-ano-2876751>
- La República. (2019). *La República*. Obtenido de <https://www.larepublica.co/infraestructura/conozca-cinco-aplicaciones-que-le-ayudan-a-reparar-y-asear-su-hogar-2897117>
- Limpieza Sil. (2019). *Limpieza Sil*. Obtenido de <https://limpiezasil.com/servicios-limpieza-sus-caracteristicas-y-definiciones/>

- Matriz FODA. (2020). *Matriz FODA*. Obtenido de <https://www.matrizfoda.com/>
- Mavila, D., & Polar, E. (2005). Flujo de caja y tasa de corte para la evaluación de proyectos de inversión. *Industrial Data*.
- Medina, D. (2006). *Elaboración y documentación del programa de limpieza y desinfección de los laboratorios del departamento de microbiología de la Pontificia Universidad Javeriana*. Bogotá.
- Ministerio de Trabajo. (2018). *Contratación de servicio doméstico. Pagos a realizar. Terminación del contrato*. Bogotá.
- Montenegro, M. (2014). *Diseño no experimentales de investigación*. Quito.
- OBS Business School. (2020). *OBS Business School*. Obtenido de <https://obsbusiness.school/es/blog-project-management/causas-de-fracaso-de-un-proyecto/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-como-y-por-que-llevarlo-cabo>
- OIT. (2011). *Convenio sobre las trabajadoras y los trabajadores domésticos num 189*. Ginebra.
- OIT. (2016). *Políticas de formalización del trabajo doméstico remunerado en América Latina y el Caribe*. Lima.
- ONU. (2020). *Trabajadoras remuneradas del hogar en América Latina y el Caribe frente a la crisis del Covid 19*.
- Portafolio. (2019). El 96% de los empleados domésticos en Colombia son mujeres. *Portafolio*.
- Portafolio. (2020). Casalimpia entra en el negocio del servicio de limpieza por días en casas. *Portafolio*.
- Presidencia de la República. (1998). *Decreto 824 - Artículo 1*. Bogotá.
- Productos ecológicos. (2012). *Productos ecológicos*. Obtenido de <https://productosecológicosnaturales.wordpress.com/2012/09/23/productos-de-limpieza-ecologicos>
- PST Colombia. (2017). *PST Colombia*. Obtenido de <https://www.magazine.pstcolombia.org/>
- Ríos, J. (2011). *Creación de la empresa "Cemajo S.A." dedicada a dar servicios de limpieza a Empresas de Guayaquil*. Guayaquil.
- S Taylor, R. B. (2000). *Introducción a los métodos cualitativos*. Paidós.
- ServiSoft Corp. (2010). *ServiSoft Corp*. Obtenido de <https://servisoftcorp.com/>
- Sierra Cadavid, M.E., Álzate Ortiz, F.A. & Rivera Franco J.E.(2019). Gerencia y aprendizaje organizacional en el contexto de la educación. *Revista Paradigma*, 264-278.
- Trabajadoras domésticas . (2020). *Trabajadoras domésticas* . Obtenido de <https://www.trabajadorasdomesticas.org/empleadas-xm-domesticas-xm/que-es-una-empleada-domestica.html>
- Tuoza, R. (2019). *RobertoTuoza.com*. Obtenido de <https://robertotouza.com/>

Apéndices

Apéndice A: Encuesta para la adquisición de servicios de limpieza especializado en el hogar (1-174).xlsx



ENCUESTA PARA LA
ADQUISICIÓN DE SE

Apéndice B: Caracterizacion_Riesgos.xlsx



Caracterizacion_Rie
sgos.xlsx

Apéndice C: Flujo de caja servicio de limpieza.xls



Flujo de caja
servicio de limpieza