

**Facultad de Ciencia Económicas y  
Administrativas**

**Freddy Arbey Córdoba Preciado**

**Sofía Pérez Bautista**

**Administración de Empresas**



Estudio de Factibilidad para la  
prestación de Servicios  
complementarios en unidades  
residenciales en el municipio  
de Jamundí Valle del Cauca.



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRESTACION DE SERVICIOS  
COMPLEMENTARIOS EN UNIDADES RESIDENCIALES EN EL MUNICIPIO DE  
JAMUNDI VALLE DEL CAUCA.**

**FREDDY ARBEY CÓRDOBA PRECIADO**

**SOFIA PEREZ BAUTISTA**

**UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO**

**TRABAJO DE GRADO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**SANTIAGO DE CALI**

**2020**

Estudio de factibilidad para la prestación de servicios complementarios en unidades residenciales  
en el municipio de Jamundí Valle del Cauca

Freddy Arbey Córdoba Preciado

Sofía Pérez Bautista

Tutor

María Alicia Martínez Herrera

Magister en Gestión Empresarial

Universidad Antonio Nariño

Trabajo de grado

Facultad de Administración de Empresas

Santiago de Cali

2020

## Contenido de gráficas

Grafica 1. Distribución de Jamundí por extensión territorial y área de residencia .....	13
Grafica 2. Mapa 1 Jamundí En El Valle Del Cauca.....	13
Grafica 3. Proceso de la evaluación de proyectos. ....	21
Grafica 4. Fases de la Investigación.....	26
Grafica 5. Variación Nominal y del personal ocupado total, según subsector de servicios.....	31
Grafica 6. Número de empresas nuevas y renovadas Cámara de Comercio de Cali, Por Municipio .....	32
Grafica 7. Diamante de Porter.....	36
Grafica 8. Benchmarking Competitivo para el Sector de Aseo y Mantenimiento. ....	38
Grafica 9. Fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población. ....	40
Grafica 10. Aplicación de la fórmula para calcular el tamaño de la muestra para el municipio de Jamundí con una población de 88 unidades Residenciales. ....	41
Grafica 11. : La Unidad Residencial En Donde Usted Labora Consta De Cuantos Apartamentos	42
Grafica 12. Cuantas Personas se necesitan en el Servicio de Aseo en las Unidades Residenciales? .....	42
Grafica 13. Cómo Se Efectúan Las Tareas De Limpieza.....	43
Grafica 14. De Los Sigüientes Servicios Especializados Cual Es De Más Relevancia Para Su Empresa.....	44
Grafica 15.Cuál Es La Compañía De Aseo Y Mantenimiento Que Usted Recuerda Primero ....	45
Grafica 16. Qué aspectos considera importante al momento de contratar una empresa de servicios de aseo y mantenimiento generales .....	46
Grafica 17. Generalmente Porque Medio Conoce La Empresa De Servicio Con Las Que Contrata .....	47
Grafica 18. En Relación A Los Precios Que Maneja El Mercado Indique En Que Rango De Precio Se Encuentra La Empresa Que Está Contratada En Su Lugar De Trabajo En Cuanto Al Servicio De Aseo, Limpieza Y Mantenimiento.....	48
Grafica 19. Su Empresa Ha Contratado Servicios Generales De Aseo Y Mantenimiento De Forma .....	49

Grafica 20. Materiales y Suministros.....	52
Grafica 21. Flujograma del proceso de los servicios de Mantenimiento .....	55
Grafica 22. Proveedores de Insumos de Limpieza.....	57
Grafica 23. Distribución de la Planta y oficinas.....	58
Grafica 24 : Matriz DOFA .....	63
Grafica 25. Organigrama De La Empresa.....	65
Grafica 26. Proyección Total De Unidades Residenciales Primer Año.....	74
Grafica 27. Proyección Mensual de Ingresos en el año 2021 .....	74
Grafica 28. Proyección de Ingresos por servicios de aseo por Año. (Veces en el año).....	75
Grafica 29. Resumen Histórico de IPC año, 2012 hasta 2019 .....	75
Grafica 30. Proyección de Compras primer año de operación.....	78
Grafica 31. Indicadores de Rentabilidad .....	86
Grafica 32. Histórico de Tasas para créditos de consumos y ordinarios.....	88

## Contenido de tabla

Tabla 1. Segmentación de Clientes potenciales de acuerdo a su actividad económica .....	34
Tabla 2. Mercado Objetivo en Empresa Públicas y Privadas .....	35
Tabla 3: Matriz de perfil Competitivo.....	37
Tabla 4. Cuadro Comparativo de Precios por Porcentajes según las empresas de servicios. ....	39
Tabla 5. Relación de equipos fundamentales y precio .....	53
Tabla 6. Descripción del Proceso de Servicio.....	54
Tabla 7. Elementos de oficina, los siguientes mobiliarios y elementos de oficina .....	59
Tabla 8. Cargos Administrativos en el primer año.....	66
Tabla 9: Nomina cargos administrativos y operativos .....	67
Tabla 10. . Cargos Operacionales y de Venta en el primer año .....	67
Tabla 11. Proyección de ventas.....	76
Tabla 12. Materiales e Insumos consumos por mes.....	77
Tabla 13. Plan De Compras A Un Año.....	78
Tabla 14. Gastos Operacionales a 5 años .....	79
Tabla 15. Presupuestos de Cobranzas y Pagos.....	79
Tabla 16: Proyección de los cobros a 5 años .....	80
Tabla 17: Proyección de los pagos a 5 años.....	80
Tabla 18. Detalle de inversiones en Bienes de uso y capital de trabajo.....	81
Tabla 19. Punto De Equilibrio Económico .....	82
Tabla 20. Estado de Resultado Proyectado 2021-2025.....	83
Tabla 21. Flujo de Fondos Proyectado a 5 años.....	84
Tabla 22. Estado de situación Financiera proyectada a 5 años .....	85
Tabla 23. Evaluación Del Proyecto- Proyección A 5 Años .....	87

## CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>1. ESTUDIOS PRELIMINARES .....</b>	<b>7</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.1.1 Antecedentes .....	7
1.1.2 Descripción del problema.....	9
1.1.3 Pregunta de investigación.....	10
1.1.4 Sistematización .....	10
1.2 OBJETIVO DEL PROYECTO.....	12
1.2.1 Objetivo general.....	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 MARCO REFERENCIAL .....	12
1.3.1 Marco contextual .....	12
1.3.2 Marco teórico y conceptual .....	17
1.3.2.1 Proyecto de inversión. ....	19
1.3.3 Marco legal.....	23
1.4 METODOLOGÍA.....	25
1.4.1 Definición y justificación del tipo de estudio.....	25
1.4.2 Fuentes de información de la investigación .....	25
1.4.3 Fases de la investigación.....	26
1.5 JUSTIFICACIÓN .....	28
<b>2. ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>30</b>
2.1. MERCADO .....	30
2.1.1. <i>Análisis del sector</i> .....	30
2.1.2. <i>Análisis y estudio del mercado</i> .....	33
2.1.3 <i>Análisis de la competencia</i> .....	36
2.1.4 <i>Estudio de precios</i> .....	39
2.1.5 <i>Investigación del mercado potencial</i> . ....	39

<b>3.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO Y AMBIENTAL.....</b>	<b>51</b>
3.1.	FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO .....	51
3.1.1	<i>Denominación del servicio</i> .....	51
3.1.2	<i>Denominación técnica del servicio</i> .....	51
3.1.3	<i>Materiales y suministros</i> .....	51
3.1.4	<i>Actividades principales</i> .....	52
3.1.5	<i>Descripción del proceso</i> .....	53
3.2	PROVEEDORES .....	56
3.3	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA, EQUIPOS Y ENSERES .....	58
3.4	ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL .....	59
<b>4</b>	<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>61</b>
4.1	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	61
4.1.1	<i>Misión</i> .....	61
4.1.2	<i>Visión</i> .....	62
4.1.3	<i>Valores</i> .....	62
4.2	MATRIZ DOFA .....	63
4.3	ORGANIGRAMA VERTICAL .....	64
4.4	ASPECTOS LEGALES.....	65
4.4.1	<i>Estructura jurídica y tipo de sociedad</i> .....	65
4.4.2	<i>Otros aspectos legales</i> .....	66
4.4.3	<i>Costos administrativos</i> .....	66
4.5	PERFILES Y CARGOS .....	68
4.5.1	<i>Personal administrativo perfil del gerente</i> .....	68
4.5.2	<i>Perfil auxiliar contable</i> .....	68
4.5.3	<i>Perfil de la secretaria</i> .....	69
4.5.4	<i>Perfil auxiliar de servicios de aseo domésticos</i> .....	70
4.5.5	<i>Perfil del coordinador de servicios</i> .....	70
4.5.6	<i>Perfil de supervisor</i> .....	71
<b>5.</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>73</b>



5.1 PROYECCIONES FINANCIERAS.....	73
5.2 PRESUPUESTO DE VENTA .....	73
5.3 PRESUPUESTO DE COMPRA .....	76
5.4 PRESUPUESTO DE GASTOS .....	78
5.5 POLÍTICAS DE CARTERA Y CUENTAS POR PAGAR.....	79
5.6 INVERSIONES.....	81
<b>5.1.2. Punto de equilibrio</b> .....	81
<b>5.1.3. Estado de resultados</b> .....	82
<b>5.1.4. Flujo de fondos</b> .....	83
<b>5.1.5. Estado de situación financiera</b> .....	84
<b>5.1.6. Indicadores de rentabilidad.</b> .....	86
<b>5.2. Conclusiones financieras</b> .....	88
6. CONCLUSIONES .....	90
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>92</b>

## **Resumen**

En este estudio de factibilidad, se presenta un análisis para prestar servicios complementarios en unidades residenciales en la ciudad de Jamundí, aprovechando el aumento del sector residencial en este municipio.

El propósito de este estudio es evaluar la posibilidad de crear una empresa que preste servicios de aseo en las unidades residenciales, beneficiándose de esta propuesta de valor los administradores de las unidades, como a sus residentes; El estudio expone que la empresa se localizaría en el mismo municipio otorgando la posibilidad de contratar proveedores y colaboradores de la misma municipalidad para así aportar bienestar económico a la región.

Proporcionando al cliente confianza y garantía en la contratación del trabajo realizado.

En el estudio de mercado, se analizó el sector y la competencia, se comprobó que los servicios complementarios ofertados como el servicio de aseo y mantenimiento que se caracteriza por la limpieza y desinfección de áreas administrativas, comerciales e industriales.

En el municipio se hacen con empresa foráneas, por lo tanto en el estudio organizacional se establece que para estas tareas de limpieza se contara con el personal idóneo de la región, capacitado y dotado de toda la indumentaria necesaria para garantizar la seguridad e higiene adecuadas.

En evaluación económica, se obtuvo de las proyecciones financieras, varias variables negativas, desde que inicia el funcionamiento del proyecto, y siguen así pasado los 5 años de proyección a parte que el proyecto requiere de una inversión inicial de \$ 92.957.780, de los cuales el 100% se financiara con recursos propios de los inversionistas. Al evaluar toda esta información financiera, de este estudio de factibilidad y obteniendo estos resultados, se determina que no es factible que se realice este proyecto

## **Palabras Claves**

Factibilidad, Servicios, Complementarios, Mantenimiento, Outsourcing

## **Summary**

In this feasibility study, an analysis is presented to provide complementary services in residential units in the city of Jamundí, taking advantage of the increase in the residential sector in this municipality.

The purpose of this study is to evaluate the possibility of creating a company that provides cleaning services in residential units, benefiting from this value proposition the administrators of the units, as well as their residents; The study states that the company would be located in the same municipality, granting the possibility of contracting suppliers and collaborators from the same municipality in order to contribute economic well-being to the region. Providing the client with confidence and guarantee in the hiring of the work carried out.

In the market study, the sector and the competition were analyzed; it was found that the complementary services offered such as the cleaning and maintenance service characterized by the cleaning and disinfection of administrative, commercial and industrial areas. In the municipality they are made with foreign companies, therefore in the organizational study it is established that for these cleaning tasks there will be the appropriate personnel from the region, trained and equipped with all the necessary clothing to guarantee adequate safety and hygiene.

In the economic evaluation, several negative variables were obtained from the financial projections, since the project started, and the 5-year projection has continued, apart from the fact that the project requires an initial investment of \$ 92,957,780, of which 100% of which will be financed with the investors' own resources. Upon evaluating all this financial information, from

this feasibility study and obtaining these results, it is determined that it is not feasible for this project to be carried out.

### **Keywords**

Feasibility, Services, Complementary, Maintenance, Outsourcing,

## **Introducción**

El presente trabajo demostrará la Factibilidad para la creación de una empresa que brinde servicios generales de aseo y mantenimiento en la ciudad de Jamundí.

Este estudio de Factibilidad servirá como pauta en la toma de decisiones para evaluar el proyecto de creación de empresa, con esta herramienta se identificarán las posibilidades de éxito o fracaso de la inversión, se podrá decidir si se procede o no a la implementación.

Por lo tanto, en el siguiente Estudio de Factibilidad presento a través de diversos estudios el paso a paso a seguir para crear una empresa de aseo y mantenimiento, iniciando con los estudios preliminares en donde se presenta la identificación del problema y su descripción. En este estudio preliminar se desarrolla los objetivos del proyecto para la factibilidad del mismo se plantea un marco teórico como base y guía del proyecto se identifican los objetivos claves como el estudio de mercado en donde se hace el análisis del sector y del mercado potencial se comprende la competencia y se desarrolla la investigación del mercado necesaria para el desarrollo del mismo, se identifica el estudio técnico y ambiental esencial y necesario en el cual se describe los procesos del servicio que plantea el proyecto. De este estudio ambiental se reconoce las leyes que rigen para el territorio nacional y de esta forma cumplir con la normativa medio ambiental vigente.

Se planteó el estudio organizacional del modelo óptimo en el cual el proyecto es factible para dar inicio actividades, conociendo de ante mano su estructura legal y social. Por último, el estudio financiero mostró las proyecciones presupuestales y financieras basadas en los estudios anteriores de mercado, técnico y organizacional aplicados al sector de los servicios, estas proyecciones financieras determinaron la factibilidad económica y financiera del proyecto, las inversiones requeridas para su desarrollo y punto de equilibrio al cual se debe llegar.

## 1. Estudios preliminares

### 1.1 Planteamiento del problema

#### 1.1.1 Antecedentes

En 1980 se inició una práctica de subcontratación en Estados Unidos y los países del Reino Unido que posteriormente se amplió al resto del mundo. En un principio, la subcontratación se hizo en funciones y actividades de mantenimiento simples y posteriormente convirtió en una industria integral, que ha sido visto por otras empresas como un mecanismo concluyente de la estrategia de negocios de una organización (ISS, 2019).

En este sentido, el outsourcing en estos últimos años se ha transformado en una herramienta que ha marcado innovaciones incluso en el sector empresarial, esto ha transformado las labores organizacionales; Colombia también ha tenido esta evolución con el surgimiento de diversas compañías que buscan facilitar el desarrollo de sus negocios, tercerizando procesos, procedimientos y funciones. La industria ha innovado con los servicios tercerizados *Business Process Outsourcing and Offshoring (BPO & O)* que traducido significa “Externalización de Procesos de Negocio o Deslocalización”, se propone mejorar la dirección estratégica y la competitividad de las organizaciones al fortalecer la calidad de sus procesos de negocios y generando ventajas competitivas.

Es por eso que la industria del *BPO & O.*, ha marcado una transformación productiva en los procesos industriales del País. El Valle del Cauca, ha tenido una dinámica creciente de esta industria desde 1990 hasta 2016 en el sector servicios; el cual tuvo un aumento de su participación en Colombia (de 50,8% a 64,2%); de los cuales el 12,8% son de servicios empresariales de Tercerización. (Cali, Camara de Comercio de, 2017).

Por otro lado, las empresas de servicios de aseo en el Valle del Cauca, surgieron a raíz de la industria manufacturera de productos como el jabón de piso, de alfombras y muebles entre otros, los clientes de estas empresas generaron dudas constantes sobre el uso de los mismos. (Redaccion El Tiempo, 1996).

Según la (Redaccion El Tiempo, 1996). Las dudas generadas en el uso correcto de los productos de aseo, facilitaron el inicio a la creación de empresas especializadas en los temas de servicios de aseo generales y de mantenimiento en unidades residenciales, edificios, oficinas, empresas públicas y privadas, hasta abarcar todos los inmueble donde solicitaban no solo un servicio ocasional sino también de forma permanente. Adicionalmente, estas empresas como valor agregado administran el proceso de contratación librando a la organización el tener que contratar a un operario de aseo cubriendo en totalidad la exigencia de esta.

Ahora bien, el municipio de Jamundí presenta un mejoramiento en todo su entorno, ya que, es epicentro del proyecto de zona franca de servicios, conocido como el más grande de Colombia, llamado Zonamérica, un parque de negocios de 38 hectáreas que regirá como Zona Franca, el cual está ubicado en la vía Cali-Jamundí, se encuentra dentro del clúster universitario con más de 55.000 estudiantes, y cuenta con la proyección de 173.000 metros cuadrados para construcción. (El País, 2014).

También cabe destacar que el informe de la jurisdicción de la Cámara de Comercio de Cali del año 2017, que comprende los municipios de Cali, Dagua, Jamundí, La Cumbre, Vijes y Yumbo, indica que se registraron 17.234 empresas nuevas el año pasado, de las cuales, Jamundí tiene 43,7% y Cali 15,2% (Gonzalez, 2017).

En este momento el municipio de Jamundí, presenta como factor clave la disponibilidad de suelo para la construcción de vivienda a precios favorables en los cuales la alcaldía del municipio tiene 30 solicitudes para construir vivienda para estratos 4 y 5. En donde las ventas de vivienda nueva se han multiplicado por cinco. También se destaca la ubicación geográfica de Jamundí, por el hecho de pertenecer al área metropolitana de la ciudad de Cali y por estar tan cerca del norte de Cauca. (El Tiempo Cali, 2014).

La creciente población del municipio exige que el área urbana de Jamundí se transforme y mejore su infraestructura con el fin de lograr estar a la par de las nuevas urbanizaciones que han suplido la necesidad de vivienda a los nuevos pobladores del municipio. Por lo tanto, este crecimiento en el tema habitacional, es sumamente valioso dado que las unidades residenciales



que se están construyendo van a necesitar el servicio de aseo y mantenimiento de sus instalaciones.

### 1.1.2 Descripción del problema

Jamundí está desarrollando obras de infraestructura que tienen gran incidencia en su crecimiento, consolidándose como el sector inmobiliario con mayor inversión en la actualidad. Por un lado, están todos los proyectos de urbanización que se viene ejecutando, el comercio, la oferta educativa y las obras viales se necesitan con el fin de suplir la necesidad de proporcionar mejores vías para una movilidad más segura y cómoda. Por otra parte, el diseño y construcción de casas, conjuntos residenciales y apartamentos en Jamundí ha evolucionado presentando ahora proyectos de vivienda cada vez más modernos y a la vanguardia. (El País, 2019).

También se resalta que Jamundí es un municipio en donde la industria está presente con la existencia de fábricas como Tecno químicas, Productos Químicos Panamericanos, Arrocería la Esmeralda, Laboratorios Biológico entre otras, como también supermercados como: El Supermercado Comfandi, el Supermercado La 14 de alfaguara, el Autoservicio Caribe, , la Gran Colombia, El Competidor y SúperInter, que pertenece a la cadena Éxito y muchos almacenes de comercio de ropa, electrodomésticos, calzado, artículos misceláneos, entre otros, que contribuyen al beneficio económico del municipio. En la actualidad este crecimiento habitacional, industrial y comercial, ofrece oportunidades de emprendimiento de servicios tercerizados en aseo y mantenimiento los cuales requieren ser evaluadas. (El País, 2019).

Actualmente en Jamundí, no existe una compañía de limpieza que brinde un servicio integral y especializado, para las empresas, unidades residenciales, locales comerciales y los hogares, que pueda contar con tecnología apropiada, a costos razonables y tiempos mínimos de servicios.

Es por ello que los servicios tercerizados, que son reconocidos incluso como una estrategia empresarial que no solo es aplicable para las grandes empresas (Fórneas Carro, 2008), se convierte en una herramienta esencial para aprovechar la oportunidad y necesidad de servicios especializados de aseo y mantenimiento.

Por lo tanto, se requiere llevar a cabo un estudio de factibilidad para crear una Empresa de servicios generales de aseo y mantenimiento en el municipio de Jamundí, que cubra todas las necesidades del mercado en este sector.

### 1.1.3 Pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores, variables o dinámicas del mercado, técnicas, organizacionales, financieras, y legales que determina la factibilidad de la idea de negocio?

### 1.1.4 Sistematización

#### **Aspectos de Mercadeo**

- ¿Cuál es el tamaño del mercado y donde estará ubicado?
- ¿Cuáles son las necesidades del mercado y cuáles son sus hábitos?
- ¿Qué empresas del sector ofrecen el mismo servicio que lo puedan sustituir?
- ¿Cuáles son las principales debilidades y fortalezas del servicio?
- ¿Cuales son las estrategias del mercado (¿comunicación, canales, clientes, y costos, que se van a seguir?
- ¿Qué desarrollo se puede proyectar para los próximos 5 años de operación?

#### **Aspectos Técnicos**

- ¿Qué requerimiento son necesarios en mano de obra, tecnología, materias primas, transporte, insumos y distribución?
- ¿Qué tipo de vigilancia se va a tener en cuenta para medir y controlar la calidad del servicio ofertado?

#### **Aspectos Administrativos**

- ¿Cuál va hacer el direccionamiento estrategico organizacional aplicable para la empresa?, (Misión, Visión, Valores, y Principios)
- ¿Cuál será la diagnostico y evaluación que arrojará el DOFA del poyecto?

- ¿Cuál podría ser la estructura organizacional mas adecuada para la empresa, en la mano de obra que contratos se manejaran y cuales funciones desempeñara cada cargo?

### **Aspectos Legales**

- ¿Qué tipo de sociedad legal se puede constituir?
- ¿Qué tipo de trámites legales se necesitan para desarrollar la empresa?

### **Aspectos Económicos**

- ¿Cuál será la inversión requerida para iniciar el proyecto? y ¿Con que medios serán financiado?
- ¿Cuáles son los costos preoperativos, los costos fijos, los variables, a tener en cuenta?
- ¿Cuánto será el capital necesario durante los primeros 5 años del proyecto?
- ¿Cuál será el margen de contribución y cual seria la cantidad de servicios necesarios, para llegar al punto de equilibrio?
- ¿Cuál será el presupuesto de ingresos esperado?

### **Aspectos Financieros**

- ¿Cuál es el flujo de caja de las operaciones correspondientes a los cinco años de horizonte del proyecto?
- ¿Cuáles son las proyecciones de los estados de situación financiera, del estado de resultados y los flujos de caja?
- ¿Cuáles indicadores demostrarían la factibilidad del proyecto?
- ¿Cuál sera el valor del presente neto y cual sera la tasa interna de retorno del inversionista? Y asi Demostrar ¿Es factible el proyecto?

## **1.2 Objetivo del proyecto**

### 1.2.1 Objetivo general

Realizar un estudio de demuestre la factibilidad para la prestación de servicios complementarios en unidades residenciales en el municipio de Jamundí.

### 1.2.2 Objetivos específicos

- Plasmar un estudio de mercado: investigación de mercado y el plan de mercadeo en cuanto a prestar un servicio de limpieza y aseo en la ciudad de Jamundí.
- Investigar los requerimientos técnicos, políticos legales, sociales y ambientales que determine el estudio de factibilidad.
- Realizar el estudio legal para saber qué tipo de sociedad legal se constituirá y porque, y conocer los trámites legales que se requieren.
- Realizar el estudio financiero detallando las operaciones proyectadas a 5 años, construyendo proyecciones del estado de situación financiera, como también el del estado de resultados y el flujo de caja.
- Realizar el estudio organizacional, para crear el direccionamiento estratégico y la estructura organizacional más adecuada para la empresa.

## **1.3 Marco referencial**

### 1.3.1 Marco contextual

#### *1.3.1.1 Municipio de Jamundí – Valle del Cauca*

Jamundí es un municipio en el sur del Valle del Cauca con una extensión territorial de 603 kilómetros cuadrados con una altura máxima de 4.200 metros sobre el nivel del mar. Posee climas variados, lo atraviesa la carretera 25, que también es conocida como la vía panamericana

que hacia el norte lo lleva a Santiago de Cali y al sur con el departamento del Cauca y Nariño. (Alcaldía Jamundí, 2019).

### 1.3.1.2 División político-administrativa y extensión territorial de Jamundí.

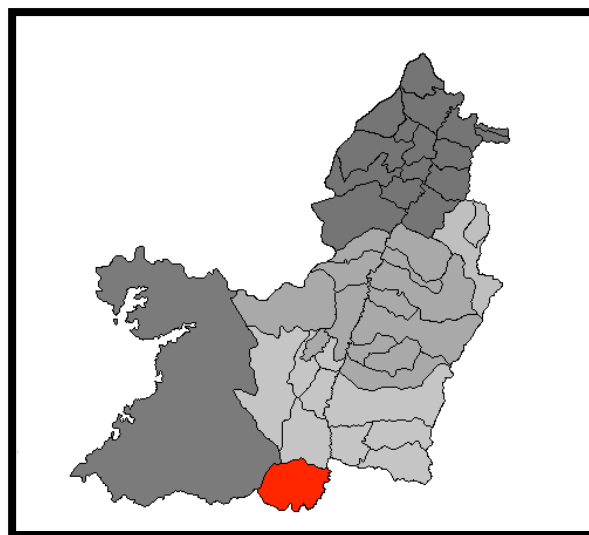
La población urbana que se encuentra distribuida en los 25 barrios, 32 urbanizaciones, 20 parcelaciones y 88 unidades residenciales, es de 75.948 habitantes que corresponde al 66.21% y la población rural, distribuida en 19 corregimientos y 104 veredas es de 38.759 habitantes lo que corresponde al 33.78 (Alcaldía Jamundí, 2019).

**Grafica 1. Distribución de Jamundí por extensión territorial y área de residencia**

Municipio	Extensión urbana		Extensión rural		Extensión total	
	Extensión	Porcentaje	Extensión	Porcentaje	Extensión	Porcentaje respecto al departamento
<b>Jamundí</b>	14,26km	2.3%	609km	98%	623km	2.61%

Fuente: Federación colombiana de municipios –DANE. Año 2016

**Grafica 2. Mapa 1 Jamundí En El Valle Del Cauca**



Fuente: instituto geográfico Agustín Codazzi. Año 2016

### *Gestión del riesgo.*

La posición geográfica de Jamundí lo expone a factores de riesgo, generalmente por cuestiones climáticas como inundaciones, deslizamientos de tierra y avalanchas. Además, la falla geológica que presenta el municipio produce serios daños en las carreteras. (Alcaldía Jamundí, 2019).

### *Naturales.*

Jamundí es un municipio con gran diversidad de fauna y flora, sin embargo, debido a la descontrolada actividad agropecuaria, ganadera y minera, y al creciente aumento del sector urbanístico y demográfico los recursos naturales han sufrido un gran deterioro. Estos recursos naturales se encuentran en las 13.200 hectáreas que pertenecen del Parque Nacional Natural Farallones de Cali (Alcaldía Jamundí, 2019).

### *Sociales.*

Lamentablemente el municipio se encuentra vulnerable a las acciones ilegales de varios grupos armados organizados como la guerrilla y los paramilitares, como también a la delincuencia común. (Alcaldía Jamundí, 2019).

### *Vías de Comunicación.*

El municipio tiene la malla vial pavimentada en gran parte, y esta conecta las cabeceras de los corregimientos con el municipio. La vía Cañasgordas y la vía Cali-Jamundí son las vías que conectan a Jamundí con la capital del departamento del Valle y con el sur del país (Alcaldía Jamundí, 2019).

### *Servicio De Transporte.*

El servicio de transporte Inter vereda es escaso e inadecuado pues la mayoría de su parque automotor está reformado sin tecnología calculada, exceden su capacidad de pasajeros y no

ofrecen la seguridad necesaria a los usuarios causando accidentes con gran número de víctimas. (Alcaldía Jamundí, 2019).

Para el transporte intermunicipal se usa el servicio de las empresas Transur y Montebello

Para desplazarse al Norte del Departamento del Cauca se puede acceder al servicio de transporte de la vía Jamundí-Cali para dirigirse al Sur del país. (Alcaldía Jamundí, 2019).

#### *Transporte Urbano.*

EL transporte urbano está a cargo de las empresas Montebello y Cooptransunidos, estas empresas cubren la ciudad con diferentes rutas. (Alcaldía Jamundí, 2019)

#### *Transporte Rural y Vereda.*

Para las zonas rurales, el servicio es prestado por las empresas Transur y Cooptransunidos que poseen rutas hacia los corregimientos, se articula también el sistema de camperos que llegan hasta los caseríos en la zona rural. (Alcaldía Jamundí, 2019)

#### *Estado del Arte*

En este apartado se muestra la revisión de trabajos e investigaciones similares al tema principal del presente documento.

En el documento, *“Estudio de la factibilidad para la creación de una empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira.”* De la universidad tecnológica de Pereira, realizado por Carlos Britto y Angie Hernández, este trabajo presenta un estudio de factibilidad, para analizar de crear una empresa enfocada a prestar servicios domésticos en la ciudad de Pereira. Surge debido al problema social y económico presente en la ciudad de Pereira debido a la dificultosa gestión para contratar personal doméstico de confianza. (Hernández García & Britto Cañas, 2016).

En el documento, *“Plan de negocio para crear una empresa de limpieza”* de la universidad Autónoma de Madrid, realizado por Silvia Mazzoli, donde enseña el paso a paso que se debe tener en cuenta al momento de la creación de una empresa de servicios generales Como aspectos a destacar relaciona que existen tres tipos de servicios de limpieza: limpieza general que

va dirigida especialmente a viviendas y a diferentes tipos de empresas. Limpiezas sectoriales específicas que se direccionan a empresas que solicitan servicios de aseo específicos y con clase de productos, procedimientos técnicos, personal y máquinas especializadas. Limpiezas técnicas especializadas que se enfocan en mantenimientos habituales específicos para el cielo raso, los tapetes, persianas fijas y móviles, y los ductos de aire acondicionado, entre otros. (Mazzoli, 2019)

También para Dallos N. & Vergara A. (2010) en su trabajo *“El Plan de Negocio Limpio”* en la Universidad de la Sabana, demostraron la Factibilidad de creación de una empresa que se dedique a prestar servicio de aseo en el hogar y obras civiles. Este proyecto surge de una necesidad de cada individuo de conservar su residencia en orden y aseada. Teniendo en cuenta la evaluación de factibilidad, contaron con tres escenarios; el primero denominado *“Condiciones normales del Proyecto”* el segundo se proyectó una disminución en las ventas de un 7%, 3,5 en venta de hogares y 3,5% en ventas de construcción. Y el tercer escenario se proyectó un incremento en los costos de un 13%, dados básicamente en el costo de los implementos de aseo, que es la variable más vulnerable a posibles cambios. Luego de realizar las evaluaciones correspondientes consideraron que se demostró la factibilidad del proyecto y recomienda que este proyecto se lleve a cabo.

Por otro lado, Espinosa A. & Velásquez L. (2011) en el Trabajo de grado plan de empresa *“Mantenimientos Inmobiliarios de Occidente SAS.”* de la universidad Icesi Cali, exhibe un estudio de factibilidad para la creación de una empresa que preste servicios de mantenimiento en conjuntos residenciales para la ciudad de Santiago de Cali. Su línea de servicios se clasifica en limpieza, jardinería y adecuaciones generales, a cargo de profesionales subcontratados. El estudio concluyó que los clientes potenciales (Unidades Residenciales), no cuentan con una empresa que les brinde un servicio general de mantenimiento; por lo que se planteó que la empresa maneje los servicios de mayor demanda: limpieza y jardinería pues en ellos recae la sostenibilidad financiera del negocio.

Otro caso a citar es el trabajo de grado de la Universidad de la Salle de Bogotá, de Amado O. & Chávez E. (2006) El proyecto propone una solución para incrementar el ofrecimiento de servicios de aseo, a cara de una demanda en desarrollo, por ello y mediante este estudio de Factibilidad se determinó que crear la empresa es factible desde el punto de vista del sector, como



de la parte técnica, administrativa, financiera y contable, invariablemente al cumplir con el paso a paso en cada parte del plan de negocio.

### 1.3.2 Marco teórico y conceptual

Según Germán Arboleda (2003) un proyecto nace como una respuesta efectiva a una idea, que pretende dar solución de una problemática y del aprovechamiento de una oportunidad, ya sea éste un negocio o una actividad personal. Para resumir, este sería el concepto desde el punto de vista teórico, pero desde la perspectiva del área de desarrollo profesional, pudieran colocarse elementos distintivos que no varían la esencia del proceso de planificación y evaluación un proyecto, pero que le dan un sentido distintivo.

Para Arboleda este proceso se basa en seis pasos fundamentales:

- **Generalidades de los proyectos:** consta de aspectos generales donde se representa su ciclo de desarrollo.
- **Formulación de proyectos:** Información y publicaciones sobre el tema de la organización.
- **Evaluación de proyectos:** Describe el análisis financiero y económico del proyecto.
- **Control de proyectos:** Sistema de calidad para el proyecto y cada una de sus fases.
- **Inflación y computadores:** Contempla la aplicación de los computadores en el análisis de los proyectos, manejo de la información numérica propia de la formulación de un proyecto y análisis de sensibilidad.
- **Evaluación de propuestas de inversión:** Presenta y detalla la forma de adelantar un análisis incremental que determine las mejores combinaciones de inversiones y técnicas de programación lineal. (Arboleda, 2003)

Uno de los modelos a seguir es el de Rodrigo Varela (2011) quien argumenta que el objetivo del estudio de factibilidad es proporcionar la información necesaria para desarrollar un proyecto a partir de las características que debe presentar con el único fin de cumplir las metas trazadas.

El estudio de factibilidad es más complejo que la pre-factibilidad puesto que analiza detalladamente las variables presentes en el mercado, las variables técnicas, financieras y legales y administrativas que constituyen la base para la planificación del proyecto y su futura ejecución. Además, el desarrollo del estudio de factibilidad puede ser considerado como un proyecto en sí mismo. (Valera, 2011).

Por otro lado, Albert Shapero (1985) manifiesta que la motivación de los emprendedores surge de las necesidades que generan las personas a través de sus experiencias diarias. Por ejemplo, muchas personas que crean empresas presentan condiciones de vida como haber sido despedidas, o también las mujeres víctimas de maltrato o personas frustradas en sus trabajos, hombres llamados a la reserva militar y que han visto su carrera interrumpida, personas en libertad condicional, entre otros (Shapero A. T., 1985).

Sin embargo, la diferencia entre quien logra crear una empresa y quién no, radica en la brecha que existe entre el anhelo y la acción se convierte en un objetivo a realizar mediante una acción planeada.

Por otra parte, Shapero (1985) describe que *“la decisión y crear una empresa es el resultado de dos percepciones: conveniencia o deseabilidad y factibilidad”*. Estas percepciones de conveniencia hacen referencia a los valores de la persona según la cultura, la sociedad, la economía, sus familiares, la educación que tenga, y las personas que lo hayan influenciado. Sí la cultura de una persona valora el rol del negociante, el emprendimiento, la iniciativa, independencia y toda acción o actividad referente a ello, es más probable que una persona logre crear empresa. Estados Unidos, por ejemplo, es uno de los países donde culturalmente se enseña y valora el emprendimiento por lo cual, es uno de los países que mayor tasa de creación de empresas tiene. Empero, Shapero también señala que la creación de empresas y el emprendimiento pueden suceder en regiones específicas de un país. (Shapero A. T., 1985).

La familia también juega un rol muy importante para la cultura del emprendedor, tiende a ser más probable que el hijo de un empresario, profesional o artesano cree su propia empresa a un hijo que ha vivido con padres que se identifican más con ser delegados. Sin embargo, también es

posible que, si la persona logra identificarse con profesores, mentores, figuras públicas y escritores, pueda surgir en la disposición para la creación de una empresa.

La factibilidad descrita por Shapero es como la fusión de conocimientos adquiridos, los recursos obtenidos, garantías de tener algo y la experiencia del tiempo, y todo esto es el producto de un negocio o de la educación. Es decir, generalmente los emprendedores crean su empresa en el sector en el cual ya han desarrollado actividades, además, si se ha trabajado en una empresa pequeña existe una comprensión total del negocio y por lo tanto es mayor preferencia a crear el propio. Por otro lado, el constante contacto con clientes y el acercamiento al mercado mejora y aumenta la percepción de factibilidad. Empero, ver como personas con similitudes a uno hacen ciertas cosas, influye e impacta mucho más a crear empresa que motivador que simplemente imaginarse poder hacerlo.

#### *1.3.2.1 Proyecto de inversión.*

Para Baca Urbina (2010) el proyecto de inversión es un plan que produce un producto o un servicio que será ventajoso para el individuo o para la humanidad si se logra asignar un monto capital y se proporcionan los recursos necesarios para el mismo. Además, debe existir una necesidad de dicho bien o servicio para que se invierta en su producción, es decir que las inversiones se hacen por el deseo de producir un producto o servicio para así obtener una utilidad económica.

Por ello, la inversión requiere una base que la justifique y que indique la pauta a seguir. Sin embargo, no está de más aclarar que el dinero invertido tiene un riesgo y que el cálculo de las ganancias futuras no dan garantía que las ganancias se capturen, como se proyectó y analizó, pues dependen de un contexto que presenta variables, inciertos y factores fortuitos que no se relacionan en el estudio, por no ser predecibles, y que logran incidir en la rentabilidad esperada y que proporcionen la estabilidad de la empresa.

Por lo anterior, un estudio de Factibilidad debe contar con la mayor cantidad de información posible basados en análisis de datos parciales, para proporcionar lo necesario en la toma de decisiones de inversión. (Baca Urbina, 2010).

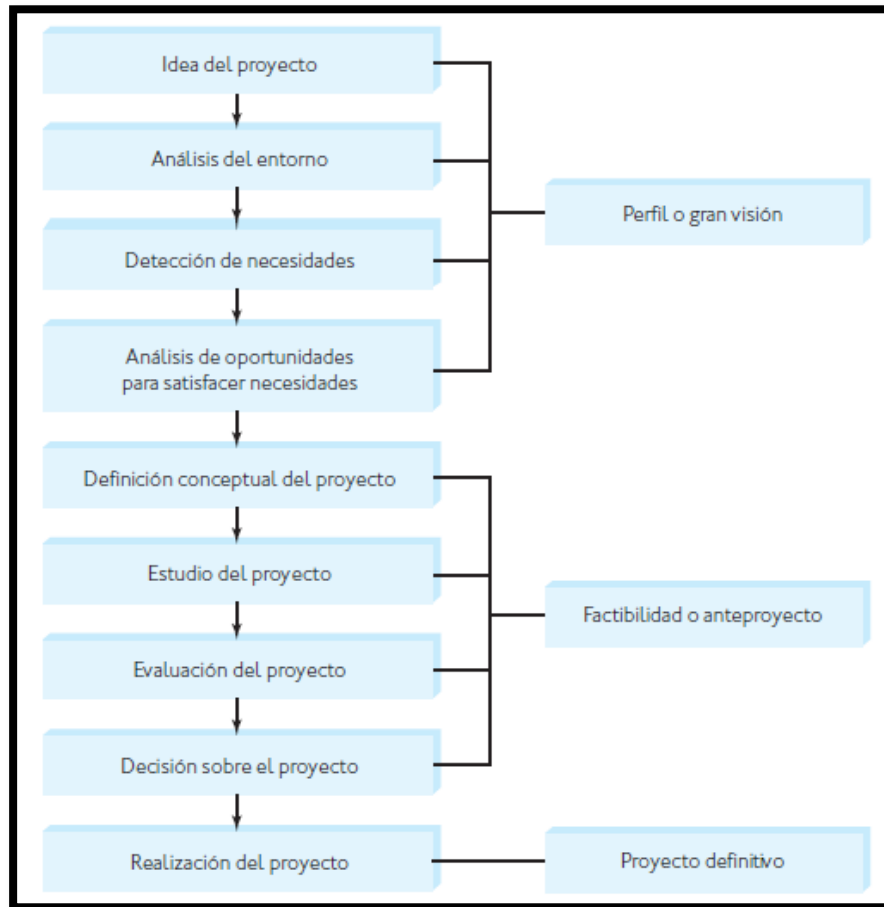
### *1.3.2.2 La evaluación de proyectos como un proceso.*

Para la evaluación de proyectos Baca Urbina, presenta tres niveles de profundidad:

- **El Perfil, identificación de una idea:** Se crea basado en la información recolectada, en la experiencia y la opinión, además, muestra los cálculos financieros de la inversión.
- **Estudio de la Pre-factibilidad:** Trata sobre todo en la investigación de mercado y presenta detalles sobre lo que se necesita para la ejecución del proyecto como la tecnología, la rentabilidad y los costos totales.
- **Proyecto definitivo:** Incluye la información del anteproyecto, y la ampliación detallada de otros factores como, ventas efectuadas, cotizaciones de la inversión, planos de diseño arquitectónicos, etc. (Baca Urbina, 2010).

La evaluación de proyectos empieza a partir de una idea que da paso a las etapas siguientes para su investigación, análisis que profundizan en dicha idea, la realización de la idea con el establecimiento físico del bien o servicio y la satisfacción la necesidad que dio inicio a la idea.

**Grafica 3. Proceso de la evaluación de proyectos.**



Fuente: Recuperado de Evaluación de Proyectos, de Urbina, G., 2010, p. 7, México D.F.:Mcgraw-Hill.

Es importante que el estudio de factibilidad se articule según condiciones económicas y sociales del contexto especificando sus objetivos, también se debe explicar el porqué de su creación, a quien beneficiará y qué problemática o necesidad específica solucionará (Baca Urbina, 2010).

Para realizar un estudio de factibilidad se deberán tener en cuenta:

- La existencia de un mercado potencial insatisfecho y que presente posibilidad operativa para la incursión del producto o servicio.

- Los recursos tecnológicos y los insumos necesarios para producirlo o desarrollarlo.
- La rentabilidad económica del producto o servicio.

#### **1.1.1.1. Estudio De Mercado.**

El estudio de mercado es el primer paso a seguir dentro de la investigación de factibilidad. Este estudio busca determinar y cuantificar la demanda y la oferta, presenta las observaciones de los precios y el desarrollo de la comercialización, para analizar la eventualidad o no de entrar en el mercado, el riesgo que se asume al hacerlo y la probabilidad de triunfo. Para ello, se recomienda recurrir a fuentes primarias pues garantizan una información más directa, con fiable y actualizada (Baca Urbina, 2010).

#### **1.1.1.2. Estudio Técnico**

Según Baca Urbina (2010) el estudio técnico consta de cuatro partes, el tamaño recomendable, la localización ideal, el Proyecto y su ingeniería y el estudio organizativo.

- El tamaño recomendable: Aunque determinar el tamaño es complejo, si se emplean las técnicas adecuadas podrá realizarse.
- la localización ideal: Tiene en cuenta los factores cuantitativos y cualitativos a través de un análisis integral, para un análisis más satisfactorio.
- el Proyecto y su ingeniería: Presenta los diversos procesos productivos opcionales, automatizados y los manuales que serán elegidos según la disponibilidad de capital.
- Estudio organizativo: Presenta la elección apropiada del personal, el manual de instrucciones y funciones. Por su importancia, se recomienda profundizar en ellos en cada una de la etapa del proyecto. (Baca Urbina, 2010).

#### **1.1.1.3. Estudio Económico**

El objetivo del estudio económico es organizar, sistematizar y presentar la información monetaria que proporcionan todas las primeras etapas para realizar los cuadros financieros que serán la base del análisis económico del proyecto. Para ello, se deben conocer el costo total y las inversiones iniciales que se extrae de los anteriores estudios, posteriormente se determina las depreciaciones y amortizaciones de esa inversión inicial. Como también calcular el costo total del

capital de trabajo, la TIR y el VPN que se pueden realizar con o sin financiamiento. Los flujos proceden del estado de resultados proyectados del tiempo que se seleccione. (Baca Urbina, 2010).

El financiamiento debe mostrar su funcionamiento y aplicación en el estado de resultados para poder elegir el más adecuado a partir del cálculo del pago de intereses y el pago del capital. Por otra parte, se debe calcular la cantidad mínima económica de producción o punto de equilibrio esperado (Baca Urbina, 2010).

#### **1.1.1.4. Evaluación Económica**

La evaluación económica hace referencia a los cálculos del valor del dinero en el tiempo transcurrido, conocidos como tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN). Son estos valores los que generan el mayor interés e impacto para definir si se desarrollará o no el proyecto. En esta evaluación las metodologías y los conceptos aplicados deben ser claros y concisos para los inversionistas. (Baca Urbina, 2010).

#### **1.1.1.5. Análisis Y Administración Del Riesgo**

Para Baca Urbina (2010) el estudio de factibilidad se debe tener en cuenta el análisis y administración del riesgo, y en este se presenta un enfoque totalmente nuevo sobre el riesgo. La evaluación del riesgo permite prever el riesgo presente frente a una situación futura como una economía inestable, una posible bancarrota a corto o a medianos plazos, caída del mercado, entre otras.

Lo que hace este análisis es cuantificar el riesgo y administrarlo con el fin de prevenir la pérdida de la inversión hecha al anticipar la situación para evitarla. Por último, en cualquier proyecto debe haber una conclusión general que exponga las bases cuantitativas que conllevan a tomar la decisión de invertir o no en el proyecto estudiado. (Baca Urbina, 2010).

### **1.3.3 Marco legal**

A continuación, se presentan las leyes que regulan las empresas de aseo y mantenimiento:

- ARTICULO 333 CPC 1991 el cual trata sobre la actividad económica y la iniciativa privada son libres.

- LEY 29 FEB 27 1990 sobre el sistema nacional de ciencias, tecnología e innovación en Colombia.
- LEY 232 DE 1995 trata sobre el permiso para la apertura del establecimiento comerciales.
- LEY 1429 DE 2010, tiene por objeto la formalización y generación de empleo.
- LEY 140 DE 1994, reglamenta la publicidad exterior visual en el territorio nacional.
- El Decreto 1713 de 2002 regula la prestación del servicio público de aseo y limpieza.
- Decreto Ley 2811 de 1974 y la Ley 99 de 1993 que regula la Gestión Integral de Residuos Sólidos.
- La Resolución número 3673 de que establece el Reglamento Técnico de Trabajo Seguro en Alturas para todos los empleadores, empresas, contratistas, subcontratistas y trabajadores de todas las actividades económicas de los sectores formales e informales de la economía, que desarrollen trabajos en alturas con peligro de caídas.
- La Normatividad existente en cuanto a seguridad industrial, y/o Legislación en Seguridad y Salud Ocupacional en Colombia, como:
  - Resolución 2013 de 1986 regula los comités de Medicina, Higiene y Seguridad Industrial en los lugares de trabajo.
  - Decreto 614 de 1984 (COPASO) plantea las bases para la administración de la salud ocupacional en el País.
  - La Resolución 1016 de 1989 estipula las normas para la organización y funcionamiento de los Programas existente en Salud ocupacional.
  - Decreto 1281 de 1994 estipula las normas para las acciones de alto riesgo.

#### **1.1.1.6. Marco Normativo S.A.S.**

Por presentar mayores ventajas según el propósito para la creación de empresa en este proyecto, el tipo de sociedad elegida es la Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S) la cual se caracteriza por ser una sociedad comercial de capital, innovadora en el derecho societario



colombiano que estimula el emprendimiento por sus facilidades y flexibilidades en cuanto a su constitución y funcionamiento.

#### **1.1.1.7. Normatividad De Intermediación Laboral**

- La tercerización y la subcontratación son reguladas por la ley 50 de 1990, la ley 1429 de 2010 y la ley 1753 de 2015.
- La Resolución 2021 de 2018, que presenta los lineamientos respecto de la Inspección, Vigilancia y Control expuestos en el artículo 63 de la Ley 1429 de 2010 o ley de formulación de empleo.

### **1.4 Metodología**

#### 1.4.1 Definición y justificación del tipo de estudio

Para el proyecto se utilizará dos tipos de estudio, el descriptivo y el exploratorio.

Sampieri (2014) este tipo de estudio consiste en medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar. El alcance de este servirá fundamentalmente para descubrir, medir y mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno.

El segundo tipo de estudio que se abordará será el estudio exploratorio, que abarca temas o ideas que han sido poco abordadas. Es decir, cuando en la literatura se muestra información vaga, incompleta o no concluyente de la idea o concepto, se desarrolla un estudio exploratorio (Sampieri, 2014). El alcance que se tiene con este tipo de estudio es familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos, y obtener información más completa sobre la investigación que se está realizando con el fin particular de contextualizar e investigar nuevos problemas.

#### 1.4.2 Fuentes de información de la investigación

##### *1.4.2.1 Fuentes de información primarias.*

Según Sampieri (2014) las fuentes primarias son documentales que han sido publicados por primera vez, sin ser filtrados, resumidos, evaluados o interpretados por algún individuo y

forman parte de la revisión bibliográfica proporcionando datos de primera mano. Para este trabajo se tomarán los siguientes: Encuestas.

#### 1.4.2.3 Fuentes de información secundarias.

Sampieri (2014) refiere que las “fuentes secundarias contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales”, como lo son los artículos, libros, tesis, disertaciones y otros documentos.

Para este trabajo se tomarán los siguientes:

- Datos estadísticos del DANE.
- Datos de empresas especializadas en el sector.
- Trabajos de grado realizados anteriormente enfocados al sector.

#### 1.4.3 Fases de la investigación

**Grafica 4. Fases de la Investigación**



Fuente: Elaboración Propia

FASE I: Realizar el estudio de mercado: investigación de mercado y el plan de mercadeo del servicio de aseo en el municipio de Jamundí.

- Conocer y analizar la necesidad del mercado, y evaluar la posibilidad de ofrecer un servicio adecuado y mejor que el que ofrecen actualmente.
- Fijar los servicios que los clientes estarían dispuestos a obtener por determinados costos.
- Identificar cual medio se emplea para llegar con los diferentes los servicios a los clientes.
- Establecer si el proyecto corre el riesgo de ser o no aceptado en el mercado.

FASE II: Investigar los requerimientos técnicos, políticos legales, sociales y ambientales que determine el estudio de factibilidad.

- Verificar cual es la posibilidad técnica del servicio que se encamina brindar.
- Calcular y determinar cuál es la localización de la instalación y su tamaño, cuáles serían los equipos, óptimos solicitados para prestar el servicio que se va a realizar.
- Identificar y describir el proceso para la implementación del proyecto
- Determinar la organización legal que se necesita para la funcionamiento del proyecto.

FASE III: Realizar el estudio legal para saber qué tipo de sociedad se va constituir y porque, y conocer los trámites legales que se requieren.

- Identificar y estructurar las actividades a realizar en la organización.
- Proponer la simplicidad en el trabajo y la reducción de la burocracia.
- Inducir a la organización hacia la orientación al cliente.
- Identificar y evaluar la estructura de los costos.
- Identificar el grado de centralización de la organización.

FASE IV: Realizar el estudio organizacional, para crear el direccionamiento de la empresa: misión, visión, políticas organigrama, procesos y técnicas.

- Determinar el Organigrama más adecuado para la organización.

- Crear la Visión y Misión.
- Crear procesos que determinen las funciones del personal que laborara en la organización.
- Identificar políticas que estén de acuerdo con la ley.
- Identificar la cantidad mínima en el que se producirá en el punto de equilibrio.
- Analizar y Evaluar la factibilidad del proyecto.

FASE V: Realizar el estudio financiero detallando las operaciones proyectadas a 5 años, construyendo proyecciones de los balances, estado de resultados y flujo de caja

- Conocer el recurso económico necesario para la ejecución del proyecto.
- Identificar los costos totales de la marcha del proyecto. (de producción, administración y ventas)
- Establecer la inversión total fija y diferida.
- Conocer la estructura del capital de trabajo y los costos de capital.
- Analizar y Evaluar la factibilidad del proyecto.

## **1.5 Justificación**

La intención del presente estudio fue aportar de forma positiva en el sector tanto en lo social como en lo económico, brindando una oportunidad de reconocimiento Jamundeña, adicional contribuye al beneficio económico del municipio al desarrollar una compañía que ofrezca servicios generales de aseo y de mantenimiento en empresas en la ciudad de Jamundí, que surge mediante la necesidad de suplir una necesidad de invisibilidad en el mercado respondiendo a todos los procesos de calidad, responsabilidad y seguridad empresarial, como también a todo el tema concerniente a la administración del recurso humano en la contratación y capacitación de todo el personal para un trabajo inmejorable, que brinde confianza hacia el personal contratado. Al realizar este proyecto buscamos evitar cualquier eventualidad legal que consiga tener el cliente debido a una inadecuada contratación de forma directa en el sector que se desenvuelva, esto con el fin de proporcionarles protección y comodidad en sus labores diarias.

En consecuencia, este pretende beneficiar a la comunidad Jamundeña el cual se convierte en una importante fuente de trabajo, que apoya el desarrollo de la región.

A su vez generar independencia empresarial, y desarrollo del personal humano involucrado en la consecución del proyecto. Como también se procura mejorar la calidad en el trabajo de los empleados de servicios de aseo y de mantenimiento, esto bajo la implementación de una relación de bienestar a los empleados y de los clientes del servicio.

Por último, este estudio de factibilidad en la creación de una compañía que ofrezca servicios generales de aseo y mantenimiento permitirá poner en práctica los conocimientos logrados en el proceso estudiantil de la carrera de Administración de empresas de la Universidad Antonio Nariño, como también todas las experiencias laborales acumuladas a través de los años de formación personal y profesional en diferentes campos de acción laboral, a su vez obtener la opción para graduarse y hacer realidad el sueño de auto superación y conformar una empresa.

## **2. Estudio de mercado**

### **2.1. Mercado**

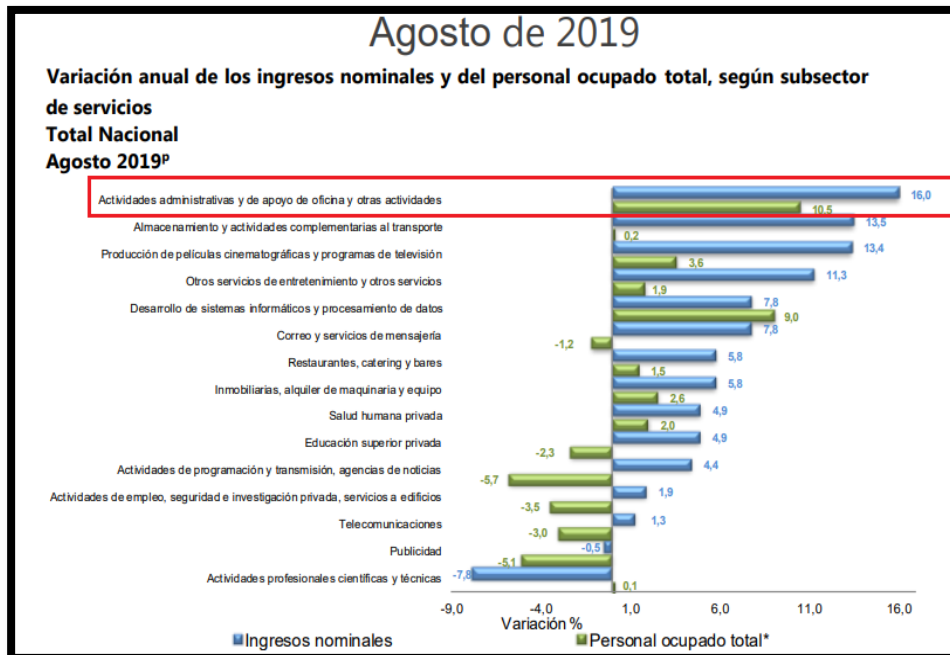
#### **2.1.1. Análisis del sector**

Según la ANIF (2018):

En el sector de servicios de aseo y mantenimiento en Colombia no existe mediciones establecidas, lo que normalmente se encuentra es una segmentación general en el sector de aseo; basado en la industria Cosmética y de Aseo personal según la ANDI, en donde se incluyen grupos heterogéneos de subsectores con dinámicas y características muy diferentes. En estos subsectores, el segmento de bienes se compone de productos como jabones, detergentes y líquidos limpiadores, etc. Como también productos de cafetería. El segmento de servicios de Aseo y mantenimiento, no existe como una categoría, lo que permite incluirlo en la categoría de “Actividades administrativas y de apoyo de oficina y otras actividades”, en donde la participación en agosto de 2019, presentó un crecimiento de 16,0% en los ingresos nominales. Por su parte, el personal ocupado total presentó un crecimiento de 10,5%, en comparación con agosto de 2018. (ANIF, 2018).

En cambio, la EMS (Encuesta Mensual de Servicios) muestra un incremento en los ingresos del sector servicios de cerca del 6.1% en el primer semestre de 2018 frente al 4.4% observado en el mismo período de 2017 (ANIF, 2018)

## Grafica 5. Variación Nominal y del personal ocupado total, según subsector de servicios



Fuente: DANE – EMS

El DANE, informó que el sector de servicios de la economía creció en un 3.9% real anual durante el semestre enero-junio de 2018, superior al 2.9% registrado el año anterior, logrando mejorar el desempeño de la economía, con un incremento del 2.5% en el mismo período. El aumento de los ingresos del suministro de personal se debe al aumento de la contratación a través de empresas de tercerización. (ANIF, 2018).

Para la ANIF, los sectores de servicios continuaran liderando el crecimiento económico frente al promedio ponderado del crecimiento del valor agregado de estos sectores. También el DANE reveló las ganancias del sector servicios en su encuesta anual. En donde la tercerización está representada en suministro de personal, seguridad y aseo, en \$17,5 billones de pesos; En cuanto a la empleabilidad, seguridad y aseo tiene ocupados a 852.708 personas; que lo convierte en el servicio que más emplea del sector. (La Republica, 2019).

En este sentido, para el municipio de Jamundí, donde de acuerdo con los datos estadísticos reportados por la alcaldía municipal, el municipio tuvo un incremento en la dinámica empresarial del número de compañías creadas y las que renovaron su Matrícula Mercantil en Jamundí, las cuales ascendieron al 14,5%.

**Grafica 6. Número de empresas nuevas y renovadas Cámara de Comercio de Cali,  
Por Municipio**

<b>Número de empresas* nuevas y renovadas en la Cámara de Comercio de Cali por municipio 2018 Vs. 2017**</b>				
<b>Municipio</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>Part. (%)</b>	<b>Var. (%)</b>
Cali	84.548	86.844	91,5	2,7
Yumbo	3.516	3.572	3,8	1,6
Jamundí	2.856	3.271	3,4	14,5
Dagua	688	769	0,8	11,8
La Cumbre	195	225	0,2	15,4
Vijes	169	199	0,2	17,8
<b>Total</b>	<b>91.972</b>	<b>94.880</b>	<b>100</b>	<b>3,2</b>

Fuente: Registro Mercantil- Calculo Cámara de Comercio de Cali Personas Naturales y Sociedades, Cifras preliminares, Disponibles A 15 de enero 2019.

Este momento de dinámica empresarial, nacional, departamental y sectorial vislumbra para el municipio de Jamundí, altas proyecciones de desarrollo productivo de servicios tercerizados.



## 2.1.2. Análisis y estudio del mercado.

### 2.1.2.1. Descripción del producto y servicios

El servicio de aseo y mantenimiento propuesto se caracteriza por la limpieza y desinfección de áreas administrativas, comerciales e industriales de manera periódica, efectuado por el personal idóneo, capacitado y dotado de toda la indumentaria necesaria para garantizar la seguridad e higiene adecuados.

Los servicios comprenden:

- Limpieza general y desinfección de superficies, y recolección de residuos.
- Limpieza de muebles e inmuebles, con el equipamiento específico y con el uso de productos y los procedimientos apropiados.
- Higiene, aseo y limpieza de muebles sanitarios y toilettes de acuerdo a los modelos generales de aseo, limpieza y desinfección.
- Limpieza de superficies, vidrios siguiendo los protocolos propios para la función, considerando todas las medidas de seguridad requeridas.

### 2.1.2.2. Características de los productos y servicios

Con base a lo propuesto se brindará un producto intangible, el objetivo es contratar y prestar el servicio con personal altamente capacitado para cumplir con las actividades, garantizando su calidad a partir de:

Insumos: El suministro de insumos y el abastecimiento de los productos para la limpieza, se harán con productos de calidad que se encuentren en el mercado bajo los estándares de calidad y confianza.

Contacto directo: El establecimiento de un local comercial (oficina) para la atención adecuada a clientes para atender los requerimientos de ellos.

### 2.1.2.3. Segmentación del mercado

De acuerdo con las cifras de la Alcaldía Municipal de Jamundí, en el municipio para el año 2019 existen alrededor de 1.305 empresas y microempresas en diferentes actividades económicas, como también se encuentran 88 unidades residenciales legalmente constituidas.

La segmentación del servicio ofrecido se presenta una línea de producto para el aseo y apoyo a conjuntos residenciales, empresas, locales comerciales e industria.

**Tabla 1. Segmentación de Clientes potenciales de acuerdo a su actividad económica**

<b>VARIABLES</b>	<b>EMPRESAS E INDUSTRIAS</b>	<b>CONJUNTOS RESIDENCIALES</b>	<b>LOCALES COMERCIALES</b>
<b>ASPECTOS DEMOGRÁFICOS</b>	Pequeñas y medianas empresas e industria de transformación de productos, como también empresas de servicios y entretenimiento tanto privadas como gubernamentales.	Agrupación de viviendas, apartamentos en edificios pequeños ubicados conjuntamente, y son manejadas por una sola administración.	Lugar físico donde un comerciante almacena y exhibe sus artículos.
<b>IDENTIFICADOR</b>	Empresas que tercericen los servicios de aseo y cafetería dando cumplimiento a las leyes de Seguridad Social que son requisitos para contratar estos servicios.	cualquier infraestructura residencial que este organizada y sirva de alojamiento para los seres humanos	Lugar en el cual se ejerce una actividad comercial, industrial o profesional. de tipo comercial en donde se puede hallar servicios o productos a la venta.
<b>METAS Y RETOS</b>	Cumplir los objetivos corporativos de cada una de las organizaciones, entre ellos la optimización de costos	Cumplir los objetivos de la agrupación para la organización, aseo y embellecimiento del mismo.	Cumplir con la higiene y limpieza del local como carta de presentación de la empresa coadyuvando a elevar nivel de ventas.

Fuente: Elaboración Propia

#### 2.1.2.4. Mercado objetivo.

Debido a la amplitud y diversificación del mercado, para la segmentación del mismo se realizó una segmentación del mercado, agrupando a las empresas de acuerdo a su actividad principal:

**Tabla 2. Mercado Objetivo en Empresa Públicas y Privadas**

<b>Empresas Públicas</b>	<b>Empresas Privadas</b>
Empresas de Servicios Públicos	Industria
Oficinas y despachos	Locales comerciales
Hospital y Centros Médicos de Salud	Centros Comerciales
Establecimientos educativos	Restaurantes
Locales	Gimnasios
Edificios	Bancos
Industrias Manufactureras	Edificios y Unidades Residenciales
	Establecimientos educativos

Fuente: Elaboración Propia

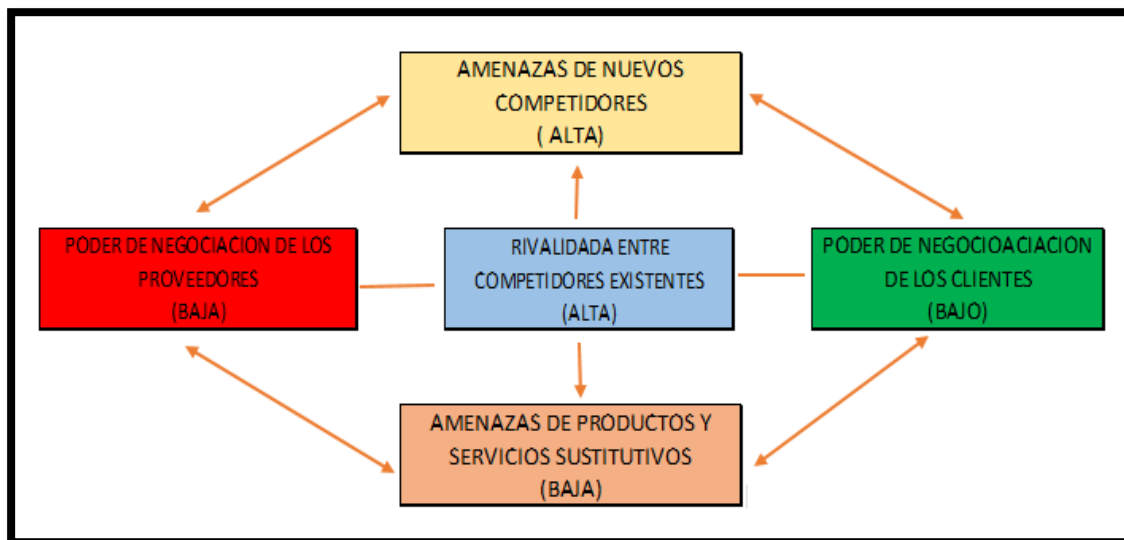
Se identificaron los dos rubros y de ellos, se eligió el grupo que presentara las necesidades o el comportamiento de mayor atractivo para el desarrollo del proceso a partir del siguiente criterio:

Superficie ocupada en m<sup>2</sup> y cantidad de personal: Empresas públicas o privadas cuyos edificios abarquen de 50 a 500 m<sup>2</sup>, y un personal superior a 3 personas.

Este segmento es el adecuado ya que presentan gran concurrencia de personas lo que conlleva a una limpieza más detallada y profunda.

### 2.1.3 Análisis de la competencia.

**Grafica 7. Diamante de Porter**



Fuente: Elaboración Propia en base a (Porter, 1979)

- Amenaza de los competidores – ALTA: debido al bajo nivel de inversión que se requieren, por la estandarización de los procesos, el servicio ofertado se hace más difícil su diferenciación.
- Rivalidad entre competidores – ALTA: Se logran identificar diferentes oferentes en este nicho de mercado, donde en los servicios informales (empleadas domésticas) tienen una amplia oferta. En este sentido se identifican varias empresas de servicios residenciales, e industrial (Casa Limpia, el Diamante, Summar y Cleaner).
- Poder de negociación de los clientes – BAJO: el consumidor posee un bajo poder de negociación frente al servicio que ofrece el mercado con respecto al precio del mismo, sin embargo, tiene poca fidelización, con las empresas oferentes.
- Amenaza de sustitutos – BAJA: Existen productos tecnológicos que se pueden distinguir como un sustituto, pero al requerir pericia y tiempo de los propietarios, pierden un poco el valor competitivo como tal.

- Poder de Proveedores – BAJA: Se identifica una cantidad de proveedores que ofertan sus productos con diferencias de precios, que sirven como equipamiento de los bienes a comprar y usar por la empresa de servicios.

#### 2.1.2.5. Matriz de Perfil Competitivo

Actualmente el sector cuenta con empresas robustamente establecidas, ubicadas en la ciudad de Cali, las cuales prestan servicios en el municipio de Jamundí; De estas empresas muy bien posicionadas se logró identificar a cuatro de ellas, las cuales son competencia directa a nivel regional.

**CASA LIMPIA S.A:** Es una compañía que tiene representación a nivel nacional, tiene 10 oficinas ubicadas en las ciudades capitales más importantes de Colombia. Ofrecen servicios tales como aseo, mantenimiento general, casino y cafetería, y servicios especializados.

**DIAMANTE:** Es una sociedad que presta servicios especializados de aseo, esta empresa también tiene presencia a nivel nacional. Fue fundada en 1960. Los servicios que presta son para los sectores industrial, institucional, comercial y también residencial.

**SUMMAR:** Es una firma que presta servicios temporales de contratación de personas para empresas industriales y comerciales, también tiene un área que brinda los servicios de aseo para unidades residenciales, como también para el sector comercial y bancario, tiene más de 30 años de funcionamiento

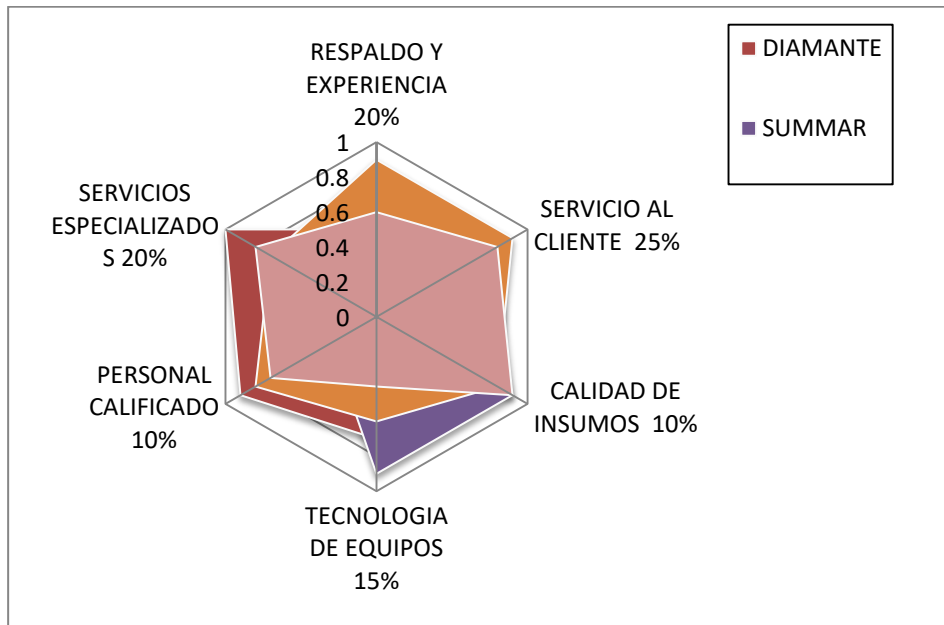
**CLEANER:** Es una empresa dedicada a prestar servicios de aseo a la industria en Colombia, desde hace 30 años, cuenta con aproximadamente 4000 colaboradores y tiene presencia en 32 departamentos de Colombia.

**Tabla 3: Matriz de perfil Competitivo.**

MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO										
			DIAMANTE		SUMMAR		CLEANER		CASA LIMPIA	
RESPALDO Y EXPERIENCIA	20%	0,2	5	0,5	5	0,5	9	0,9	6	0,6

SERVICIO AL CLIENTE	25%	0,25	8	0,8	7	0,7	9	0,9	8	0,8
CALIDAD DE INSUMOS	10%	0,1	4	0,4	9	0,9	8	0,8	9	0,9
TECNOLOGIA DE EQUIPOS	15%	0,15	7	0,7	9	0,9	6	0,6	4	0,4
PERSONAL CALIFICADO	10%	0,1	9	0,9	3	0,3	8	0,8	7	0,7
SERVICIOS ESPECIALIZADOS	20%	0,2	10	1	6	0,6	7	0,7	8	0,8
				4,3		3,9	47	4,7	42	4,2

**Grafica 8. Benchmarking Competitivo para el Sector de Aseo y Mantenimiento.**



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la gráfica anterior se puede apreciar que cada empresa tiene un líder en cada una de las diferentes variables y como es su nivel competitivo en el mercado, se destaca como empresa líder, a CLEANER, quien tiene la mayor capacidad organizacional. Se debe tener en cuenta las tendencias que impactan actualmente en el mercado como lo son las nuevas tecnologías, la importancia medioambiental y social; centrándose en brindar un valor añadido que no se base exclusivamente en el ahorro de costos.

#### 2.1.4 Estudio de precios.

**Tabla 4. Cuadro Comparativo de Precios por Porcentajes según las empresas de servicios.**

<b>Comparativo de Precios por Porcentaje</b>					
<b>Es un ejemplo de individualizar las empresas y su forma de cobro sin necesidad de poner nombres de empresas específicos</b>					
<b>Empresas</b>	<b>Valor SMLV</b>	<b>Valor en %</b>	<b>Incremento</b>	<b>Valor Incremento en Pesos</b>	<b>Valor Total del servicio por persona</b>
<b>A</b>	\$ 980,657		10%	\$ 98,066	\$ 1,078,723
<b>B</b>	\$ 980,657		12%	\$ 117,679	\$ 1,098,336
<b>C</b>	\$ 980,657		15%	\$ 147,099	\$ 1,127,756
<b>D</b>	\$ 980,657		20%	\$ 196,131	\$ 1,176,788
<b>F</b>	\$ 980,657		25%	\$ 245,164	\$ 1,225,821
<b>e</b>	\$ 980,657		30%	\$ 294,197	\$ 1,274,854
<b>f</b>	\$ 980,658		35%	\$ 343,230	\$ 1,323,888
<b>g</b>	\$ 980,659		40%	\$ 392,264	\$ 1,372,923

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con los datos relacionados en la tabla anterior, se puede distinguir que las empresas de servicios, compiten en precios basándose en un incremento de un porcentaje que oscila entre un 10 a un 40 por ciento sobre el valor base del salario legal vigente en Colombia; lo que puede significar una oportunidad de posicionamiento en el mercado con una estructura de precios bien definida, y con la cual pueden adaptar descuentos en el precio para cada cliente en particular gracias a este factor.

#### 2.1.5 Investigación del mercado potencial.

Esta Investigación se realiza con el propósito de identificar las preferencias de los clientes del sector de acuerdo a las necesidades de los mismos a la hora de comprar los servicios de aseo para sus lugares de trabajo.

### 2.1.5.1 Técnicas Para La Recolección De Datos.

Para este estudio de mercado se perfiló y aplico una encuesta basada un conjunto de preguntas enfocadas en una población representativa del mercado, con el propósito de conocer detalles o hechos específicos para obtener un perfil compuesto de la población.

El Proceso consistió en diligenciar la encuesta vía telefónica, a través de preguntas y respuestas y a medida que el encuestado contestaba se iba diligenciando el documento escrito.

Esta encuesta se llevó a cabo durante una semana, teniendo en cuenta que se aplicó para administradores de unidades residenciales del municipio de Jamundí.

### 2.1.5.2 Descripción del Trabajo de Campo.

Para la encuesta, se aplicó la fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población. Que, para este caso, en el municipio de Jamundí hay 88 conjuntos residenciales según datos estadísticos reportados por la alcaldía municipal.

- Formula Para Calcular El Tamaño De La Muestra Cuando Se Conoce El Tamaño De La Población.

Para este caso la herramienta determina la parte de la población que se va a realizar el estudio es la fórmula matemática descrita a continuación, y de esta información recolectada se analizara, para tomar las decisiones más óptimas para la investigación del mercado.

**Grafica 9. Fórmula para calcular el tamaño de la muestra cuando se conoce el tamaño de la población.**

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$



En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

**Grafica 10. Aplicación de la fórmula para calcular el tamaño de la muestra para el municipio de Jamundí con una población de 88 unidades Residenciales.**

$$n = \frac{88 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{0,05^2(88 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,96^2} = 72$$

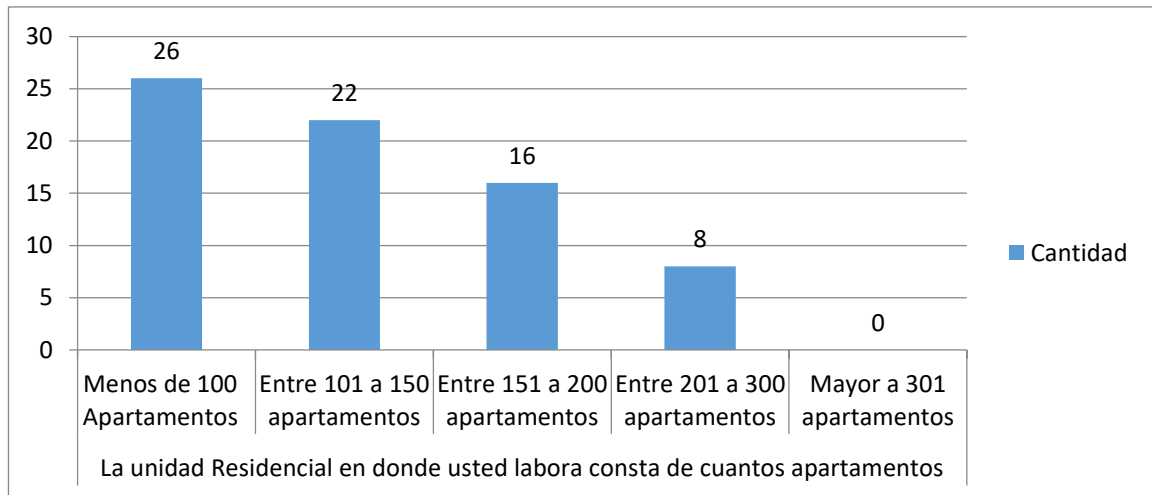
Al terminar la aplicación de esta fórmula, esta arrojó el resultado de 72 encuestas, de las cuales al realizar la tabulación de las preguntas, se lograron los siguientes resultados.

Para este estudio de mercadeo se planteó y se aplicó una encuesta como se muestra en el anexo 1, cuyo propósito es el identificar la preferencia de las unidades residenciales en el sector de limpieza en el municipio de Jamundí.

Considerando la cantidad de unidades residenciales la cual son 88 en total, y Partiendo del muestreo se evaluaron un 82% total de 72 unidades en el sector.

**Grafica 11.: La Unidad Residencial En Donde Usted Labora Consta De Cuantos**

**Apartamentos**

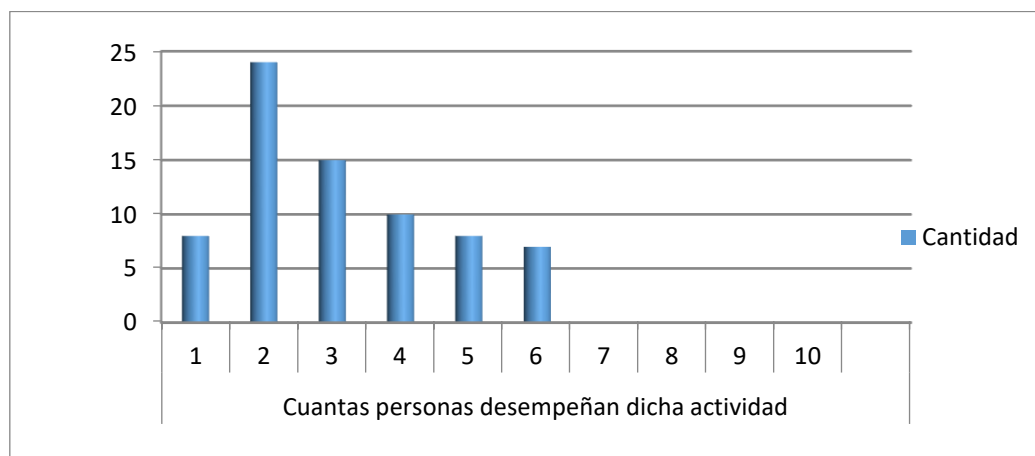


Fuente: Resultado del estudio de Mercado

Se Logró determinar la cantidad de apartamentos que cuentan las unidades, así logramos tener el tamaño y las dimensiones del área a manipular. Además, se identifica el horario laboral que se requiere por parte de las unidades es de 8 horas diarias, laborando jornada continua, como se muestra en la Grafica 11.

**Grafica 12. ¿Cuántas Personas se necesitan en el Servicio de Aseo en las Unidades**

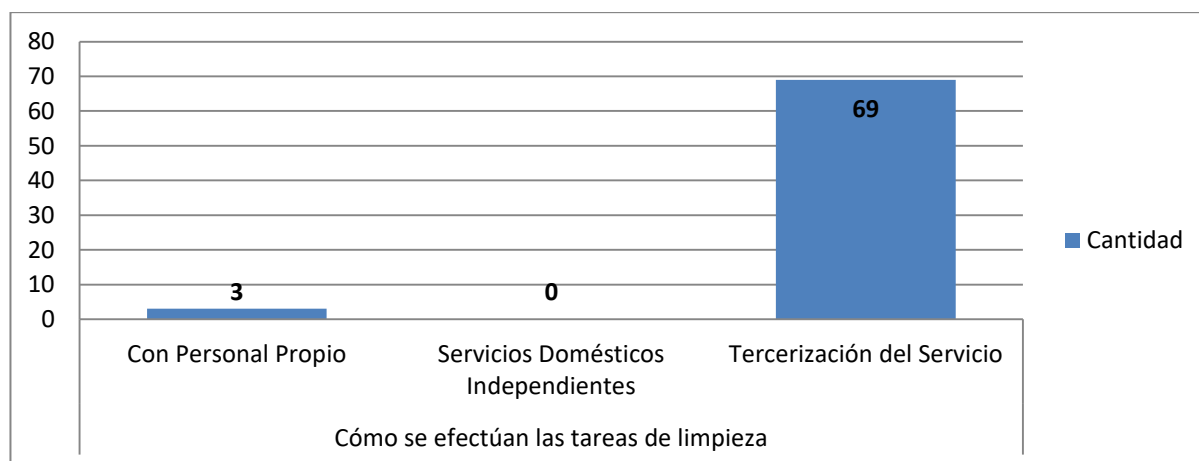
**Residenciales?**



Fuente: Resultado del estudio de Mercado

De acuerdo con los resultados, el personal que se solicita a diario para ejecutar esta tarea esencial en la unidad residencial, es de dos personas. Esta necesidad depende del tamaño de la unidad y puede variar según su necesidad. Por ello se preguntó a los usuarios de estos servicios la preferencia de contratar los servicios de aseo mediante la tercerización del servicio, sus respuestas se muestran en la Grafica 12.

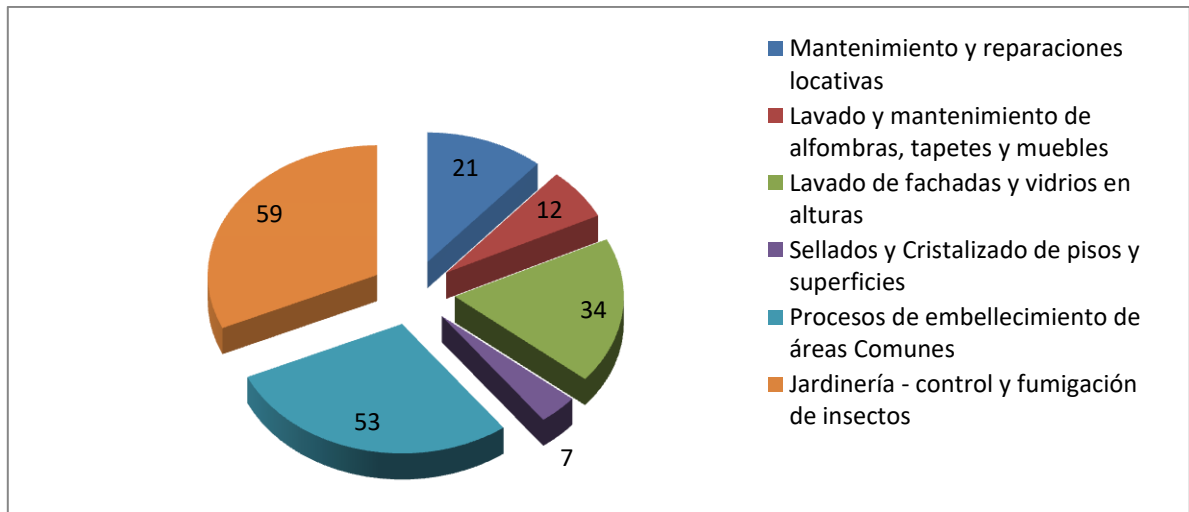
**Grafica 13. Cómo Se Efectúan Las Tareas De Limpieza**



Fuente: Resultado del estudio de Mercado

Al indagar sobre la preferencia en la selección del personal de aseo el 96% utiliza la tercerización. Y ese 96% son empresas foráneas. De estas empresas los servicios más importantes utilizados son los que se reflejan en la Grafica 13.

**Grafica 14. De Los Siguients Servicios Especializados Cual Es De Más Relevancia Para Su Empresa**

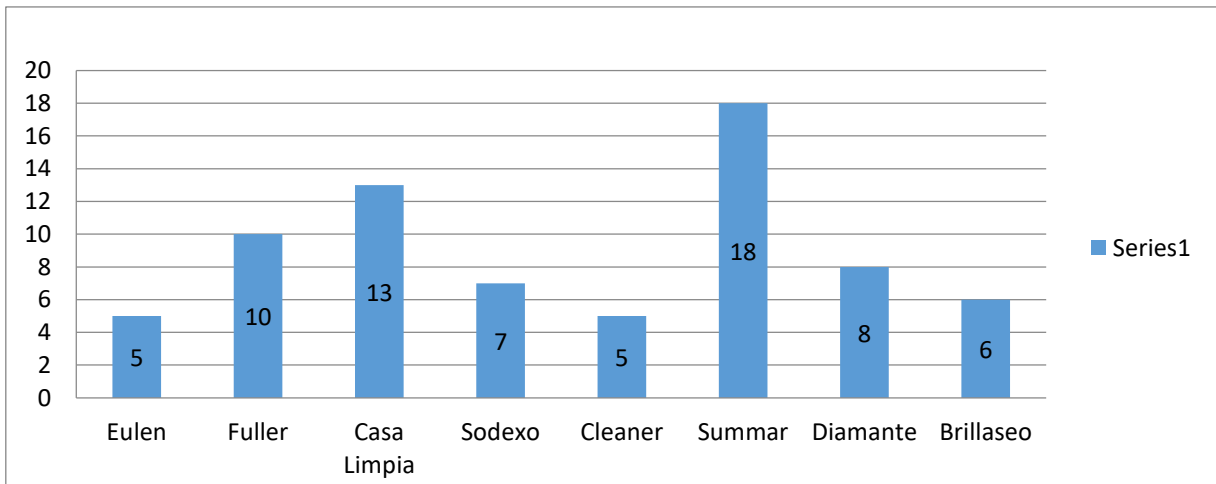


Fuente: Resultado del estudio de Mercado

De acuerdo a los resultados, los encuestados manifiestan que dentro de los servicios que se realiza en el proceso de limpieza el más importante es la jardinería- control y fumigaciones con 59 unidades que representan un 81% estando en un segundo lugar con 53 unidades el lavado de fachadas y vidrios con un 62%. Se resalta que el menos importante es l sellado y cristalizado de pisos con un 0.097%. Por consiguiente, se preguntó a los usuarios de estos servicios cual empresa recuerda primero, sus respuestas se ven en la Grafica 14.

## Grafica 15. Cuál Es La Compañía De Aseo Y Mantenimiento Que Usted Recuerda

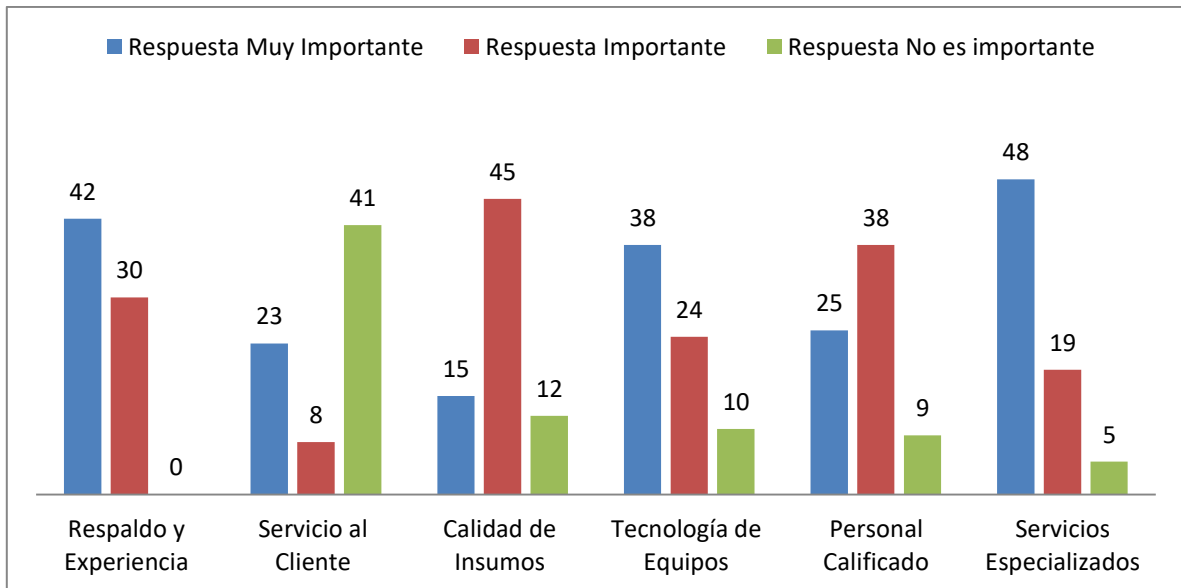
### Primero



Fuente: Resultado del estudio de Mercado

De los 72 encuestados mostraron recordación de marca con las empresas SUMMAR con un 25% y en segundo lugar con la empresa CASALIMPIA con 18%, las cuales cuentan con un amplio reconocimiento en el sector; como también a nivel local y Nacional, sin embargo cabe anotar que las empresas FULLER, SODEXO, CLEANER, son muy fuertes comercialmente en otros sectores, como el industrial e institucional, para el sector de las unidades residenciales, no son muy atractivas, y quedan por debajo de las dos empresas dominantes en este sector. Por lo tanto, a los encuestados se les pregunto los aspectos que considera de mayor importancia al contratar los servicios de aseo, sus respuestas se ven reflejadas en la Grafica 15.

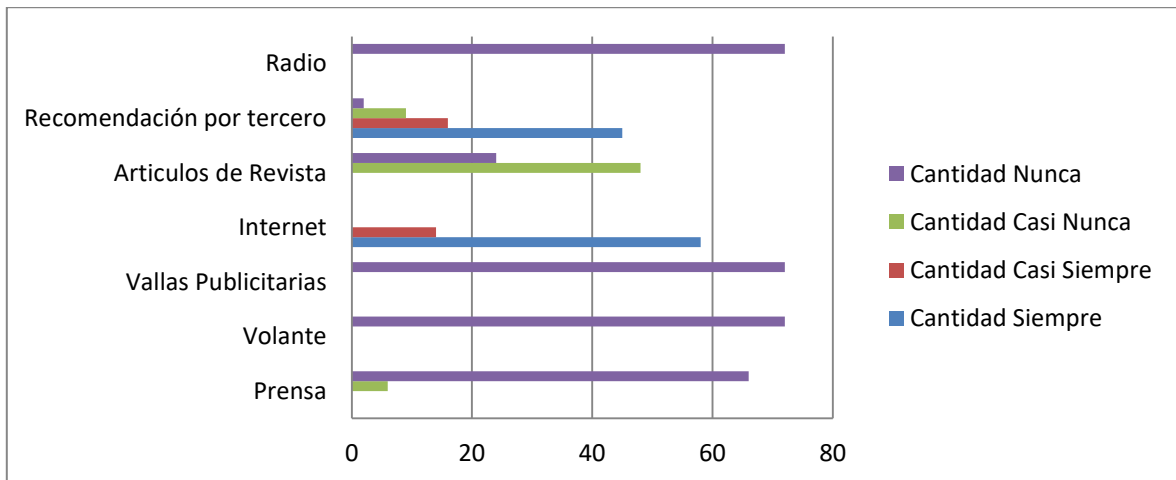
**Grafica 16. Qué aspectos considera importante al momento de contratar una empresa de servicios de aseo y mantenimiento generales**



Fuente: Resultado del estudio de Mercado

De acuerdo con el gráfico anterior los determinantes para los clientes de los servicios de aseo y Mantenimiento a la hora de contratar; con un 66% se ubica en primer lugar los servicios especializados que ofrezca, seguido con el respaldo y la experiencia en un 58%, la tecnología de equipos, la calidad de insumos y el personal calificado están ubicados en un rango de importancia, sin embargo lo más significativo se ve reflejado que el servicio al cliente no es una opción de importancia en el servicio de aseo ofrecido por las empresas de este gremio y entre su personal contratado. Con esta información se preguntó cuál es el medio por el cual se enteró de la empresa de servicios de aseo, las respuestas que se obtuvieron están reflejadas en el Gráfico 16

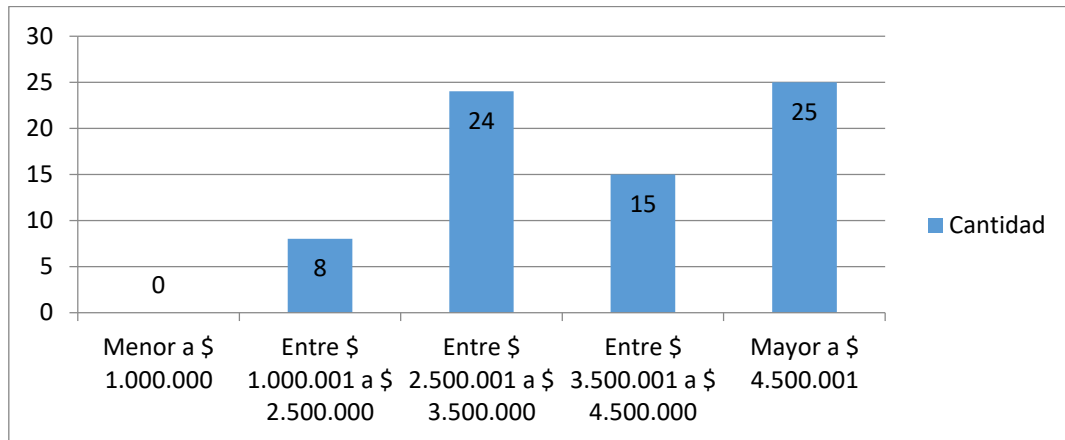
**Grafica 17. Generalmente Porque Medio Conoce La Empresa De Servicio Con Las Que Contrata**



Fuente: Resultado del estudio de Mercado

Internet es el medio por el cual las personas encuestas buscan información sobre servicios especializados, el 80% manifiesta es preferencia.

**Grafica 18. En Relación A Los Precios Que Maneja El Mercado Indique En Que Rango De Precio Se Encuentra La Empresa Que Está Contratada En Su Lugar De Trabajo En Cuanto Al Servicio De Aseo, Limpieza Y Mantenimiento**

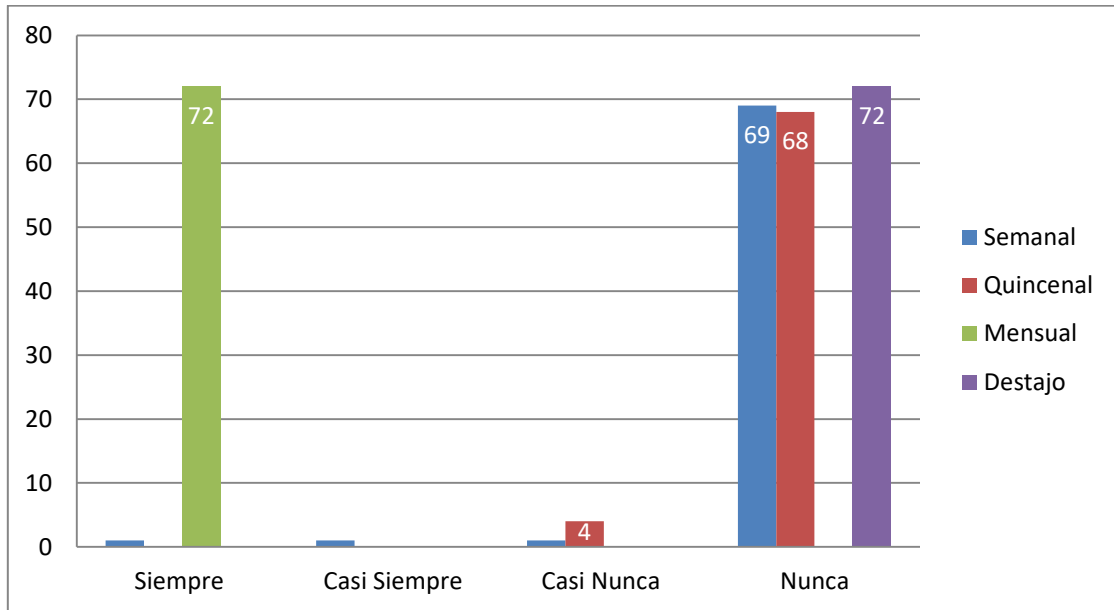


Fuente: Resultado del estudio de Mercado

El rango de las empresas que prestan sus servicios en este sector está por encima de los 4.000.000 esto en relación a la cantidad del personal y la especialización en el servicio. Por consiguiente, se preguntó a los usuarios de qué forma las unidades residenciales contratan los servicios de aseo y mantenimiento. Las respuestas suministradas en la Grafica 18.



**Grafica 19. Su Empresa Ha Contratado Servicios Generales De Aseo Y Mantenimiento De Forma**



Fuente: Resultado del estudio de Mercado

Finalmente, los usuarios manifestaron que la contratación de las empresas de aseo y mantenimiento para las unidades residenciales se realiza de forma mensual, ya que este rango permite al cliente disminuir los costos administrativos optimizando el recurso humano y no desgastándolos en actividades innecesarias o repetitivas.

La Conclusión de las encuestas realizada al personal que labora en Unidades Residenciales; una vez terminada la labor de campo se puede determinar que hay una proyección positiva en la inclusión en el mercado actual, a pesar que está cubierto por empresas reconocidas, se muestran condiciones favorables en este sector, teniendo en cuenta el crecimiento inmobiliario del municipio de Jamundí. Permitirá el ingreso de nuevas empresas en esta zona, se logró identificar que la empresa Summar es la empresa con mayor presencia y es con la cual se tendrá que competir en servicio y precio en el mercado; este estudio identificó los precios de la empresa líder la cual está en un rango superior a \$4.500.000.

Recordando que esta empresa tiene mayor reconocimiento y que tiene presencia a nivel local y nacional, cuenta con un posicionamiento bastante grande, el cual se extiende en los sectores industriales e institucionales entre otras.

### 3. Estudio técnico y ambiental

#### 3.1. Ficha técnica del servicio

##### 3.1.1 Denominación del servicio

Servicio de Aseo y Mantenimiento

##### 3.1.2 Denominación técnica del servicio

En este mercado existen varios tipos de servicios de aseo para los diferentes sectores económicos del País y estos se agrupan en grupos homogéneos; como lo son el Industrial, el Institucional, Comercial, Clínico Hospitalario, y el grupo Administrativo y Varios, en este último se incluyen el sector bancario, oficinas y las unidades residenciales.

**Descripción General:** La prestación de los servicio de aseo y mantenimiento, se hara en jornadas de 48 horas semanales, que van del día lunes al día sábado, con personal dispuesto a cumplir con las labores de limpieza, capacitado en el área asignada con: los equipos necesarios, los elementos e insumos precisos para el desarrollo de las actividades del servicio.

##### 3.1.3 Materiales y suministros

Se relacionan cuáles serían los principales elementos a usar y los insumos que se necesitan para la prestar el servicio en las unidades residenciales.

**Grafica 20. Materiales y Suministros**

ELEMENTOS	PRECIO	INSUMOS	PRECIO
Traperos	\$ 8.000	Detergente Polvo	\$ 4.400
Escoba suave y dura en nylon	\$ 6.500	Acido Muriatico	\$ 8.150
Recogedor	\$ 5.500	Alcohol	\$ 2.000
Dulce Abrigo rojo (1mt * 70 cm	\$ 2.000	Ambientador	\$ 2.500
Dulce Abrigo blanco (1mt * 70 cm	\$ 2.000	Varsol	\$ 7.150
Chupa para Baño	\$ 4.900	Blaqueador	\$ 4.660
Balde	\$ 18.000	Desengrasante	\$ 6.000
Guantes	\$ 6.000	Gel Antibacterial para manos	\$ 1.440
Bolsa de Basura	\$ 300	Shampoo alfombras y muebles	\$ 7.725
Espatula Limpiavidrios	\$ 4.800	limpiavidrios	\$ 2.000
Cepillo para Pisos	\$ 14.000	Cera Emulsionada	\$ 6.100
Cepillo de Manos	\$ 3.200	Removedor de Ceras	\$ 8.300

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.4 Actividades principales

Las siguientes son las actividades a realizar cuando se preste del servicio de aseo y mantenimiento para las unidades residenciales

- Aseo y Limpieza de Área Comunes, limpieza de pisos mediante barrido, aspirado y el trapeado correspondiente.
- Desinfección de las áreas solicitadas, se empleará al personal, se capacitará, y con los insumos se cumplirá con normas de bioseguridad, sanitarias y medioambientales.
- En las Porterías de la unidad se debe Limpiar ventanas y puertas, elementos de madera, repisas, estanterías. Esta actividad se debe realizar diariamente.
- Realizar el mantenimiento de los pisos de acuerdo con la necesidad de cada material. (cemento, tapete, madera, cerámica). Este mantenimiento se debe realizar en promedio cada quince días.
- Limpieza de áreas comunes ingreso y salida de personas como también puertas de ingreso y salida de vehículos y zonas de parqueo.
- Brillar pisos con ceras antideslizantes en donde se requiera.

- Desinfección de baños todas las veces que se requiera en las unidades que tengan estos servicios públicos para los visitantes y residentes. Para un conveniente mantenimiento del lugar de las áreas en común.
- Desmanchar paredes, paneles y escaleras, pasillos y demás áreas comunes que lo requiera.

Para que estas actividades principales de servicios de aseo y mantenimiento se puedan desarrollar se requiere de equipos fundamentales, como:

**Tabla 5. Relación de equipos fundamentales y precio**

DESCRIPCION	VALORES
• Carros porta elementos.	\$ 320.000
• Lavadora de piso semindustriales,	\$ 1.200.000
• Exprimidores de trapero.	\$ 120.000
• Rastrillos (zonas verdes).	\$ 32.000
• Aspiradoras semindustriales.	\$ 600.000
• Cables de extensión.	\$ 19.900
• Extensores de limpieza de vidrios.	\$ 35.000
• Brillador manual.	\$ 400.000
• Brilladoras Semindustriales.	\$ 1.320.000
• Mangueras.	\$ 161.000
• Habladores de Precaución.	\$ 30.000

Elaboración propia

### 3.1.5 Descripción del proceso

#### 3.1.5.1 Procesos productivos

Durante el proceso productivo del servicio se cuenta con diferentes fases que proporcionan la efectividad del proceso, estas fases son la guía para que el proceso sea optimo al momento de ejecutarse.

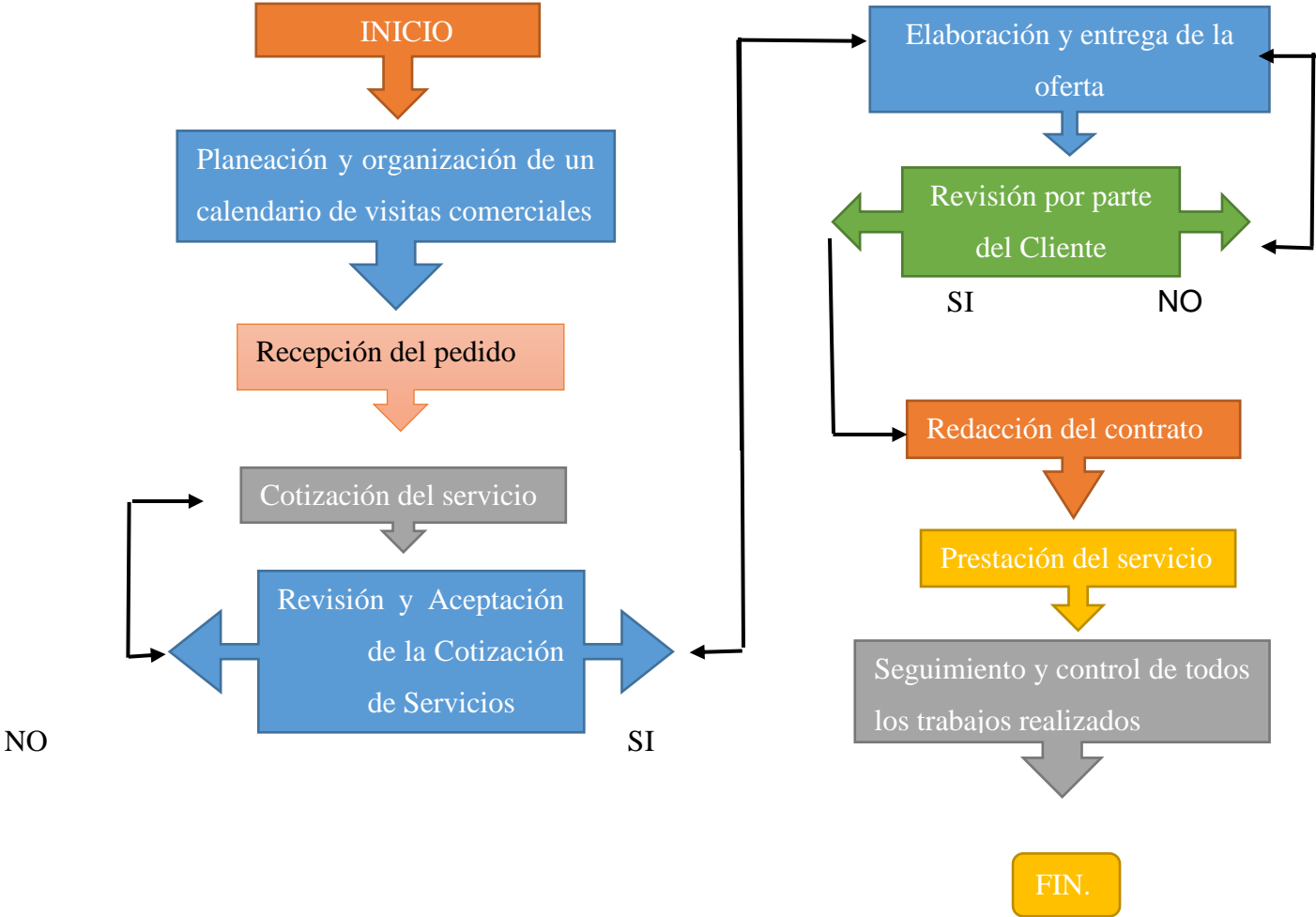
**Tabla 6. Descripción del Proceso de Servicio**

<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE SERVICIO</b>	
<b>PROCESO</b>	<b>DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD</b>
Planeación y organización de un calendario de visitas comerciales	La persona responsable del área comercial debe diseñar el calendario de visitas a potenciales clientes. En esta visita se presentará al cliente todos servicios ofertados.
Recepción del pedido	El cliente potencial interesado, se comunicará con la empresa ofertadora del servicio de aseo y mantenimiento a través de cualquier para realiza una petición de cotización.
Cotización del servicio	El responsable se encarga de hacer una revisión previa, de los requerimientos del cliente en cuanto al servicio solicitado, en el cual se tomará los datos para realizar la respectiva cotización del servicio.
Revisión y Aceptación de la Cotización de Servicios	De acuerdo a la revisión anterior el responsable de administración debe decidir el modo de proceder según la oferta en cuestión. En caso negativo, se rechazaría, comunicándose al posible cliente.
Elaboración y entrega de la oferta	El Responsable de Administración realiza el presupuesto de acuerdo a la información obtenida. Una copia de este se archiva y la otra copia es enviada al cliente preferiblemente se entrega personalmente, si esto no fuera posible, por correo o por fax para su evaluación.
Revisión por parte del cliente	El cliente analiza y compara la oferta enviada, para tomar la decisión de aceptar o no, o si quiere alguna modificación. Cuando el cliente acepta la oferta, se solicitará de éste su aceptación por escrito firmando la oferta, una copia es para la empresa prestadora del servicio y otra para el cliente.
Redacción del contrato	Una vez realizadas las comprobaciones y las aceptaciones previas y llegadas a un acuerdo entre las partes, se realiza la redacción del contrato, y se firma en aceptación del servicio.
Prestación del servicio	Se prestarán los servicios según las condiciones que se hayan estipulado. Cumpliendo con todos los requisitos básicos exigidos en él.
Seguimiento y control de todos los trabajos realizados	Mediante el uso del recurso humano se realiza un seguimiento al cumplimiento de las actividades que se pactaron en el contrato de servicios buscando como objetivo la satisfacción del cliente.

Fuente: Elaboración Propia

A continuación, se presenta el flujograma de los procesos de mantenimiento.

**Grafica 21. Flujograma del proceso de los servicios de Mantenimiento**



### **3.2 Proveedores**

Para el buen desarrollo de las actividades de proceso productivo, se debe tener en cuenta que los proveedores de los equipos, insumos y elementos, deberán estar en el rango de precios fijados por el mercado, para lo cual se estima que los proveedores deberán enviar cotizaciones según lo determine el servicio que se requiera prestar. Esto a su vez proporcionará una alianza estratégica que permitirá reducir los costos en el servicio y la sostenibilidad económica.

Se tomará como referencia los precios de dos compañías en el mercado, Homecenter y Makro, de Cali, estas grandes superficies abarcan los productos, insumos y equipos que se requiere para estimar el rango de precios de los proveedores a nivel local ubicados en el municipio de Jamundí y la ciudad de Cali. Los cuales se muestran en el Grafico 22.



**Grafica 22. Proveedores de Insumos de Limpieza**

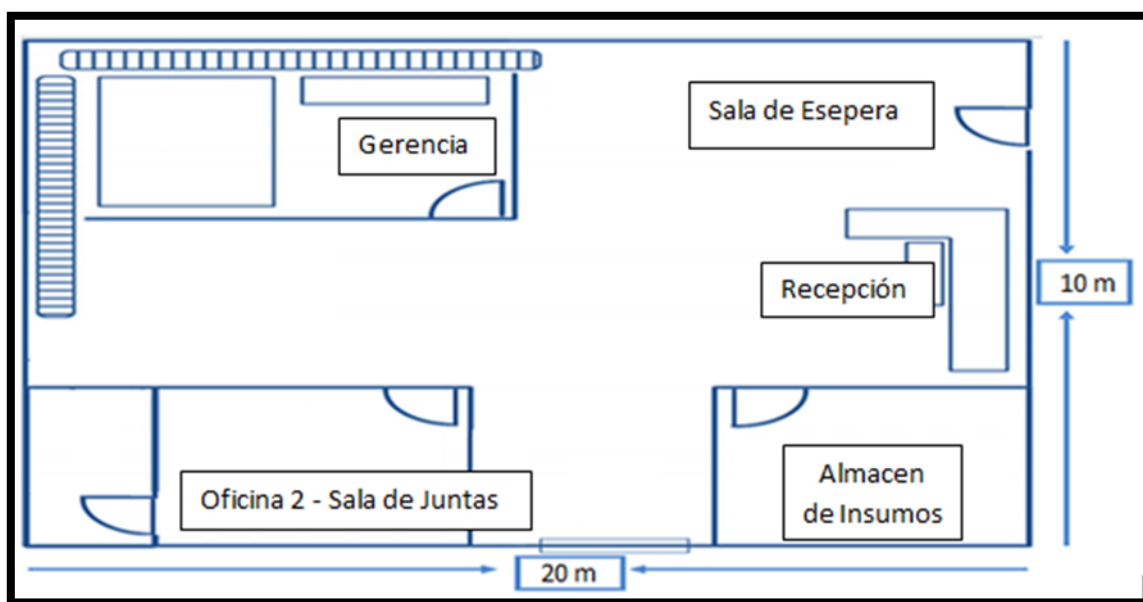
PROVEEDORES DE INSUMO DE LIMPIEZA			
EMPRESA	PRODUCTOS	IMAGEN	UBICACIÓN
Kler Proveedor	Desinfectantes		Carrera 11 # 2-19 Barrio el Rosario, Jamundi, Valle del Cauca
	Jabones		
	Hipoclorito		
	Desmanchador de piso		
	señalización de prevención		Dirección: Cra. 56 # 9-61 Local 101 Jamundi
	carro camarero		
	Balde escurridor		
	Carro porta elementos		
	Trapeador		
	Brilladora		
	Hidrolavadora		
	Haragan		
	Limpia vidrios cuchilla		
	Lana de acero		
	Diamantes		
	Cepillo duro		
	Cepillo suave		
	Bolsas		Teléfonos: (572) 440 5086 – (572) 440 2997 Jamundi valle del Cauca
	UNIFORMES		Tel: (57+2) 513 6440 – 395 0845 TEQUENDAMA CALI VALLE
	CALZADO		Calle 51N # 3AN - 28 Barrio La Flora - Cali - Colombia
	COFIAS		
	TAPABOCAS		

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3 Distribución de planta, equipos y enseres

La sede de la empresa será arrendada y estará ubicada en el municipio de Jamundí, Valle del Cauca, con un canon de arrendamiento por valor \$1.000.000 de pesos m/c. Se acondicionará con todo lo necesario del mobiliario adecuado de en una oficina, adicionalmente del espacio para el área administrativa, contará con un área para almacenar los insumos.

**Grafica 23. Distribución de la Planta y oficinas**



Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 7. Elementos de oficina, los siguientes mobiliarios y elementos de oficina**

<b>Equipos Muebles y enseres</b>	<b>\$</b>
Dos muebles	1.650.000
Una mesa de centro	200.000
Dos escritorios	800.000
Dos poltronas	850.000
Cuatro computadores	8.000.000
Mini nevera	850.000
Horno micro hondas	500.000
Teléfonos fijos y conmutador	2.000.000
Mobiliario bodega	3.000.000
	<b>17.850.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

### **3.4 Estudio de impacto ambiental**

La evaluación de Impacto Ambiental permite identificar, prevenir e interpretar el impacto ambiental que producirá un proyecto en su entorno por su desarrollo, y determinar si es aceptado o rechazado o requiere una modificación. En Colombia la ley que lo rige es ISO 14001.

La ley básica para las pymes según (ISO 14001, 2018) es “*aplicada a diferentes actividades económicas para regular y dictar la responsabilidad a la hora de prevenir, evitar y reparar daños ambientales. La ley establece la responsabilidad de los operadores causantes de los daños. Las pymes deben conocer bien esta ley para saber cuáles son los límites a la hora de respetar el medio ambiente*”. (ISO 14001, 2018).

✓ *Ley de aguas*

*Esta ley obliga a las organizaciones a gestionar autorizaciones administrativas para poder hacerlo.*

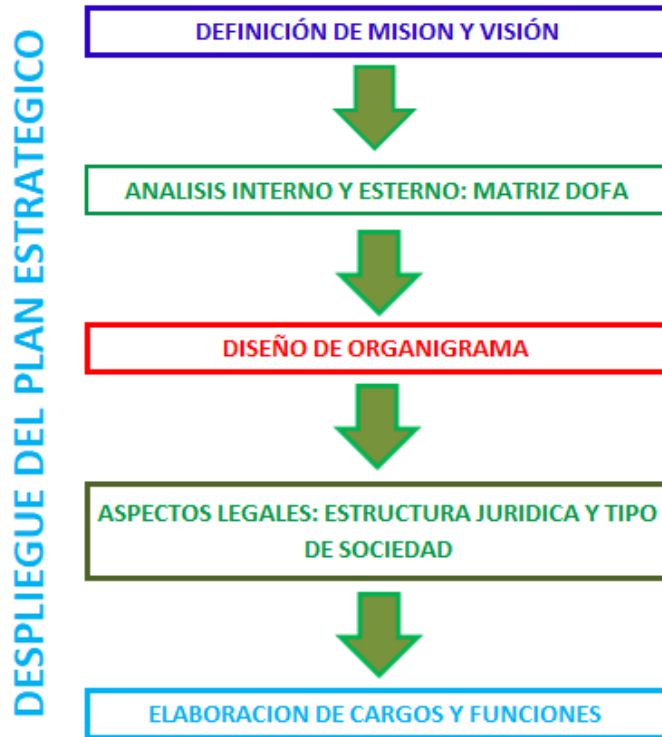
- ✓ *Ley de residuos y suelos contaminados: Define las obligaciones de las actividades que generan residuos, los documentos que se deben tramitar, etc.*
- ✓ *Ley de envases y residuos: Dirigido a empresas que son agentes relacionados con productos envasados.*
- ✓ *Ley de evaluación ambiental: Las empresas deben desarrollar un estudio de evaluación ambiental antes de conseguir la aprobación e inicio de la actividad.*
- ✓ *Ley de calidad del aire y protección de la atmósfera*
- ✓ *Ley de derechos de emisión de gases de efecto invernadero: Regula la emisión de gases de efecto invernadero. (ISO 14001, 2018)*

Los objetivos del Estudio de Impacto Ambiental son:

- ✓ Reducir y controlar el suministro de agua.
- ✓ Cumplir con la normativa medioambiental vigente.
- ✓ Incorporar capacitaciones semanales sobre el manejo de insumos y desechos generando conciencia en el empleado y responsabilidades en su uso.
- ✓ Proporcionar elementos biodegradables como jabones y Bolsas plásticas, general alianzas en el mercado con la mejor alternativa para el Proyecto.
- ✓ Identificar la incidencia de la construcción del Proyecto, su puesta en funcionamiento y su desmantelamiento en el medio ambiente.
- ✓ Establecer las medidas que permitan contrarrestar los impactos ambientales negativos generados.
- ✓ Diseñar un Programa de Vigilancia Ambiental, realizar un seguimiento y control de la componente medioambiental.

## 4 Estudio organizacional

### 4.1 Direccionamiento Estratégico



#### 4.1.1 Misión

Seremos una organización de continuo esfuerzo que contará con un equipo humana calificado nuestra empresa se caracterizará por la prestación de Servicios de Limpieza y Mantenimiento con calidad, conscientes del compromiso de ser socialmente constructivos, caracterizado por su responsabilidad, eficiencia, lo que representará una fuente de ingreso para todos los trabajadores y propietarios de la misma.

#### 4.1.2 Visión

Para 2025 seremos una Empresa reconocida en Servicios de Limpieza y Mantenimiento en la ciudad de Jamundí en Conjuntos Residenciales, buscando a largo plazo la incursión en la ciudad de Cali y otros mercados a través del mejoramiento continuo sobresaliendo en la responsabilidad y respaldados basados en la confianza y excelencia en sus servicios.

#### 4.1.3 Valores

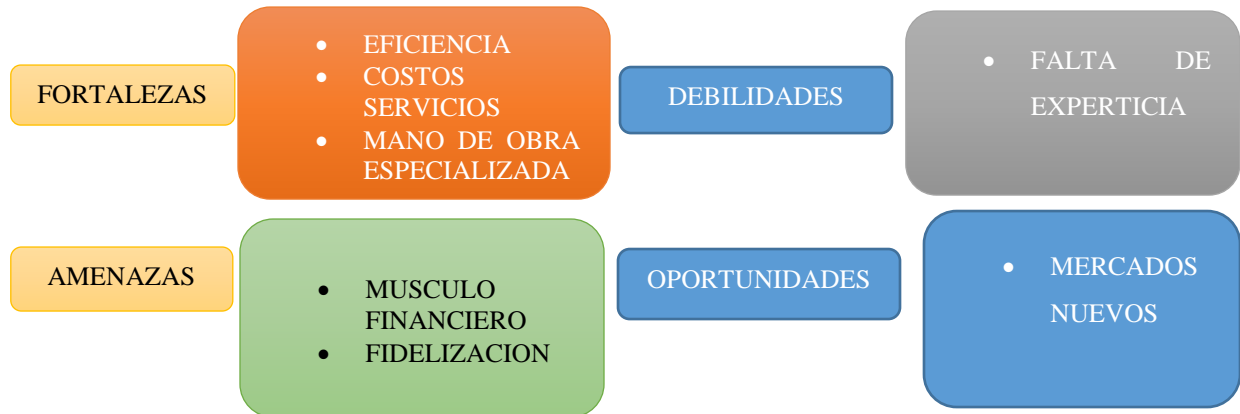
**Honestidad** en la función empresarial y social.

**Bienestar** se basará en el clima organizacional y ofrecerá incentivos, reconocimientos y méritos cuando cada equipo de trabajo.

**Compromiso:** será parte del día a día de todo el equipo humano y generará el sentido de pertenencia en cada uno de sus integrantes hacia la empresa.

## 4.2 Matriz DOFA

Grafica 24 : Matriz DOFA



Elaboración Propia

El análisis DOFA:

- Fortalezas

Eficiencia: Se da con la experiencia del personal humano en el desarrollo de las funciones con calidad y confianza.

Costo del servicio: Tarifas competitivas en los servicios de aseo.

Mano de Obra Especializada: personal capacitado.

- Amenazas

Musculo financiero: Falta de recursos

Fidelización: las empresas se casan con algunas organizaciones por los buenos servicios y costos generando una fidelización.

- Debilidades

Falta de experiencia: siendo una empresa nueva en el mercado se le dificultaría llegar a nuevos clientes.

- Oportunidades

Mercados nuevos: Posibilidades de nuevos nichos, aumentando la participación en el mercado.

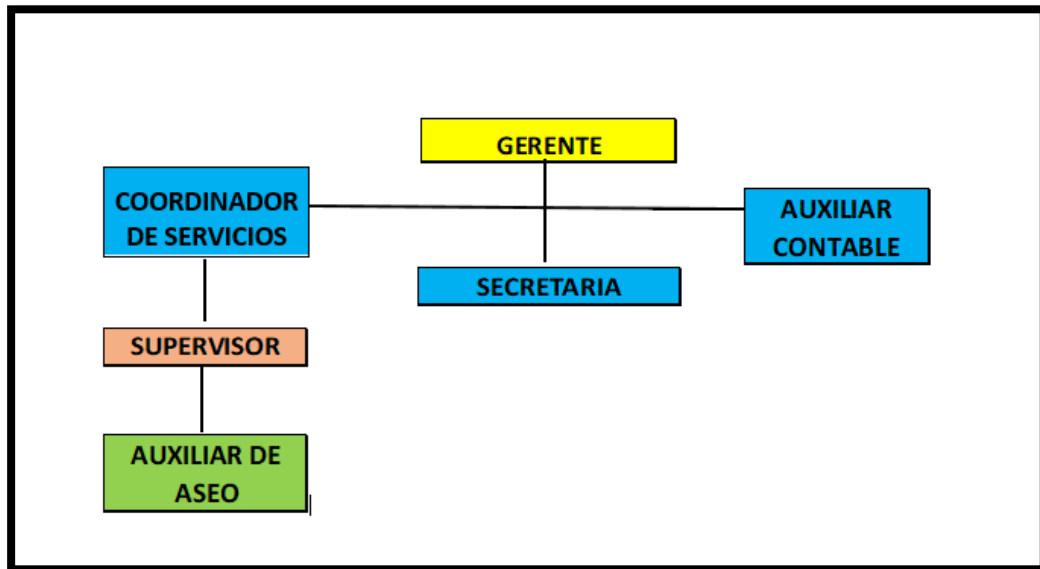
### **4.3 Organigrama Vertical**

El organigrama que se podría realizar es básico debido a que la empresa iniciaría con el personal esencial.

De esta forma se muestra la jerarquía de una forma sencilla, , muestra la importancia de la comunicación con cada uno de los profesionales.



**Grafica 25. Organigrama De La Empresa**



Fuente: Elaboración propia

#### **4.4 Aspectos legales**

##### **4.4.1 Estructura jurídica y tipo de sociedad**

La empresa se constituiría jurídicamente bajo la modalidad de Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S); Esta permite una flexibilidad organizacional a sus asociados entre las que resaltamos:

Los accionistas solo responderán por el monto que hayan aportado, su duración es indefinida y el objeto social podrá ser indeterminado.

Además, no requiere de un revisor fiscal al inicio de la empresa, esto basado en los requerimientos legales vigentes a la fecha.

#### 4.4.2 Otros aspectos legales

La Ley 1607 de 2012 dicta la aplicación del IVA y las retenciones que deben hacer de la renta, las compañías de aseo y vigilancia.

#### 4.4.3 Costos administrativos

Comprende la nómina del personal administrativo de la Empresa y los servicios para el funcionamiento de la Empresa.

**Tabla 8. Cargos Administrativos en el primer año**

<b>Cargo administrativo</b>	<b>valor</b>
ARRIENDO:	13.000.000
SERVICIOS PÚBLICOS:	300.000
INTERNET:	1.200.000
PAPELERÍA:	2.000.000
<b>Total</b>	<b>16.500.000</b>

Fuente: Elaboración Propia

Los gastos operacionales hacen referencia a los cargos del personal operativo.

Gastos operacionales de administración: corresponden a la nómina del Coordinador de servicios, supervisor.

**Tabla 9: Nomina cargos administrativos y operativos**

CARGOS	DEVEGADO			DEDUCCIONES			NETO PAGADO
	SUELDO BASICO	AUXILIO DE TRANSPORTE	TOTAL DEVEGADO	SALUD 4%	PENSION 4%	TOTAL DEDUCCIONES	
Gerente	2.000.000	0	2.000.000	80.000	80.000	160.000	1.840.000
Coordinador de servicios	1.400.000	102.854	1.502.854	28.000	28.000	56.000	1.446.854
Contador	1.660.000	0	1.660.000	66.400	66.400	132.800	1.527.200
Secretaria	900.000	102.854	1.002.854	36.000	36.000	72.000	930.854
supervisor	1.200.000	102.854	1.302.854	48.000	48.000	96.000	1.206.854
Auxiliar en aseo	877.803	102.854	980.657	35.112	35.112	70.224	910.433
<b>TOTAL</b>	<b>8.037.803</b>	<b>411.416</b>	<b>8.449.219</b>	<b>293.512</b>	<b>293.512</b>	<b>587.024</b>	<b>7.862.195</b>

Fuente: Elaboración Propia

**Tabla 10. . Cargos Operacionales y de Venta en el primer año**

CARGOS OPERACIONALES Y VENTAS	VALOR
Sueldos	7.862.195
Cesantias	654.921
Int. Cesantias	6.549
Prima	654.921
Vacaciones	327.854
Salud	628.976
Pension	943.463
Arl	40.883
Caja de Compensacion	314.488
Combustible y Lubricantes	2.400.000
publicidad	1.200.000
honorarios - servicios contratados	20.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>35.034.249</b>

Fuente: Elaboración Propia

## 4.5 Perfiles y cargos

### 4.5.1 Personal administrativo perfil del gerente

**Área:** Administrativa

**Cargo:** Gerente

**Funciones:** Planear, dirigir y controlar todas las actividades administrativas de la empresa.

**Funciones Específica:**

- Realizar reuniones periódicas para validar el progreso y desarrollo de los objetivos y la gestión dentro de la empresa.
- Garantizar un clima organizacional óptimo para todos.
- Autorizar y gestionar el pago de nómina.
- Labores de dirección estratégica y directiva.
- Velar por el cumplimiento de reglamentos internos.
- Vigilar, corregir y optimizar los procesos de la empresa.

**Requisitos:** Profesional En Administración De Empresa O Logística.

**Experiencia:** tres años como administrador en una empresa, preferiblemente de servicios, debe tener manejo en liderazgo, gestión de recursos humanos, relaciones humanas y Trabajo en equipo

**Habilidades:** Toma de decisiones

### 4.5.2 Perfil auxiliar contable

**Área:** Administrativa

**Cargo:** Auxiliar Contable.

**Funciones:** Realizar actividades administrativas, debe digitar toda la información de las transacciones contables de los ingresos y salidas financieras de la empresa de igual manera elaborar y verificar la nómina y liquidación de los aportes de la seguridad social.

**Funciones Específicas:**

1. Elaborar la nómina, verificar el pago de los aportes de la seguridad social
2. Revisión y control de documentos contables
3. Clasificar todos los documentos financieros
4. Identificar cuáles son los riesgos financieros y proponer acciones para prevenirlos
5. Gestionar y administrar los insumos de papelería.

**Requisitos:** Tecnólogo en formación profesional en el área de Contaduría Pública

**Experiencia:** Mínimo debe tener dos años como Auxiliar contable.

**Habilidades:** Conocimientos en Sistemas y operaciones contables

4.5.3 Perfil de la secretaria

**Área:** Administrativa.

**Cargo:** secretaria

**Funciones:** Realizar actividades y funciones de recepción en el área administrativa, atención al cliente y control de la agenda de funciones y actividades.

**Funciones Específicas:**

1. Recibir, entregar, clasificar y distribuir toda la correspondencia de la empresa.
2. Atención de servicio al cliente interno y externo de la empresa.
3. Atención telefónica de la empresa.
4. Cumplir con las normativas de la empresa.
5. Llevar un cronograma de las reuniones empresariales y custodiar las actas de las mismas.
6. reunir la información de los clientes que se comuniquen con la empresa.

**Requisitos:** Técnico en Administración

**Experiencia:** 6 meses en adelante

**Habilidades:** conocimientos básicos de secretariado, relaciones humanas, servicio al cliente, redacción de informes.

#### 4.5.4 Perfil auxiliar de servicios de aseo domésticos

**Área:** Servicio

**Cargo:** Profesional del Servicios Domestico.

**Funciones:** Prestar un servicio de aseo con calidad, amabilidad y eficiencia.

#### **Funciones Específicas:**

1. Cuidar los elementos de trabajo, y darles buen uso.
2. Desempeñar el trabajo asignado en el horario pactado.
3. Comunicar cualquier suceso físico a los equipos que imposibilite el trabajo
4. Cuidar las zonas de trabajo que están bajo su cuidado.
5. Pedir a tiempo los elementos e insumos para desarrollar las funcione asignadas.
6. Tener buenas relaciones humanas y cordiales con el cliente y el consumidor final del servicio.

**Requisitos:** Bachiller

**Experiencia:** Un año como prestadora de servicios domésticos

**Capacitación:** Servicio al cliente

**Habilidades:** Comunicación Asertiva Servicio al cliente

#### 4.5.5 Perfil del coordinador de servicios

**Área:** Comercial

**Cargo:** Coordinador de Servicios

**Funciones:** Planificación de las actividades comerciales, y control de las operaciones logística de la empresa.

**Funciones Específicas:**

1. Recepciona los requerimientos del cliente y planea un proceso comercial de atención.
2. Asesorar a los clientes en cuanto al servicio que se necesita.
3. Ejecuta un plan económico que permita a la compañía operar con una buena calidad y a menor costo
4. Plantear informes periódicamente de las actividades realizadas.
5. Captación de clientes.

**Requisitos:** Profesional en Administración de Empresa o logística.

**Experiencia:** Dos años en el área comercial con conocimientos en logística

**Habilidades:** Relaciones Interpersonales, Experticia técnica Habilidad comunicacional, Comunicación asertiva Capacidad para negociar

4.5.6 Perfil de supervisor

**Área:** Operativo

**Cargo:** Supervisor

**Funciones:** supervisar las actividades de los auxiliares de servicio de aseo.

**Funciones Específicas:**

1. Controlar que los elementos entregados a los auxiliares de aseo no sean mal usados
2. Brindar asesoría en técnicas de aseo al personal auxiliar de aseo
3. Plantear informes periódicamente de las actividades realizadas.
4. Reportar horas extras del personal de auxiliares de aseo.
5. Conocer el desempeño integral de cada auxiliar de aseo

**Requisitos:** Técnico industrial o logística

**Experiencia:** Dos años en el área de aseo, con conocimientos de servicios especializados de limpieza y de mantenimientos generales.

**Habilidades:** Relaciones humanas y comunicación asertiva.



## **5. Estudio financiero**

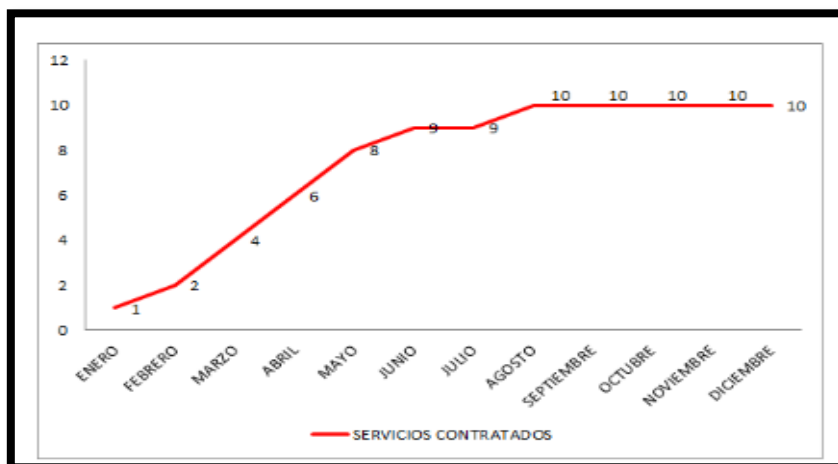
### **5.1 Proyecciones financieras**

Se realiza las siguientes proyecciones financieras basada en los estudios de mercado, técnico y organizacional aplicados al sector, a la competencia y a los clientes potenciales. Las proyecciones se realizan bajo la unidad de medida de servicios contratados versus los ingresos generados mensualmente.

### **5.2 Presupuesto de venta**

Los ingresos por ventas anuales se proyectaron sobre el crecimiento de los servicios en las Unidades Residenciales; para este caso se proyecta el total de 10 unidades residenciales a contratar en el primer año de operación como lo muestra el gráfico 23. Esto representa un ingreso en el flujo de caja durante el primer año de 89 veces, por un valor de \$325.145.569 de pesos m/c. como base en la meta alcanzar en el primer año. Ver Gráfico 24. Para el segundo año se proyecta mantener las unidades contratadas del año anterior y e incrementar el servicio en 7 unidades. Para el año 2023 se espera vender 8 unidades, obteniendo un incremento de 15 unidades con respecto al primer año de operación. Para el año 2024 la meta es de 9 unidades y por último se de este mismo rubro; para el año 2025 la empresa proyecta alcanzar 10 unidades para un total de 34 unidades con respecto al primer año de ventas; de esta forma alcanzaría un total de 123 veces los ingresos de dineros por servicios prestados. De esta forma se proyecta alcanzar un crecimiento continuo en ventas e ingresos en el transcurso del año 2021 al 2025.

**Gráfica 26. Proyección Total De Unidades Residenciales Primer Año.**



Fuente: Elaboración Propia

**Gráfica 27. Proyección Mensual de Ingresos en el año 2021**

Servicios Contratados en el Año	Valor del Ingreso Mensual \$ 3,653,321												Total	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre		
1	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 43,839,852
2	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 40,186,531
3	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 36,533,210
4	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 36,533,210
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 32,879,889
6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 32,879,889
7	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 29,226,568
8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 29,226,568
9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 25,573,247
10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 3,653,321	\$ 18,266,605
<b>Total</b>	<b>\$ 3,653,321</b>	<b>\$ 7,306,642</b>	<b>\$ 14,613,284</b>	<b>\$ 21,919,926</b>	<b>\$ 29,226,568</b>	<b>\$ 32,879,889</b>	<b>\$ 32,879,889</b>	<b>\$ 36,533,210</b>	<b>\$ 36,533,210</b>	<b>\$ 36,533,210</b>	<b>\$ 36,533,210</b>	<b>\$ 36,533,210</b>	<b>\$ 36,533,210</b>	<b>\$ 325,145,569</b>
	1	2	4	6	8	9	9	10	10	10	10	10	10	10

En el cuadro anterior se identifica que en el primer año se logra con 10 unidades obtener 89 veces ingresos de dinero, de acuerdo a esto se plantea la proyección de las entradas de ingreso durante los 5 años siguiente de flujo de ingresos de dinero. Ver Gráfico 28.

**Grafica 28. Proyección de Ingresos por servicios de aseo por Año. (Veces en el año)**

#	Ventas de Serv. X Unidades	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
1	Venta de Servicios de Aseo	10	17	25	34	44
#	Ingresos en Unidades	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
1	Cuántas veces Ingresar Dinero x Año	89	96	104	113	123

Fuente: Elaboración Propia

Para el crecimiento de los precios en venta, como para los costos y los gastos se incrementarán con base al promedio de la tasa del Índice de precios al consumidor (IPC) que se ha obtenido desde el año 2012 hasta el año 2019 según el banco de la república es de un 4%.

**Grafica 29. Resumen Histórico de IPC año, 2012 hasta 2019**

RESUMEN HISTORICO I.P.C. INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR	
AÑO	IPC
2012	2.44
2013	1.94
2014	3.66
2015	6.77
2016	5.75
2017	4.09
2018	3.18
2019	3.8
<b>Promedio</b>	<b>4.0</b>

Fuente: Resumen Histórico de IPC. Estadísticas del DANE 2020

Teniendo en cuenta lo anterior se muestra la respectiva proyección de los ingresos por ventas, generados; de los costos operacionales y de los gastos ocasionados en la operación. En la tabla 11 se observa la proyección de las ventas.

**Tabla 11. Proyección de ventas**

#	Ventas Anuales en Pesos	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025
1	Ingresos por servicio de aseo	\$325,145,569	\$364,747,569	\$410,948,927	\$464,372,288	\$525,685,868
	Total Venta en Pesos	\$325,145,569	\$364,747,569	\$410,948,927	\$464,372,288	\$525,685,868

Fuente: Elaboración Propia

### **5.3 Presupuesto de compra**

Se relaciona insumos y elementos que se requieren en el primer año de operación este permite tener un plan de compra y mantener un abastecimiento regular. Ver en la tabla 12.

**Tabla 12. Materiales e Insumos consumos por mes**

<b>MATERIALES E INSUMOS POR UNIDAD RESIDENCIAL -CONSUMO MES</b>			
<b>Insumos de Limpieza</b>	<b>Consumo Mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Vlr Unit</b>
Detergente en Polvo KI	3	\$ 1,200	\$ 3,600
Acido Muriatico 800 mLt	1	\$ 5,520	\$ 5,520
Ambientador para pisos Lt	2	\$ 2,500	\$ 5,000
Varsol 800 mlt	1	\$ 5,150	\$ 5,150
Blanqueador Desinfectante Lt	1	\$ 2,660	\$ 2,660
Shampoo alfombras y muebles 350 mLt	1	\$ 2,703	\$ 2,703
Limpia vidrios 200 mLt	1	\$ 1,600	\$ 1,600
Cera Emulsionada 800 mlt	1	\$ 6,100	\$ 6,100
Removedor de Ceras 350 mLt	1	\$ 2,905	\$ 2,905
Detergente liquido 350 mLt	1	\$ 2,275	\$ 2,275
<b>TOTAL INSUMOS DE LIMPIEZA</b>	<b>13</b>	<b>\$ 32,613</b>	<b>\$ 37,513</b>
<b>Elementos de Limpieza</b>	<b>Consumo Mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Vlr Unit</b>
Dulce Abrigo Rojo (1mt * 70 cm)	3	\$ 2,000	\$ 6,000
Dulce Abrigo Blanco (1mt * 70 cm)	3	\$ 2,000	\$ 6,000
Chupa para Baño	1	\$ 4,900	\$ 4,900
Balde de 14 Lts	2	\$ 8,500	\$ 17,000
Escoba (unidad)	3	\$ 3,500	\$ 10,500
Trapero (unidad)	3	\$ 4,200	\$ 12,600
Recogedor (unidad)	3	\$ 3,000	\$ 9,000
Guantes	3	\$ 5,500	\$ 16,500
Cepillo para Pisos	1	\$ 14,000	\$ 14,000
<b>TOTAL ELEMENTOS DE LIMPIEZA</b>	<b>22</b>	<b>\$ 47,600</b>	<b>\$ 96,500</b>
<b>Insumos Jardinera</b>	<b>Consumo Mensual</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Mensual</b>
Abonos Kg	25	\$ 1,280	\$ 32,000
Fertilizantes convencionales Kg	10	\$ 5,500	\$ 55,000
<b>TOTAL INSUMOS DE JARDINERIA</b>	<b>35</b>	<b>\$ 6,780</b>	<b>\$ 87,000</b>
<b>TOTAL DE COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS</b>			<b>\$ 221,013</b>

**Tabla 13. Plan De Compras A Un Año**

Plan de Compras en Unidades	Unidad Medida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
insumos de limpieza	VR	1	2	4	6	8	9	9	10	10	10	10	10	89
insumos de jardinería	VR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Elementos de Limpieza	VR	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10	20
	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0,00	0,00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

PRESUPUESTO de Compras (en pesos)	Unidad Medida	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	TOTAL
insumos de limpieza		\$ 221.013	\$ 442.026	\$ 884.052	\$ 1.326.078	\$ 1.768.104	\$ 1.989.117	\$ 1.989.117	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 19.670.157
insumos de jardinería		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Elementos de Limpieza		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	0,00	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
	0,00	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 221.013	\$ 442.026	\$ 884.052	\$ 1.326.078	\$ 1.768.104	\$ 1.989.117	\$ 1.989.117	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 2.210.130	\$ 19.670.157

Fuente: Elaboración Propia

**Grafica 30. Proyección de Compras primer año de operación**

Valor del costo de insumos x unidad mes	\$ 221,013												
Cantidad de Servicios Contratados en el Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
1	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 2,652,156
2	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 2,431,143
3	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 2,210,130
4	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 2,210,130
5	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 1,989,117
6	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 1,989,117
7	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 1,768,104
8	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 1,768,104
9	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 1,547,091
10	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 221,013	\$ 1,105,065
<b>Total</b>	\$ 221,013	\$ 442,026	\$ 884,052	\$ 1,326,078	\$ 1,768,104	\$ 1,989,117	\$ 1,989,117	\$ 2,210,130	\$ 2,210,130	\$ 2,210,130	\$ 2,210,130	\$ 2,210,130	\$ 19,670,157

#### 5.4 Presupuesto de gastos

Los mayores gastos están reflejados en la mano de obra, los cuales son la base económica de esta realidad organizacional.



%	Compras en \$ Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
	Compras de MP	\$221,013	\$442,026	\$884,052	\$1,326,078	\$1,768,104	\$1,989,117	\$1,989,117	\$2,210,130	\$2,210,130	\$2,210,130	\$2,210,130	\$2,210,130	\$19,670,157
	Pagos al contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
100%	Pagos a 30 días		\$221,013	\$442,026	\$884,052	\$1,326,078	\$1,768,104	\$1,989,117	\$1,989,117	\$2,210,130	\$2,210,130	\$2,210,130	\$2,210,130	\$17,460,027
0%	Total	\$0	\$221,013	\$442,026	\$884,052	\$1,326,078	\$1,768,104	\$1,989,117	\$1,989,117	\$2,210,130	\$2,210,130	\$2,210,130	\$2,210,130	\$17,460,027
<b>Pendiente de Pago</b>														
\$2,210,130														
11.24%														

Fuente: Elaboración Propia

De esta misma forma se realiza la proyección de los cobros y los pagos a 5 años para saber cómo será el comportamiento de estos a cada año de operación.

**Tabla 16: Proyección de los cobros a 5 años**

<b>Cobranzas</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Venta en Pesos	\$325,145,569	\$364,747,569	\$410,948,927	\$464,372,288	\$525,685,868
Cobranza al contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Cobranza a 30 días	\$288,612,359	\$300,156,853	\$312,163,127	\$324,649,653	\$337,635,639
<b>Pendiente de Cobro</b>	<b>\$36,533,210</b>	<b>\$64,590,715</b>	<b>\$98,785,800</b>	<b>\$139,722,635</b>	<b>\$188,050,229</b>
<b>Porcentaje Pendiente de Cobro</b>	<b>11.24%</b>	<b>17.71%</b>	<b>24.04%</b>	<b>30.09%</b>	<b>35.77%</b>

**Tabla 17: Proyección de los pagos a 5 años**

<b>Pagos</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Compras en Pesos	\$19,670,157	\$22,065,938	\$24,860,957	\$28,092,881	\$31,802,136
Pagos al contado	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos a 30 días	\$17,460,027	\$18,158,428	\$18,884,765	\$19,640,156	\$20,425,762
<b>Pendiente por Pagar</b>	<b>\$2,210,130</b>	<b>\$3,907,510</b>	<b>\$5,976,192</b>	<b>\$8,452,725</b>	<b>\$11,376,374</b>
<b>Porcentaje Pendiente por Pagar</b>	<b>11%</b>	<b>18%</b>	<b>24%</b>	<b>30%</b>	<b>36%</b>



## 5.6 Inversiones

Las inversiones realizadas para este proyecto son las que se requiere para su funcionamiento y cubrir las necesidades de los servicios ofertados. En este caso los inversionistas realizan los siguientes aportes: para las inversiones de bienes de uso la suma de \$91.757.790 de acuerdo a los elementos como equipos, muebles, enseres y equipo de transporte a utilizar. Y en inversiones de capital de trabajo se determinó que los inversionistas van a colocar la suma de \$65.567.181 en el primer año, para cubrir los conceptos operacionales de funcionamiento.

**Tabla 18. Detalle de inversiones en Bienes de uso y capital de trabajo**

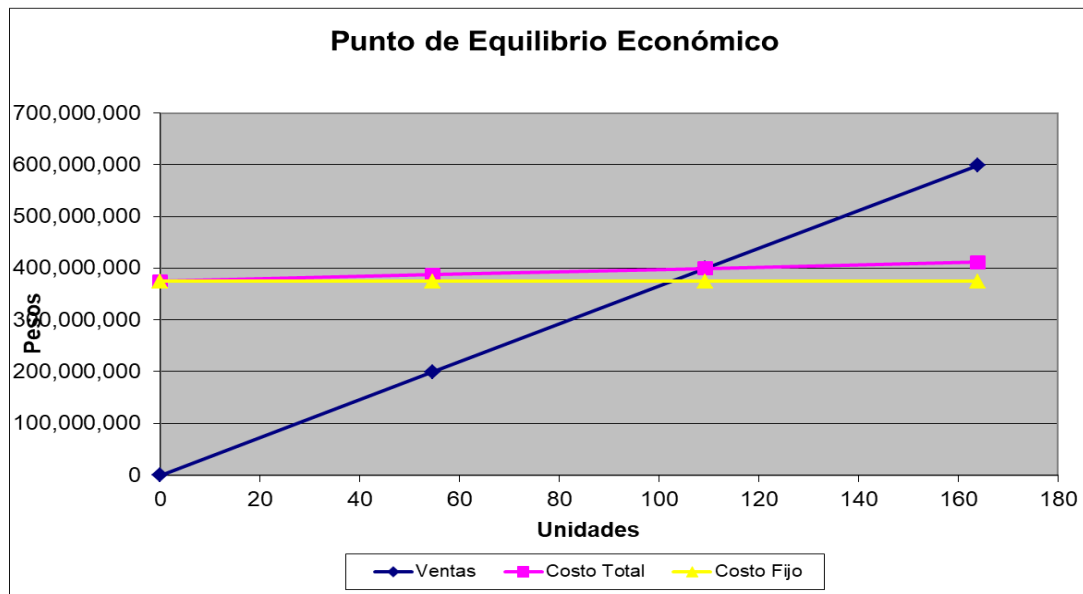
	INVERSIONES DEL PROYECTO				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Inversión en activos fijos</b>					
Maquinaria y equipo	17,047,780				
Muebles y enseres	9,850,000				
Equipo de transporte y computo	64,860,000				
<b>Total inversión en activos fijos</b>	<b>91,757,780</b>				
<b>Inversion en gastos preoperativos</b>	<b>1,200,000</b>				
<b>Inversión en capital de trabajo</b>		65,567,181	27,494,646	32,352,937	38,073,846
<b>total inversiones</b>	<b>92,957,780</b>	<b>65,567,181</b>	<b>27,494,646</b>	<b>32,352,937</b>	<b>38,073,846</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.2. Punto de equilibrio

Para lograr el punto de equilibrio se debe concretar 109 servicios, de los cuales se obtiene ingresos por un valor \$ \$399.071.629 Siempre y cuando no haya cambios en los incrementos de ventas y en los parámetros de este estudio se llegaría al equilibrio después de los 5 años de operación. Obteniendo la estabilidad requerida para continuar con el proyecto.

**Tabla 19. Punto De Equilibrio Económico**



Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.3. Estado de resultados

Los estados de resultado son la proyección de los ingresos a 5 años, menos los costos y gastos operativos los cuales reflejan una utilidad del proyecto pasado los 3 primeros años, en los cuales su resultado es negativo, luego de este tercer año se inicia el proceso de recuperación de capital y se va obteniendo ingresos que se reflejan en el flujo de caja, para así logra estabilidad en la utilidad.

**Tabla 20. Estado de Resultado Proyectado 2021-2025**

	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO				
	2021	2022	2023	2023	2023
Ingresos operacionales de ventas	325,145,569	364,747,569	410,948,927	464,372,288	525,685,868
Costo de ventas	287,390,131	299,989,492	304,730,603	297,079,186	311,791,603
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>37,755,438</b>	<b>64,758,076</b>	<b>106,218,325</b>	<b>167,293,102</b>	<b>213,894,265</b>
Gastos operacionales:					
De administración y ventas	107,209,232	109,010,922	107,806,494	111,671,460	115,686,552
<b>Utilidad operacional</b>	<b>- 69,453,794</b>	<b>- 44,252,846</b>	<b>- 1,588,169</b>	<b>55,621,642</b>	<b>98,207,712</b>
Ingresos no operacional	-	-	-	-	-
Intereses de financiación	-	-	-	-	-
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>- 69,453,794</b>	<b>- 44,252,846</b>	<b>- 1,588,169</b>	<b>55,621,642</b>	<b>98,207,712</b>
Impuesto de renta	-	-	-	-	-
<b>Utilidad neta</b>	<b>- 69,453,794</b>	<b>- 44,252,846</b>	<b>- 1,588,169</b>	<b>55,621,642</b>	<b>98,207,712</b>

Fuente: Elaboración Propia

#### 5.1.4. Flujo de fondos

Se observa que los flujos de caja son negativos desde el primer año de operación, aunque con los aportes del emprendedor, este flujo de caja no deja de ser negativo. Estos aportes realizados por el emprendedor son necesarios para el funcionamiento operativo, dado que son el capital inicial que permiten la financiación y garantizan el capital del trabajo; estos aportes son las inversiones necesarias para la factibilidad del proyecto, estos aportes representados en equipos como: maquinarias, muebles, equipos de cómputo y medio de transporte adecuado en el uso diario de operación.

**Tabla 21. Flujo de Fondos Proyectado a 5 años**

	PROYECCIÓN DEL FLUJO DE CAJA					
	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Entradas de Efectivo:</b>						
Recaudos de cartera		288,612,359	300,156,853	312,163,127	324,649,653	337,635,639
Aporte de socios	92,957,780					
Prestamos a largo plazo	-	-	-	-	-	-
Valor de liquidación						
Capital de trabajo						
Activos fijos				-		
<b>Total entradas de efectivo:</b>	<b>92,957,780</b>	<b>288,612,359</b>	<b>300,156,853</b>	<b>312,163,127</b>	<b>324,649,653</b>	<b>337,635,639</b>
<b>Salidas de efectivo:</b>						
Compra de activos fijos:						
Maquinaria y equipo	17,047,780	-	-	-	-	-
Muebles y enseres	9,850,000	-	-	-	-	-
Equipo de transporte y computo	64,860,000	-	-	-	-	-
Gastos preoperativos	1,200,000	-	-	-	-	-
Pago de la materia prima		17,460,027	16,549,453	15,299,050	19,640,156	20,425,762
Pago de la mano de obra directa		237,576,084	249,388,639	261,835,361	274,952,934	288,780,302
Pago de los costos indirectos de fábrica			30,143,890	21,620,000	-	-
Pago de los gastos de administración y ventas		101,084,232	104,085,922	107,806,494	111,671,460	115,686,552
Pago de intereses		-	-	-	-	0
Pago de la deuda (capital)		-	-	-	-	0
Pago de impuestos		-	-	-	-	0
<b>Total salidas de efectivo</b>	<b>92,957,780</b>	<b>356,120,343</b>	<b>400,167,904</b>	<b>406,560,905</b>	<b>406,264,550</b>	<b>424,892,616</b>
Flujo de efectivo neto	-	- 67,507,984	- 100,011,051	- 94,397,778	- 81,614,898	- 87,256,977
saldo al final del año	-	- 67,507,984	- 103,052,065	- 115,146,637	- 189,743,077	- 136,939,310

Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.5. Estado de situación financiera

El estado financiero se proyecta teniendo en cuenta los ingresos, los costos y los gastos de funcionamiento conjuntamente con las políticas de cartera y pagos establecidos previamente.

Teniendo en cuenta el estado de situación financiera se logra identificar que no se logra cubrir los pasivos corrientes con el activo corriente porque tenemos una diferencia negativa en el activo, por consiguiente pasivos corrientes superar a los activos corriente en el primer año; en el segundo, tercer y cuarto sucede lo mismo; solo hasta el quinto año se obtienen resultados positivos en los activos corrientes.

**Tabla 22. Estado de situación Financiera proyectada a 5 años**

	ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO					
	2020	2021	2022	2023	2023	2023
Disponible	- -	67,507,984	- 103,052,065	- 115,146,637	- 189,743,077	- 136,939,310
Cuentas por cobrar clientes		36,533,210	64,590,715	98,785,800	139,722,635	188,050,229
Inventarios		-	-	-	0	0
<b>Total Activo corriente</b>	<b>- -</b>	<b>30,974,774</b>	<b>- 38,461,350</b>	<b>- 16,360,837</b>	<b>- 50,020,442</b>	<b>51,110,919</b>
<b>Activo fijo</b>						
Maquinaria y equipo	17,047,780	17,047,780	17,047,780	17,047,780	17,047,780	17,047,780
Muebles y enseres	9,850,000	9,850,000	9,850,000	9,850,000	9,850,000	9,850,000
Equipo de transporte y computo	64,860,000	64,860,000	64,860,000	64,860,000	64,860,000	64,860,000
Depreciación acumulada		- 35,068,890	- 70,137,780	- 91,757,780	-	-
<b>Total activo fijo neto</b>	<b>91,757,780</b>	<b>56,688,890</b>	<b>21,620,000</b>	<b>-</b>	<b>91,757,780</b>	<b>91,757,780</b>
Gastos preoperativos	1,200,000	-	-	-	-	-
<b>Total activo</b>	<b>92,957,780</b>	<b>25,714,116</b>	<b>- 16,841,350</b>	<b>- 16,360,837</b>	<b>41,737,338</b>	<b>142,868,699</b>
<b>Pasivo corriente</b>						
Obligaciones financieras a corto plazo		-	-	-	-	-
Proveedores		2,210,130	3,907,510	5,976,192	8,452,725	11,376,374
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>-</b>	<b>2,210,130</b>	<b>3,907,510</b>	<b>5,976,192</b>	<b>8,452,725</b>	<b>11,376,374</b>
<b>Pasivo a largo plazo</b>						
	-	-	-	-	-	-
<b>Total pasivo</b>	<b>-</b>	<b>2,210,130</b>	<b>3,907,510</b>	<b>5,976,192</b>	<b>8,452,725</b>	<b>11,376,374</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital social	92,957,780	92,957,780	92,957,780	92,957,780	92,957,780	92,957,780
Utilidad del ejercicio		- 69,453,794	- 44,252,846	- 1,588,169	55,621,642	98,207,712
Utilidad acumulada			- 69,453,794	- 113,706,640	- 115,294,809	- 59,673,167
total patrimonio	92,957,780	23,503,986	- 20,748,860	- 22,337,029	33,284,613	131,492,325
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>92,957,780</b>	<b>25,714,116</b>	<b>- 16,841,350</b>	<b>- 16,360,838</b>	<b>41,737,338</b>	<b>142,868,699</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 5.1.6. Indicadores de rentabilidad.

De acuerdo con estos indicadores de rentabilidad financiera se logró estimar el ROA y el ROE proyectados a 5 años, y de esta forma se obtuvo el costo promedio ponderado de capital para todos los años.

**Grafica 31. Indicadores de Rentabilidad**

INDICADORES DE RENTABILIDAD					
	2021	2022	2023	2023	2023
ROA	-74.7%	-172.1%	9.4%	-340.0%	235.3%
ROE	-74.7%	-188.3%	7.7%	-249.0%	295.1%
<b>COSTO DE CAPITAL</b>					
Tasa de impuesto	31%				
Costo de la deuda	2% mensual				
Costo de la deuda	27% anual				
Tasa de oportunidad del socio	35%				
	2020	2021	2022	2022	2023
TOTAL DEUDA (D)	2,210,130	3,907,510	5,976,192	8,452,725	11,376,374
TOTAL PATRIMONIO (E)	23,503,986	-20,748,860	-22,337,029	33,284,613	131,492,325
TOTAL DEUDA MAS PATRIMONIO (D+E)	<b>25,714,116</b>	<b>-16,841,350</b>	<b>-16,360,838</b>	<b>41,737,338</b>	<b>142,868,699</b>
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	<b>33.6%</b>	<b>38.8%</b>	<b>41.0%</b>	<b>31.7%</b>	<b>33.7%</b>

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la TIR del proyecto la cual arroja el -28.20% es negativo para el proyecto, indicando que NO ES FACTIBLE.

**Tabla 23. Evaluación Del Proyecto- Proyección A 5 Años**

FLUJO DE CAJA DE LOS ACTIVOS					
	2021	2022	2023	2024	2025
Utilidad Operativa	- 69,453,794	-44,252,846	- 1,588,169	55,621,642	98,207,712
Menos los impuestos	-	-	-	-	-
Más amortizaciones	1,200,000	-	-	-	-
Más depreciaciones	35,068,890	35,068,890	21,620,000	-	-
Menos inversión en capital de trabajo	65,567,181	27,494,646	32,352,937	38,073,846	46,890,817
Menos inversión en activos fijos	-	-	-	-	-
flujo de caja de los activos	- 98,752,085	-36,678,601	-12,321,106	17,547,796	51,316,896
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	<b>92,957,780</b>				
<b>COSTO DE CAPITAL (2020)</b>	<b>33.6%</b>				
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>					
<b>PERIODO</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>TIR</b>		<b>-28.20%</b>	
0 -	92,957,780	<b>VPN</b>		<b>-\$ 175,031,909.35</b>	
1 -	98,752,085	<b>PROYECTO NO VIABLE</b>			
2 -	36,678,601				
3 -	12,321,106				
4 -	17,547,796				
5 -	51,316,896				

Fuente: Elaboración Propia

El costo de oportunidad del socio es del 35% dado que la tasa de interés bancario tiene como promedio en Colombia el 18.19% para el mes de mayo del año 2020, es decir que este es el promedio que paga y cobra el banco en un préstamo ordinario de consumo, por lo tanto el socio al arriesgar su capital, cobra una tasa de costo sobre este valor que tienen las entidades financieras.

### Grafica 32. Histórico de Tasas para créditos de consumos y ordinarios

Histórico de tasas para créditos de consumo y ordinarios		
Tasa de Interés Bancario Corriente 2020		
Desde	Hasta	Tasa para crédito de consumo y ordinario
1 de enero de 2020	31 de enero de 2020	18,77%
1 de febrero de 2020	29 de febrero de 2020	19,06%
1 de marzo de 2020	31 de marzo de 2020	18.95%
1 de abril de 2020	30 de abril de 2020	18.69%
1 de mayo de 2020	31 de mayo de 2020	18.19%

Fuente: Súper Intendencia Financiera De Colombia Interés Bancario Corriente para crédito de Consumo y Ordinarios Mayo 2020

#### 5.2. Conclusiones financieras

Una vez realizada el estudio financiero, se obtuvo de cada uno de los datos proyectados de las variables financieras, Se observó que los flujos caja son negativos desde que inicia el funcionamiento del proyecto, y siguen así pasado los 5 años de proyección.

En el estado de situación financiera proyectado se identificó que los pasivos corrientes superan los activos corrientes hasta el cuarto año de operación, solo hasta el quinto año los activos corrientes tienen un valor positivo y estos lograrían absorber a los pasivos corrientes.

Para este proyecto el ROE refleja el rendimiento obtenido por los inversionistas por el capital invertido en el proyecto, con la información financiera obtenida de este indicador, muestra que el porcentaje desde el primer año es un valor negativo, es decir que la capacidad que tendría



esta empresa de remunerar a los inversionistas es negativa y esta se presentaría hasta el cuarto año con un porcentaje de -249%.

El ROA como indicador de rentabilidad que mide el total de los activos, para este caso, también es negativo. Indicando que las inversiones en activos totales, no generan ni tienen capacidad de rentabilidad para la misma.

Para concluir también se observa que la TIR es negativa en -28.20%, reflejando que el proyecto no es factible de inversión, por la estructura de costos que se plantea.

Teniendo en cuenta que los resultados de la participación que puede llegar a tener la empresa en el mercado actual, no es muy amplia, lo cual no permite abarcar muchos clientes potenciales de este mercado.

Con este estudio de factibilidad se identificó una variable crítica en el Proyecto, y esta tiene que ver con la variación en las cantidades de servicios vendidos en el primer año de operación, y esta variable incide sobre los costos y gastos operacionales con unas condiciones de riesgo altas.

Al evaluar toda esta información financiera, de este estudio de factibilidad y obteniendo estos resultados, nos indica que no es factible que se realice este proyecto.

## 6. Conclusiones

Se logra evaluar la Factibilidad para crear la empresa de servicio de aseo en la ciudad de Jamundí, concluyendo lo siguiente:

Con el permanente crecimiento de la población en la ciudad de Jamundí que ha llevado a que el área urbana se transforme en un lugar de mejores construcciones de vivienda, consolidándose como el sector inmobiliario con mayor inversión en la actualidad, favoreciendo las expectativas para la factibilidad de este proyecto.

La investigación de mercado que se llevó a cabo permite concluir que hay una proyección positiva de inclusión en el mercado actual, aunque está cubierto por empresas reconocidas en servicios de aseo y de mantenimiento si se presentan condiciones favorables debido al crecimiento inmobiliario de este municipio.

El proyecto plantea de manera directa que el servicio de aseo es más demandado en el mercado de servicios tercerizados, porque en este se puede obtener la sostenibilidad financiera al desarrollo del proyecto, además esta línea de servicios sería la menos sensible ante una eventual recesión de la economía.

El servicio al cliente, los servicios especializados y la tecnología de equipos son los factores clave que buscan los clientes para sus usuarios de las unidades residenciales en sus proveedores de servicio de aseo, bajo esta premisa el proyecto busca fortalecer estas variables.

El estudio técnico del proyecto planteó trabajar con proveedores del mismo municipio para la compra de materiales e insumos y a su vez se contribuye al beneficio económico de las empresas presentes en Jamundí.

El proyecto toma como referencia la ley básica del impacto ambiental, aplicable a las actividades económicas, estas regulan el compromiso para prevenir y evitar daños ambientales, esta ley en Colombia está regida por la ISO 14001.

Conociendo el resultado del estudio financiero en donde se realizó las proyecciones presupuestales en un mercado potencial se determina que este es un proyecto no favorable debido a que su tasa interna de retorno es de un -28.20%, esto demuestra que su valor neto actual está decrecimiento.

De acuerdo a las proyecciones presupuestales el proyecto optaría su punto de equilibrio a después del quinto año de funcionamiento teniendo la posibilidad de recuperar la inversión que se hizo y así cubrir el total de las deudas a largo plazo de una forma no satisfactoria de este modo la empresa contara con un flujo de caja negativo hasta el cuarto año.

## Bibliografía

- Alcaldía Jamundí. (2019). *Plan de Desarrollo Municipal 2016 - 2019, "Jamundí una ciudad para vivirla"*. Jamundi: Alcaldia Municipio de Jamundi.
- Amado, O., & Chávez, E. (2006). *Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Empresa De Servicios De Outsourcing De Limpieza Y Mantenimiento En La Ciudad De Bogotá Localidad Chapinero*. Bogota - Colombia: UNIVERSIDAD DE LA SALLE FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.
- ANIF. (1 de 10 de 2018). *Sector Servicios: Desempeño reciente y perspectivas*. Obtenido de Sector Servicios: Desempeño reciente y perspectivas: <http://www.anif.co/Biblioteca/pyme/sector-servicios-desempeno-reciente-y-perspectivas>
- Arboleda, G. (2003). *Formulación, Evaluación y Control de Proyectos*. AC Editores.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mexico D.F.: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Barba-Sánchez, J.-Z. &. (2007). Efectos de la motivacion y de la experiencia del empresario emprendedor en el crecimiento de la empresa de reciente creación. *Efectos de la motivacion y de la experiencia del empresario emprendedor en el crecimiento de la empresa de reciente creación*, 30.
- Cali, Camara de Comercio de. (2017). *Balance Socioeconomico de Cali*. Cali: Camara de Comercio de Cali.
- Campbell, A. (1990). *Mission & Bussines philosophy*. Universidad de Oxford - Inglaterra: Heineman Professional Publishing.

- Carter, Gartner, Shaver y Gatewood. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13 - 39.
- Clavijo, S. (01 de agosto de 2018). *Sector servicios: desempeño reciente y perspectivas*. Obtenido de Sector servicios: desempeño reciente y perspectivas: <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-clavijo-500041/sector-servicios-desempeno-reciente-y-perspectivas-2755195>
- Collins, J. y. (1995). *Empresas que perduran*. Bogota : Norma.
- Dallos , N., & Vergara , A. (2010). *Plan de Negocio Limpio S.A. Chia - Cundinamarca*: Universidad de la Sabana- Instituto de Posgrados Gerencia Comercial.
- Desarrollo Economico Local . (2019). Iniciativas económicas para el desarrollo local: viabilidad y planificación. *Desarrollo Economico Local*, 4-5.
- DINERO. (2016). <https://www.dinero.com/internacional/articulo/el-80-del-servicio-domestico-en-latinoamerica-esta-en-la-informalidad/226182>. *Casi el 80% de las personas que trabajan en servicio doméstico están en la informalidad*.
- Drucker, P. (1988). *Llega una nueva organización de empresas*. Cambridge: Harvard Bussines Review.
- El País. (22 de Diciembre de 2014). *Despega zona franca de servicios en la vía Cali-Jamundí*. Obtenido de Despega zona franca de servicios en la vía Cali-Jamundí: <https://www.elpais.com.co/economia/despega-zona-franca-de-servicios-en-la-via-cali-jamundi.html>
- El País. (11 de 07 de 2017). *Más de 12 mil empresas nuevas se han registrado este año en el Valle*. Obtenido de Más de 12 mil empresas nuevas se han registrado este año en el Valle:

<https://www.elpais.com.co/economia/mas-de-12-mil-empresas-nuevas-se-han-registrado-este-ano-en-el-valle.html>

El País. (19 de Octubre de 2019). *El Sur de Cali continúa proyectándose como el sector de mayor de crecimiento*. Obtenido de El auge del ‘nuevo sur de Cali’: <https://www.elpais.com.co/contenido/el-sur-de-cali-continua-proyectandose-como-el-sector-de-mayor-de-crecimiento.html>

El Tiempo Cali. (17 de Noviembre de 2014). *El insospechado crecimiento de los jamundeños*. Obtenido de Archivo El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-14897778>

Enriquez, N. (01 de 01 de 2019). *Fundación incyde*. Obtenido de Fundación incyde: <http://www.incyde.org/>

Entrepreneur Media, Inc. (01 de 04 de 2019). *Tu Plan de Negocios paso a paso*. Obtenido de Tu Plan de Negocios paso a paso: <https://www.entrepreneur.com/article/269219>

entrepreneur.com. (26 de 01 de 2019). *entrepreneur.com*. Obtenido de ¿Cuál es la diferencia entre Propósito, Misión y Visión?: <https://www.entrepreneur.com/article/294059>

Espinosa , Á., & Velázquez, L. (2011). *Plan de empresa "Mantenimientos Inmobiliarios de Occidente SAS*. Cali - Colombia: UNIVERSIDAD ICESI - FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS.

Espinosa A., y. V. (2011). *PLAN DE EMPRESA “MANTENIMIENTOS INMOBILIARIOS DE OCCIDENTE SAS”*. Cali: UNIVERSIDAD ICESI.

F. Sáez Vacas, O. G. (2003). *Tendencias del Entorno*. España: Ediciones.

Fórneas Carro, J. R. (2008). *Outsourcing. Saque el máximo partido de sus proveedores*. España: Businnes Pocket. Netbiblo.

- García, S. D. (1997). *La Dirección por Valores*. Madrid: McGraw. Hill.
- González, X. (10 de febrero de 2017). *La República*. Obtenido de En el Valle del Cauca se registraron 26.006 empresas nuevas en 2016: <https://www.larepublica.co/economia/en-el-valle-del-cauca-se-registraron-26006-empresas-nuevas-en-2016-2470301>
- Hernández García, A. C., & Britto Cañas, C. (2016). Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa. Pereira.
- Herzberg, F. (1970). The Motivation - Hygiene Theory. *Gestión y Motivación*, 86 - 90.
- ISO 14001. (2018). *ISO - 14001*. <https://www.nueva-iso-14001.com/2018/07/iso-14001-que-son-las-leyes-que-las-empresas-deben-conocer/>.
- ISS. (1 de marzo de 2019). *Historia del Outsourcing*. Obtenido de ISS Mexico: <https://www.mx.issworld.com/acerca/zona-de-aprendizaje/ideas-outsourcing/historia-del-outsourcing>
- La Nota.com. (21 de julio de 2019). *Ranking 2018 limpieza y mantenimiento de Colombia*. Obtenido de Ranking 2018 limpieza y mantenimiento de Colombia: <https://lanota.com/index.php/CONFIDENCIAS/ranking-2018-limpieza-y-mantenimiento-de-colombia.html>
- La Razon. (18 de 04 de 2018). *Las empresas de limpieza: Una excelente opción*. Obtenido de Las empresas de limpieza: Una excelente opción: <https://www.larazon.es/economia/las-empresas-de-limpieza-una-excelente-opcion-HO18706643>
- La República. (1 de 1 de 2019). *Telecomunicaciones y salud, los que más ganaron del sector servicios*. Obtenido de Telecomunicaciones y salud, los que más ganaron del sector servicios: <https://www.larepublica.co/economia/telecomunicaciones-y-salud-los-que-mas-ganaron-del-sector-servicios-en-2012-2125266>

- Locke y Latham, G. (2004). What Should We Do About Motivation Theory? Six Recommendations For The Twenty-first Century. *Academy of Management Review*, 388 - 403.
- Maslow. (1969). *A theory of human motivation*. Belmont, USA: Thomson Wadsworth, c2005.
- Mayo, E. (1972). *Problemas Humanos de una Civilización Industrial*. Buenos Aires : Ediciones Nueva Visión.
- Mazzoli, S. (08 de 01 de 2019). *Plan de negocio para montar una empresa de limpieza*. Obtenido de Emprendedores: <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/a1571/plan-de-negocio-montar-empresa-de-limpieza/>
- McClelland. (1961). *The Achieving society*. New York, USA: A Free Press Paperback.
- McClelland, D. (1965). Thinking ahead- Achievement Motivation Can Be Developed. *Harvard Business Review*, 7 - 24.
- Merca, R. (23 de 08 de 2018). *El servicio de limpieza de (Perfexya,2018) en Leganés*. Obtenido de El servicio de limpieza de (Perfexya,2018) en Leganés: <https://www.merca2.es/servicio-de-limpieza-perfexya-en-leganes-referente-madrid/>
- Moriano, Trejo y Palací. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores*, 30.
- Nueno, P. (2007). *Lo que se Aprende de los Mejores MBA*. Madrid - España: Ediciones Gestion 2000.
- OIT. (2019). OIT: El trabajo doméstico remunerado en América Latina. *Notas OIT: El trabajo doméstico remunerado en América Latina*.



<https://www.ilo.org/americas/publicaciones/notas-trabajo-dom% C3%A9stico-remunerado/lang--es/index.htm>.

Ortis, V. M. (2014). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. Colombia: Ortis, V. M., Jaime, G. O. D., & Giraldo, O. M. (2014). *Marketing: conceptos y aplicaciones*. Retrieved from <http://ebookcentral.proquest.com>.

Paturel, R. (1997). *Pratique du management stratégique*. Presses Universitaires.

R. Sampieri. (2014). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. Mexico DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Raiter, A. (19 de 02 de 2016). *10 beneficios de tener una imagen corporativa de confianza*. Obtenido de 10 beneficios de tener una imagen corporativa de confianza: <https://www.tree.com.py/blog/10-beneficios-de-tener-una-imagen-corporativa-de-confianza>

Redaccion El Tiempo. (27 de Septiembre de 1996). *ASEO, UN SERVICIO CON HISTORIA*. Obtenido de Archivo - El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-512785>

Revista Dinero. (4 de Abril de 2017). *Cada vez menos Colombianos tienen una visión positiva del emprendimiento*. Obtenido de Cada vez menos Colombianos tienen una visión positiva del emprendimiento: <https://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/global-entrepreneurship-monitor-2017-resultados-para-colombia/243663>

Revista Ejemplode.com. (01 de 05 de 2013). *www.Ejemplode.com*. Obtenido de [www.Ejemplode.com](https://www.ejemplode.com): [https://www.ejemplode.com/58-administracion/2892-ejemplo\\_de\\_presupuesto\\_economico\\_de\\_una\\_tesis.html](https://www.ejemplode.com/58-administracion/2892-ejemplo_de_presupuesto_economico_de_una_tesis.html)

- Sage. (01 de 08 de 2018). *¿Qué es un plan de crecimiento?* Obtenido de ¿Qué es un plan de crecimiento?: <https://www.sageone.es/2017/09/29/5-pasos-planificar-realizar-crecimiento/>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES.
- Schiffman, L. G. (2005). *Comportamiento del Consumidor*. Mexico DF.: Pearson Educación.
- Serrano, E. (01 de 01 de 2019). *Fundación Santelmo*. Obtenido de Funadcion Santelmo: <https://www.santelmo.org/la-fundacion>
- Shapero. (1985). The entrepreneurial event. Ohio. *College of Administrative Science, Ohio State University*, 25.
- Shapero, A. T. (1985). The entrepreneurial event. *College of Administrative Science*, 25.
- Trespuntouno. (27 de 09 de 2018). *Ventajas de tener una empresa limpia*. Obtenido de Ventajas de tener una empresa limpia: <https://trespuntouno.com/ventajas-de-tener-una-empresa-limpia/>
- Valencia Rodríguez, M. (2005). *El capital humano, otro activo de su empresa*. Cali: Entramado, 1 (2), 20-33.
- Valera, R. (2011). *Desarrollo, Innovación y Cultura Empresarial*. CALI: UNIVERSISAD ICESI.
- Varela. (2010). Plan de Negocios para una nueva Empresa. *Icesi*, 157 - 166.
- Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial. Arte y Ciencia en la creación de Empresas*. Cali: Pretince Hall. Prensa Moderna.
- Veciana, J. A. (2005). student's attitudes towards entrepreneurship: Two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 165-182.

Vega, I. d. (10 de 04 de 2017). *Emprendedores*. Obtenido de Emprendedores:  
<https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/g57374/es-viable-mi-idea-de-negocio/>