



ESQUEMATIZACIÓN DE UN MODELO DE VIABILIDADES DE MERCADOS PARA INTRODUCCIÓN DE UNA PLATAFORMA TECNOLÓGICA EN EL SECTOR DOMÉSTICO COLOMBIANO

Daniel Camacho J – David Marulanda G. **

* Marulanda Galeano, D. Camacho Jiménez, D. (Octubre, 2019).

** Estudiantes Administración de Empresas. 4a cohorte. Facultad de Administración.

Universidad CES. E-mails: danielcamachojimenez1@gmail.com, madavid980217@gmail.com.

Este artículo es producto de una investigación realizada para la asignatura Proyecto de Grado. Facultad de Administración de Empresas. Universidad CES. Calle 10 A #22-04. Sede El Poblado. Loma Cola del Zorro. Medellín, Colombia., entre el 01 de Mayo de 2019 y el 01 de Octubre de 2019.

Resumen

El sector doméstico presenta un crecimiento en materia de adopción de servicios por parte de diversos usuarios, lo cual se está dando en conectividad con las tendencias del entorno emprendedor por diseñar plataformas virtuales que trasciendan el canal tradicional de prestación de servicios en el sector, componiendo así una nueva dinámica competitiva al interior de la industria. Debido a esto, el presente proyecto presenta una estructuración metodológica que busca a partir de un estudio exploratorio de mercado la identificación y clasificación desagregada de variables claves de categorización cualitativa – cuantitativa, buscando así un posterior análisis de interrelaciones descriptivas de impacto bidireccional de beneficios generados en cruce las mismas.

Lo anterior permite la esquematización de una modelación de viabilidades cuantitativas que operen como pronósticos empresariales para el diseño de una propuesta de valor de negocios congruente con la interacción de dos componentes del mismo sector catalogados como colaborador – usuario, que una vez entendidos pueden ser potencializados como direccionadores claves para la generación de la posible integración a mercados una plataforma de virtualidad de servicios.



Palabras clave:

Plataformas, Mercados, Modelaciones de viabilidad, Pronosticación empresarial, Diseño de negocios.

**SCHEMATIZATION OF A MARKET VIABILITY MODEL FOR INTRODUCTION OF
A TECHNOLOGICAL PLATFORM IN THE COLOMBIAN DOMESTIC SECTOR**

ABSTRACT

The domestic sector shows a growth in the adoption of services by various users, which is taking place in connectivity with the trends of the entrepreneurial environment by designing virtual platforms that transcend the traditional service delivery channel in the sector, thus composing a new competitive dynamic within the industry. Due to this, the present project presents a methodological structuring that seeks from an exploratory market study the identification and disaggregated classification of key variables of qualitative - quantitative categorization, thus looking for a subsequent analysis of descriptive interrelations of bidirectional impact of benefits generated in cross them. The foregoing allows the schematization of a quantitative feasibility modeling that operates as business forecasts for the design of a business value proposal consistent with the interaction of two components of the same sector cataloged as collaborator - user, which once understood can be potentialized as key routers for the generation of the possible integration to markets a virtual service platform.

Keywords: *Platforms, Markets, Feasibility modeling, Business forecasting, Business design.*



1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, se están dando a niveles industriales tendencias sobre la masificación de generación de apps de negocios, “hace una década, muchas compañías podrían lograr ventaja competitiva mediante acoger innovaciones y tendencias que ya estaban en camino. Hoy, este tipo de enfoque reactivo ya no es suficiente” (Deloitte, 2019). Estas permiten optimizar los procesos de operatividad en niveles corporativos y comunes, es decir, logrando establecer propuestas de valor que entreguen un servicio extra o diferencial al consumidor por encima de los demás competidores ya existentes. Esto representa para los diversos actores empresariales (López Pino, 2003) la estructuración de nuevas ventajas que les permitan competir en el tiempo en el mediano y largo plazo, dando así sostenibilidad no solo en materia de recursos, sino de estabilidad de mercados en cuestiones de dinámicas empresariales.

Del mismo modo y en consonancia con lo anterior, el sector doméstico se presenta como un nicho de atención detallada por parte de los ecosistemas emprendedores, los cuales cuentan con incidencia de participación en Startups e incubadoras de

desarrollo organizacionales, ya que allí se identifica no solo una oportunidades de sistematización de procesos por parte de ideas innovadoras, sino que se encuentra a la vez una vertiente de negocios en cuestiones de comprender el comportamiento de los usuarios, más no por condiciones de oferta presenta en función de la demanda ya existente, sino para preparación de los futuros cambios de los mismos consumidores en el tiempo.

Así, se ve una ruta diferenciadora para introducir el outsourcing doméstico (Moncada Lezama & Monsalvo Bolívar, 2000) antes conocido a un nuevo nivel de la administración estratégica en corrientes gerenciales, el cual es la apertura de canales de conectividad usuario – servicio por medio de una plataforma tecnológica que opera en virtualidad para facilitar la entrega de propuesta de valor influyentes al medio, no solo desde el ofrecimiento de un servicio tradicional, sino que se dé un factor experiencial que conecte la afectividad del consumidor con el modelo de negocio, pero a su vez logre un reto clave que es establecer estándares de formalidad en colaboradores de un sector que en el caso Colombiano ha sido interpretado como informal.



Esta proposición requiere una interpretación adecuada de qué variables estarían afectando dicha incursión de plataformas en los mercados, porque si bien existen percepciones constantes sobre la situación actual de los mismos, se debe estructurar en sentido que se den comprensiones de viabilidad. Además de esto y pese a ciertos casos exitosos del sector en progresividad (Dinero, 2019), se encuentra un desconocimiento en rutas de introducción en mercados.

De este modo, la consecución de una estructuración que integre elementos cuantitativos – cualitativos para pronóstico especializada en el sector doméstico en relación a la introducción de tecnología al mercado como factor innovador, fue un objeto de estudio que no solo aportó a la literatura académica desde un punto de vista de analítica descriptiva, sino que posibilitó el entendimiento dinámico del mismo sector, para la ejecución de decisiones estratégicas respecto al diseño de negocios operables como canales virtuales propositivos para el consumidor doméstico.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó un estudio exploratorio sobre la literatura académica – empresarial para

obtener una comprensión descriptiva de la composición sistémica de los mercados pertenecientes al sector doméstico basado en un método Exploratorio – Deductivo utilizando una metodología de diseño exploratorio; esto permitió la identificación y comprensión descriptiva de los componentes sistémicos claves para introducción de plataformas tecnológicas en el sector doméstico. En el estudio exploratorio se realizó la revisión mediante las siguientes bases de datos: Academics Search Ultimate, Business Source Complete, SciELO, Dialnet, Google Académico, basado en palabras claves como: Outsourcing doméstico, apps, tendencias, Informalidad.

Se diseñó una clasificación integral de variables cuantitativas y cualitativas en la que se utilizó la tabla de “Cruce de variables” (Marulanda Galeano & Camacho Jiménez, 2019b) requeridas para el diagnóstico de introducción de una plataforma tecnológica en el sector doméstico justificándose en un método Hermenéutico – Descriptivo con una clasificación cuantitativa - analítica, en el que se dio una interpretación exhaustiva de la esencia de las teorías literarias apoyada en el proyecto desde una modalidad comprensiva para luego transformarlo a un descripción cuantitativa que permitió ejecutar un diagnóstico sistémico de los requerimientos



de introducción de plataformas tecnológicas en el sector doméstico.

Se estructuró una modelación analítica sobre viabilidades cuantitativas para la introducción incremental en mercados de una plataforma tecnológica utilizando un método Analítico – Descriptivo para realizar una Modelación cuantitativa que permitió una introducción incremental de mercados de una plataforma tecnológica, esto por medio de la tabla de valoración de variables exógenas cualitativas y cuantitativa (Marulanda Galeano & Camacho Jiménez, 2019b)

Por otro lado, durante el proceso de búsqueda para la creación de un modelo de viabilidad de mercados para las plataformas tecnológicas en Colombia se utilizaron varios tipos de investigaciones: cualitativa, debido a la recolección de datos que se necesitaba tener, a partir de contratación de los servicios ofrecidos por varias empresas de aseo de la matriz para el estudio de las mismas. A través del proceso de búsqueda se detallaron varias actividades que realizamos que fueron fundamentales a la hora del estudio de las variables más significativas de este grupo de empresas para la creación de la matriz de visualización de las variables cualitativas y cuantitativas.

Las actividades correspondientes que se realizaron fueron divididas en dos pasos, los cuales se basaron en.

Acercamiento a través de web a las empresas con el fin de obtener información primaria acerca de las actividades que realiza la empresa o qué servicios ofrece.

Verificación de uso de aplicaciones o tecnologías informáticas por parte de la organización para poder completar la casilla “plataforma en la matriz” para así saber cuáles son las empresas que están a la par en la innovación en el uso de plataformas digitales.

Contacto con la empresa a través de llamadas para saber si los servicios que ofrecen por la página concuerdan con los servicios ofrecidos telefónicamente.

Uso del servicio en el hogar para destacar principales actividades realizadas por la empresa.

Entrevista o preguntas realizadas a las profesionales de limpieza para mayor conocimiento de la labor que realizan y conocer acerca de la planeación organizacional.

A partir de todas las variables recolectadas en el estudio de las empresas y los factores de éxito que presentan cada una, se realizó una valoración en la cual se le dio una



puntuación porcentual al grupo de empresas analizadas, para así determinar cuáles son las empresas que más concuerdan con los factores críticos de éxito.

3. RESULTADOS, DISCUSIÓN Y ANÁLISIS

Para sacar las variables fundamentales, factores de éxito, diferencial de cada una, semejanzas variabilidad de cada una, clientes variables cualitativos y cuantitativos fundamentales, requisitos mínimos, integración tecnológica, alcance, tipos de consumidor

En investigaciones previas que se han realizado se ha encontrado que en el sector servicio muchas de las empresas han ido evolucionando hacia las plataformas digitales, optimizando los procesos operativos a niveles corporativos y generales, logrando establecer una propuesta de valor diferencial, estructurando ventajas competitivas sobre otros sectores.

Debido a esto, se realizó una matriz de comparación cuantitativa y cualitativa para determinar los factores críticos (Marulanda Galeano & Camacho Jiménez, 2019a) de éxito que se puedan replicar de una empresa a otra y de igual manera identificar sus diferenciales, teniendo en cuenta variables como: el uso de plataforma virtual, recursos implementados, ubicación geográfica, así de igual manera determinado el tipo de cliente y consumidor.

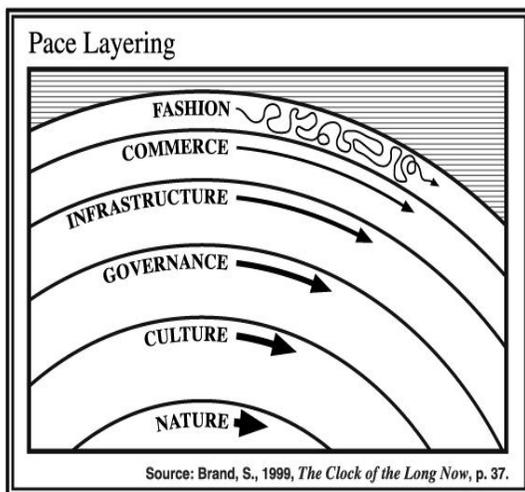
Estas variables tanto cualitativas como cuantitativas, nos dan una referencia fundamental en cuanto a los factores críticos de éxito como bases de dato, tipos de atención (general, empresarial, industrial, educativo, hospitalario), servicio postventa, cobertura, portafolio de servicio y alcance del servicio.

Direccionadores Macroeconómicos

Ilustración. Análisis sectorial de la competencia de outsourcing doméstico:

Table with 9 columns: NOMBRE DE LA EMPRESA, TIPO, PLATAFORMA, RECURSOS, TIPO DE CLIENTES, UBICACIONES GEOGRAFICAS, DE QUE SE TRATA, VARIABLES MÁS IMPORTANTES (DIFERENCIAL), CONSUMIDOR. Rows include companies like A&S ASEO, FIXTTER, CLEAN SERVICE SOLUTION, ASEVOA, and INDUASEO.

A la hora de la creación de productos o servicios por las empresas se tienen en cuenta muchas variables que pueden afectar tanto directa como indirectamente la misma, debido a esto se toman en cuenta los dos tipos para tener la mayor certeza, debido a esto se tiene en cuenta la herramienta Pace Layering la cual se basa en el diseño productos mínimo viables en tendencias futuras.



Con el Pace Layering podemos tomar en cuenta variables indirectas que pueden afectar la creación de un servicio, estas son las tendencias:

Fashion, Comercio, Infraestructura, Gobierno, Cultura, Medio Ambiente.

Todas estas variables serán analizadas en el país donde se va a crear el servicio deseado, en el caso en el que se harán el cruce de las variables indirectas será la creación de servicios de aseo en Colombia.

En esta parte tomamos las variables más importantes que afecta directamente al servicio de aseo tanto doméstico como industrial.

Comercio

Las actividades comerciales en Colombia se destacaba anteriormente por estar enfocada en el sector primario o agropecuario en el sector secundario o industrial, estos dos sectores tenían un gran poder en la década de los 90, pero en la actualidad estos sectores han perdido cierta fuerza, dando paso al sector terciario o de servicios en la década actual.

Este sector cada vez va en aumento, lo cual genera una ampliación en las redes de comercialización, lo que puede generar mayor número de empresas emergentes en Colombia, en un artículo publicado por la revista dinero dice que “Durante el primer trimestre se crearon 96.914 empresas en Colombia, muchas de ellas, casi la mitad, ‘naranja’. De acuerdo con un informe de Confecámaras, hubo una dinámica empresarial positiva entre enero y marzo, cuando aumentó el número de unidades productivas constituidas ante las cámaras de comercio del país.” (Despega la economía naranja, Dinero, 2019)



Este informe divulgado por Confecámaras, el cual representa las 57 cámaras de comercio que operan en el país dan balances muy positivos sobre la creación de empresas, la mayoría de las nuevas empresas creadas son microempresas y llama mucho la atención que mucha parte de estas empresas se basan en el sector relacionado con la economía naranja.

Según dinero el comportamiento de la economía colombiana durante el 2019 es muy positivo y gracias a esto se puede notar que es un buen indicador de lo que ocurre en la economía nacional, los sectores comercio, industria y turismo fueron donde se reportó un mejor desempeño en lo que va corrido del año.

Al tomar en cuenta el crecimiento positivo de la economía nacional y al hacer un cruce de esta variable con la actividad de aseo la cual se está evaluando, el aumento y la creación de empresas representa una oportunidad grande para que las empresas de aseo tomen más participación, al haber mayor creación de empresas son más servicios de aseos solicitados por las mismas, también teniendo en cuenta que las empresas industriales y de turismo tuvieron el mayor crecimiento en lo que va corrido del año, podemos inferir que los servicios de aseo y las empresas de aseo tendrán un

crecimiento elevado debido a la creación de hoteles y zonas turísticas en las cuales este servicio es esencial, todo esto va de la mano con la infraestructura que se estará desarrollando en el país y teniendo en cuenta también el gobierno y sus políticas de crecimiento económico.

Gobierno

A la hora de hacer un análisis de las políticas adoptadas por el gobierno en el último año y de qué manera afectan a la creación de empresa de tipo de aseo nos encontramos con dos puntos de vista en los cuales se ven una afectación positiva y una negativa.

Al iniciar con las políticas que afectan positivamente la creación de empresas de aseo nos encontramos con que el presidente Iván Duque ha estado promoviendo mucho la economía naranja. Este movimiento es el más apoyado por parte del gobierno de Iván Duque, y consiste en... (la economía naranja son los desarrollos culturales, tecnológicos y turísticos que se desarrollan por parte del gobierno, al aumentar la entrada de extranjeros al país aumenta la demanda de hospedaje y hoteles, y con ello aumenta el número de metros para limpia).

Según la revista dinero “Entre las nuevas unidades productivas creadas, un 42% están enfocadas en actividades artísticas y de



entretenimiento, mientras otro 26% se enfocarán en actividades de servicios, el 15% en alojamiento y servicios de comida, un 9% en comercio al por mayor y al por menor y un 7% en industria manufacturera.” (Despegó la economía naranja, Dinero, 2019).

A partir de esto se confirma que las señales y el apoyo brindado por el gobierno para el despegue de la economía naranja y todas las actividades que se relacionan con este sector, están siendo interpretadas de manera adecuada por los colombianos, De hecho, en la ley de financiamiento aprobada a finales del año pasado se incluyeron beneficios tributarios importantes que se convierten en un estímulo a este sector, y que estarían influyendo en la creación de nuevas empresas formales, dedicadas a estas actividades.

Con esto el crecimiento de la infraestructura para empresas a nivel nacional tendrá un aumento notable el cual podría traducirse en las oportunidades que se pueden brindar en la creación de empresas para aseo que cubren las necesidades de estas nuevas empresas que están dentro del sector de la economía naranja.

Ahora bien, la situación tributaria en Colombia por parte del gobierno es un tema en el cual muchas personas tienen que

pensar a la hora de la creación de empresas, desde que la Constitución de 1991 le otorgó a todos los municipios la potestad tributaria de crear tributo, tasas y contribución, un empresario que tenga operación en varias regiones del país tenga que conocer a profundidad todos los sistemas tributarios locales”.

Esto implica gastos y costos administrativos para las empresas porque, lejos de poder tributar de manera simple, deben dedicar tiempo y dinero a pagos de impuestos específicos, que muchas veces no recolectan el dinero que recogen otros tributos más compuestos.

Debido a esto, en el gobierno también se presentan propuestas que hay que tener en cuenta y que pueden afectar directamente a la creación de cualquier tipo de empresa y esto se transformaría en un gasto en las mismas, las cuales tiene que ser tenidas en cuenta por las personas antes de la creación de las empresas en el sector de servicio, específicamente empresas de servicios de aseo.

Infraestructura

Para la mayoría de los economistas, la ausencia de una infraestructura adecuada, así como la provisión ineficiente de servicios



de infraestructura, constituyen obstáculos de primer orden para la implementación eficaz de políticas de desarrollo y la obtención de tasas de crecimiento económico que superen los promedios internacionales. Por otra parte, la adecuada disponibilidad de obras de infraestructura, así como la prestación eficiente de servicios conexos, contribuyen a que un país o región pueda desarrollar ventajas competitivas y alcanzar un mayor grado de especialización productiva.

En este sentido, tales redes constituyen un elemento vertebrador de la estructura económica de los países y de sus mercados. De acuerdo al informe “La inversión en infraestructura en Colombia 2012 – 2020, eventos fiscales y requerimientos financieros”, de la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF), las cifras del DNP indican que los recursos proyectados para inversión hasta el 2020 llegarán a los 112 billones. Este valor estaría dividido en cinco sectores: vivienda, ciudad y desarrollo territorial le corresponden 16,6 billones, 15% del total. Le siguieron tecnologías de información y comunicación (TIC), con 9,9 billones (9%); transporte urbano, con 8,4 billones (8%); minas y energía, con 13,7 billones (12%), y transporte, con 63,7 billones (57%). (El desarrollo de la infraestructura en Colombia, Legiscomex, 2019)

Así mismo, el informe expresa que este último sector contará con la alta inversión, casi el 0,8% del PIB, debido a que se distribuirá en las siguientes tareas: mantenimiento vial (COP9,8 billones), grandes proyectos (COP32 billones), conectividad regional (COP13 billones) y transporte férreo, fluvial, aéreo y portuario (COP8,7 billones).

A partir de estas cifras, el desarrollo inmobiliario en el país por causa de la inversión en infraestructura por parte del gobierno es evidente, El sector inmobiliario en el país los dos últimos años entró en una “recesión” por la incertidumbre política y económica que habitaba en el país, pero las cifras recolectadas por el DANE dan informe de que El sector inmobiliario jugó un papel importante en la recuperación económica de Colombia en 2018 y lo continuará haciendo para 2019, las razones están ligadas a crecimiento en el sector de la construcción y el turismo.

Junto con el sector turismo y de infraestructura, el mercado inmobiliario proyecta un panorama positivo para el país, Las inversiones inmobiliarias juegan un papel fundamental en el crecimiento del sector, y en este sentido el comportamiento de las tasas de interés son determinantes. Por lo que para este año, el Banco de la República

mantuvo la tasa de interés en 4,25%, teniendo en cuenta la inflación observada, las condiciones externas que afectan la economía colombiana y la velocidad de la recuperación.

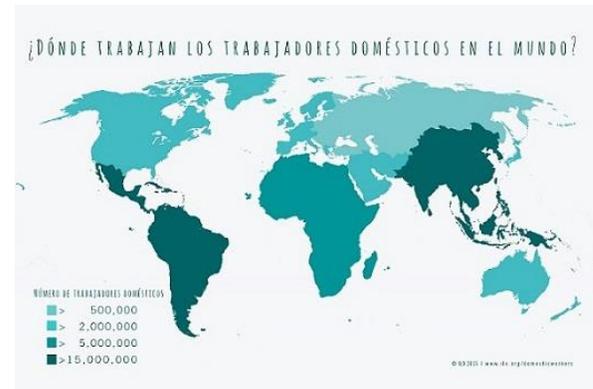
La Cámara Colombiana de la Construcción, Camacol, prevé que se venderán más unidades de vivienda durante este año superando a las 169.432 ventas en 2018, por lo que espera un crecimiento de 3.6%, es decir 175.600 unidades.

Por lo que a partir de esto existe una afectación directa en la creación de empresas de servicios de limpieza, debido al porcentaje de crecimiento que se espera en el sector inmobiliario, una oportunidad de negocio para el sector servicios es más que evidente, por lo que podemos decir que la inversión en infraestructura por parte del gobierno, permite que haya más inversión en construcción inmobiliaria y por consiguiente el sector servicios el cual se está estudiando tiene una gran oportunidad de crecimiento.

Cultural mundial

Como se observa en la siguiente imagen que los países más desarrollados tienden a tener menor población que se dedique a este tipo de actividades, y de igual manera estos cuentan con todas las garantías para

empleado haciendo de esta actividad formal, y no como se maneja en los lugares menos desarrollados, ya que más del 86% lo hace de manera informal.



(Tendencias de trabajadores domésticos, OIT, 2019)

La Organización Internacional del Trabajo reveló que de 65 millones de personas que desempeñan labores de carácter doméstico a nivel mundial, alrededor del 75% carecen de prestaciones sociales o un contrato laboral estable; el panorama es preocupante, teniendo en cuenta que 1 de cada 25 mujeres asalariadas en el planeta es trabajadora doméstica, cifra que crece año a año.

La mayor preocupación para el organismo internacional es que el 88.6% de estas trabajadores realizan su labor contando únicamente con un contrato de carácter verbal, sin ningún tipo de garantía o prestación social. Las regiones con mayor número de personas ejerciendo este oficio

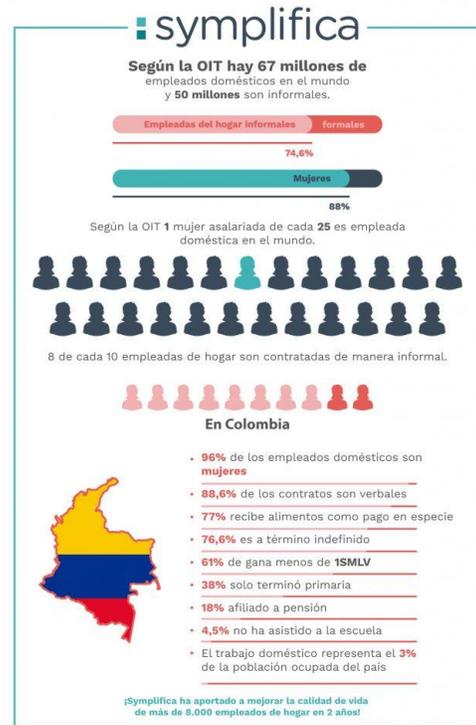


son India, China, Europa Occidental y América Latina.

Cultural Colombia

“Para ilustrar el panorama en Colombia, tras los últimos dos años solo se ha logrado formalizar el 1% de las empleadas domésticas en nuestro país: un porcentaje que a pesar de parecer pequeño, en realidad era imposible hace décadas, teniendo en cuenta la cultura de

Evasión y desconocimiento hacia estas personas que ha existido en nuestro país los últimos.



50 años (Tendencia de trabajadores domésticos, OIT, 2019).

La evolución social y cultural que se ha tenido a largo de la última década muestra una tendencia nunca antes observada de una migración de los hogares a muy temprana edad y con un alto índice de vivienda unipersonal, lo cual nos da entender que todos los esquemas económicos desarrollados para la ideología social de una familia conformada por papá, mamá e hijos ha cambiado drásticamente, ya que el consumo de un hogar unipersonal es muy diferente a la de un hogar “tradicional” o “nuclear”, desde los metros en los que habita, hasta las necesidades a satisfacer, y



con ello encontramos el cambio más radical para el servicio de aseo de hogar, anteriormente el área mínima de una vivienda era de 104,2 metros cuadrados y hoy en día es de 84,3 lo cual nos muestra una relación directa con las necesidades a satisfacer en una menor área y un nuevo esquema de atención a las viviendas, por ello el servicio doméstico debe evolucionar de igual manera y claro está que los tiempos de atención son muchos más cortos entre los clientes que conforman una familia nuclear y los clientes con un hogar unipersonal o un hogar en pareja, el aumento de hogares de estas características en el último año es de más del 3% según la revista dinero alcanzando casi el 17% de los hogares a nivel mundial.

Matriz de Escenarios

Escenario 1

En este escenario se hará un análisis de lo que puede ocurrir combinando el mejor escenario tecnológico con el peor escenario cultural y a partir de esto, crear una estrategia viable para la creación y el crecimiento del negocio de servicios de aseo doméstico.

A partir del estudio hecho en los direccionadores de cambio tanto nacional como internacional, los factores más

determinantes para el servicio de aseo doméstico en Colombia en cuanto al mundo son la tecnología y la cultura.

Según la organización internacional del trabajo, Colombia es uno de los países donde la población está más arraigada a la idea de que tener una empleada doméstica en el hogar es algo común, la cultura colombiana está diseñada de esta manera, a partir del escenario número 1 se plantea que la cultura de la contratación de una empleada doméstica en el país sea casi nula para demostrar el peor escenario, es así como, según el escenario 1 la tecnología en cuanto a la migración de los servicios de aseo doméstico prestados por las empresas sea completamente a las plataformas y la cultura de la contratación de empleadas domésticas sea nula.

A partir de este escenario podemos plantear un método para incentivar la cultura de contratación de personal de aseo.

Se va a promover a partir de un nicho específico de mercado, este será a partir de los familiares que están al cuidado de personas mayores, familiares, etc., en estado delicado de salud o en un estado avanzado de edad, según la fomentación cultural a partir de esto, se pueden abrir una posibilidad..



Esta sería que a partir de que la persona o el cliente tienen que estar pendiente de los cuidados del familiar enfermo o mayor de edad continuamente, su tiempo se va a ver reducido o insuficiente para realizar el aseo en el hogar y no tendrá tiempo de buscar una persona encargada del aseo en el mismo. Por esto a partir de una solución tecnológica el cual su costo nos su elevado y que les permita organizar todo lo correspondiente al aseo de un modo rápido y eficiente, sería un mercado potencial en el cual podría haber una exploración.

Al ofrecer este servicio con una plataforma tecnológica bien estructurada se le está asegurando al cliente, que puede hacer uso de la mayor parte de su tiempo en el cuidado de su familiar.

Este nicho de mercado puede servir para que los clientes se vuelvan facilitadores e influenciadores de la marca, promulgando a otras personas, este sería un prototipo viable para este público, estando entre los estratos 2,3 y 4, se está hablando casi del 80% a 85% de la población colombiana, aparte de esto contado que las EPS en Colombia cuentan con casi 4 millones de usuarios y de estos más o menos 1.5 millones son usuarios de alta dependencia, la marca también cobraría un sentido social, dándole una valoración extra.

Escenario 2

En este segundo escenario se tomaría en cuenta que la variable tecnológica y la variable cultural estarían en el mejor escenario ambas, lo que nos diría que a partir de esto, el escenario número dos es un escenario donde existiría una mayor competencia, donde todas las empresas cuentan con la mayor tecnología a su disposición en plataformas móviles y web y donde el 100% de la población estuviera acostumbrada o en su cultura estuviera muy arraigada la idea de que tener una empleada doméstica en el hogar es algo normal.

Pero entonces ¿cómo haríamos que la empresa sobresalga de las demás?, eso tiene una respuesta viable y es a partir de un estudio de mercado en donde se tengan en cuenta las variables cualitativas y cuantitativas de las empresas más influyentes del sector, así teniendo cuales son las propuestas de valor más valoradas por los clientes y al final cruzándolas todas en una matriz que nos permita determinar el porcentaje necesario de esas variables para la creación de una empresa óptima que tenía como objetivo sobresalir en el mercado tan competitivo que se presenta en este escenario.

Escenario 3



Este escenario es el menos apropiado para el desarrollo de cualquier esquema de negocio que se quiera plantear, ya que no se cuenta con ningún factor clave para el debido desarrollo de la actividad, en un mundo cada vez más globalizado y con un desarrollo cultural más amplio que en ninguna otra época de la humanidad es impensable poder lograr llevar a cabo con éxito si no se cuenta mínimo con uno de estos factores ya que el desarrollo de uno es posible pero la carencia de ambos lo hace inviable.

Escenario 4

Es cierto que por el cambio cultural que se ha tenido en la última década ha hecho que se incremente el número de servicios de empleadas domésticas y a su vez con la reducción de espacio por vivienda también han reducido las obligaciones de estas, por ello se cree que es un escenario que aunque carece de las tecnologías idóneas para el desarrollo de la actividad se puede lograr llevar a cabo la actividad, ya que hay antecedentes que así lo demuestran.

Esta es una de las profesiones más vieja del mundo y en ninguno de esos momentos anteriores fue indispensable la tecnología de punta para el desarrollo de la actividad, para poder realizar de manera idónea es necesario el factor tecnológico en el emprendimiento, para ello se planearía una

prueba piloto de capacitación formal de los debidos servicios tecnológicos, bajo un esquema de asesoría en casa después de haber contratado el servicio de manera tradicional, de igual manera se harán campañas de acercamiento en los barrios y públicos objetivos del proyecto logrando así que las personas migren a el mundo de la tecnología y facilitando tanto la contratación como el servicio en sí para ambas partes.

Alcance de servicios - Calidad

Al hacer un análisis de la relación Alcance de Servicios - Calidad se encontró una gran unión de estas dos variables cualitativas y cuantitativas, debido a la percepción que tiene el cliente del servicio prestado, como se explicaba anteriormente el alcance se servicios se basa esencialmente en los términos y condiciones que una empresa pone a la hora de prestar un servicio, los servicios ofrecidos por la empresa son evaluados mediante la calidad percibida de los clientes.

Esto también se puede dar en la forma de calificar a la empresa mediante su propio sistema de calificación, esto últimamente es utilizado por las empresas para saber cómo perciben los servicios prestados sus usuarios, si bien, en los términos y condiciones está expuesto que está permitido en el servicio y que no y a partir de esto la calidad de



servicio permitido en los términos y condiciones puede ser percibido como alto o bajo.

Portafolio de servicios - Aplicación

Estas dos variables tienen una relación directa, porque mediante la integración tecnológica en las empresas se ofrece el portafolio de servicios que tiene la empresa, esto es de gran utilidad ya que el cliente final tiene la capacidad de ver cuáles son los servicios ofrecidos por las empresas.

En el estudio que se hizo de las empresas, la integración tecnológica juega un papel fundamental a la hora de la calificación de las empresas, gritándoles a estas un mayor porcentaje al final, normalmente los servicios son expuestos en la página web al inicio o en las aplicaciones en la parte principal, así el usuario tiene la posibilidad de escoger cualquiera de los servicios ofrecidos ya sea su necesidad.

Cobertura - Clientes Mayoristas y al detal

Esta variable dependerá de la cobertura que tenga la empresa y del tamaño de la misma, debido a la capacidad de servicio que tenga la empresa prestadora de servicios, un ejemplo claro podría ser el número de empleados necesarios para cubrir el servicio de una empresa, esto se traduce en la capacidad de la empresa de prestar servicio

por eso es esencial tener en cuenta la cobertura a la hora de ofrecer los servicios a ciertos clientes.

Estructurar una modelación analítica sobre viabilidades cuantitativas para una introducción incremental en mercados de una plataforma tecnológica

En el análisis realizado con diferentes metodologías de trabajo y tomando como base un desing tinking realizado en un foro estudiantil, pudimos evaluar más de 20 actividades estratégicas y sus variables tanto cuantitativas como cualitativas, luego de filtrar las de mayor peso para el desarrollo de la actividad económica se les otorgó un valor de acuerdo a las variables exógenas más relevantes que se encontraron en el área urbana y sub urbana a la cual se le aplicará la prueba piloto, esto con el fin de reducir los sobre costos y desarrollos erróneos que no vayan alineados con la visión y misión de la empresa.

Basados en el desing tinquen se crearon tablas de viabilidad de mercado con valores entre 0 - 0,25 - 0,75 - 1 para determinar cuáles de las variables presentes en los escenarios tienen mayor impacto a la hora de la introducción en cada escenario. Estos valores fueron determinados de la siguiente manera:

0: Variable no relevante para este escenario.



0,25: Variable poco relevante para este escenario.

0,75: Variable relevante para este escenario.

1: Variable muy relevante para este mercado.

No se tuvo en cuenta el valor 0,5 debido a que este denota un punto intermedio en el cual no muestra si es relevante o no la variable para el escenario.

4. Conclusiones

Los escenarios 2 y 4 se escogieron de la “Senario Matrix Estructure” (Stanford University, 2019) ya que la mayor diversidad en la calificación de los direcciones y en la oportunidad de penetración de mercado, basados en las variables cualitativas y cuantitativas de los direccionadores “tecnología y cultura” en estos dos escenarios.

En este escenario la cultura ya está establecida y la tecnología disponible por ello la demanda y oferta en este mercado es muy amplia haciendo que sea muy competitivo y muy susceptible a las variables exógenas que tenga el consumidor, por ello decidimos nombrar las principales que se tendrán en cuenta y que más soporte se le daría desde la dirección de la empresa, las cuales son:

Personal elegido por parte del cliente (elección de personal a gusto)

Elección entre la variedad de productos disponibles para el consumo, los cuales son limpieza de piscina, cuidado de mascotas, cuidado de familiares, servicio express, servicio tecnológico “tradicional”

El alcance del servicio en este escenario también representa una variable exógena de gran peso, para las personas que no se encuentra en área urbana o suburbana y no cuentan con los servicios para disponer del servicio, ya que se les dificulta encontrar servicios de esta índole en su área de residencia. Dificulta lugares aislados.

Al hacer una calificación de las variables presentes en este escenario, el total ponderado arrojó un valor de 61,90% de probabilidad de éxito, lo que se puede explicar basado en la gran competencia que se puede presentar en este escenario.

Peor cultural, buen tecnológico.

Estrategia (Producto que nos permite movernos de la competencia) - (Diferencial)
En el escenario número dos existen diferentes características por las cuales se debe sobresalir: Un servicio en el cual la persona que lo obtenga tenga la posibilidad de escoger qué servicios quieren.



En el escenario número 2 a evaluar o el 4 de la “Scenario Matrix Structure” nos muestra un panorama totalmente diferente ya que nos encontramos con una realidad más acercada a lo que realmente está en el mercado, donde desde hace mucho tiempo la cultura Colombiana cuenta con el servicio doméstico pero de una manera muy informal haciendo que sector público y la responsabilidad del estado para con ellos haciendo que los trabajos formales paguen el desequilibrio que estos generan mediante el incremento de los impuestos, por ello creemos que al formalizar esta cultura podemos mejorar la calidad del servicio prestado.

En este escenario se tomó en cuenta los principales servicios por los que una empresa puede hacer introducción en el mercado, en este escenario se pretende desarrollar una cultura de empleada doméstica, contando con todas las herramientas tecnológicas presentes, por eso se escogieron 4 servicios principales en los cuales nos basamos para hacer la introducción.

4 principales:

Mascotas - servicio exprés

Cuidado de familiares.

Tradicional con ayuda tecnológica (robots aspiradores

A partir de estos servicios se puede crear una cultura en la cual la contratación de los servicios sea fundamental, creando un nuevo nicho de mercado.

Al hacer la calificación de las variables, los grupos “personal” y “tipo de servicios” fueron fundamentales, debido a que la introducción de un producto o servicio a una cultura tan tradicional genera un alto impacto, y aun así con todas las dificultades que presenta el sector podemos encontrar una calificación es mucho más alta que el panorama que cuenta con una buena cultura y una buena tecnología, ya que hay más espacio para desarrollar una relación con los clientes mediante las variables más percibida por este cliente que es la interacción con las personas que le prestaran el servicio, formando así una cultura de formalización del servicio doméstico mediante la plataforma e interactuando con la diversidad de servicios prestados por la empresa.

Para concluir con el análisis de los escenarios es mejor ingresar a el que tenga una dificultad mayor o cuente con una falencia en una de ellas, ya que cuando ingresó a un escenario utópico donde todas las variables están en un alto nivel, la competencia es altamente demandada, pero al contrario que con la que presenta dificultades la demanda puede ser similar pero los actores que entran



a satisfacer esta son limitados, dando la oportunidad de crecer y de expandir el mercado a todos los sectores de este, además de esto se genera un reconocimiento cultural y educación a el sector en el que se desarrolla, y por otra parte haciendo que la viabilidad del negocio sea más favorable.

5. REFERENCIAS

Barrera Londoño, D. M. (2017).

Evolución normativa del trabajo doméstico en Colombia. Repositorio Universidad Católica. Recuperado de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15417/1/EVOLUCI%C3%93N%20NORMATIVA%20DEL%20TRABAJO%20DOM%C3%89STICO%20EN%20COLOMBIA..pdf>

Campo, C. H. G., & Ayala, A. H. (2014). Propuesta De Un Indicador De Capacidad De Absorción Del Conocimiento (icac-Col): Evidencia Empírica Para El Sector Servicios En Colombia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXII(2), 29-46.

Ceballos, J. L. D., Campo, C. H. G., & García-Solarte, M. (2014). Outsourcing y Business Process Outsourcing desde la Teoría Económica de la Agencia. *Entramado*, 10(1), 12-29.

Deloitte. (2019). *Tendencias tecnológicas 2019. Más allá de la frontera digital.* (10).

El tiempo. (2001). El outsourcing del aseo. El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-495753>

Fernández, A. (2011). Las 30 mejores «apps» para emprendedores: hemos buscado las aplicaciones móviles más útiles para los negocios. El resultado: una selección que no puede faltar en tu smartphone e ipad. *Emprendedores: las claves de la economía y el éxito profesional*, (169), 54-59.

Fernández, A. (2012). *Las mejores apps.* Emprendedores. Recuperado de



<https://www.emprendedores.es/gestion/g30250/apps-emprendedores/>

- León, M. (2013). Proyecto de Investigación-acción: trabajo doméstico y servicio doméstico en Colombia. *Revista de Estudios Sociales*, (45), 198-211.
- Mantilla, M. C. G., Ariza, L. L. C., & Delgado, B. M. (2014). Metodología para el desarrollo de aplicaciones móviles. *Tecnura: Tecnología y Cultura Afirmando el Conocimiento*, 18(40), 20-35.
- Deloitte. (2019). *Tendencias tecnológicas 2019. Más allá de la frontera digital*. (10).
- López Pino, C. M. (2003). El enfoque de las opciones estratégicas de los actores en el estudio de las relaciones laborales. *INNOVAR*, (21), 105-126.
- Marulanda Galeano, D., & Camacho Jiménez, D. (2019a). *Esquematización de un modelo de viabilidades de mercados para introducción de una plataforma tecnológica en el sector doméstico colombiano*.
- Marulanda Galeano, D., & Camacho Jiménez, D. (2019b). *Esquematización de un modelo de viabilidades de mercados para la introducción de una plataforma tecnológica en el sector doméstico colombiano*.
- Moncada Lezama, M. C., & Monsalvo Bolívar, Y. (2000). *Implicaciones laborales del outsourcing*. Universidad Javeriana.
- Stanford University. (2019). Scenario Matrix Structure.
- Melo, M. Á. C. de, & Magacho, L. M. (2013). Services for People Innovation Park – Planning Methodologies. *Journal of Technology Management & Innovation*, (Extra 8), 208-218.
- Murillo, A. M. (2009). Innovación para el futuro y el futuro de la innovación. *Física y sociedad*, (20), 32.



- Organización internacional del trabajo. (2011). *Trabajadores domésticos: estimaciones a nivel mundial y regional*. ILO. Recuperado de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_protect/---protrav/---travail/documents/publication/wcms_159562.pdf
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011) Generación de modelos de negocio. Recuperado de <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>
- Portafolio. (2019). *El 96% de los empleados domésticos en Colombia son mujeres*. Portafolio. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/empleo/el-96-de-los-empleados-domesticos-en-colombia-son-mujeres-527092>
- Porter, M. E. (2008) Estrategia competitiva. SCRIB. Recuperado de: [https://es.scribd.com/doc/243493180/M-Porter-](https://es.scribd.com/doc/243493180/M-Porter-Estrategia-competitiva-383-pdf)
- Estrategia-competitiva-383-pdf
- Ramírez, C. A. Y., & Luna, J. E. O. (2016). Medición de la usabilidad en el desarrollo de aplicaciones educativas móviles. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (47), 128-140.
- Stanford University. (2019). Scenario Matrix Structure.
- Veisten, K., Arias, P., Gomera, W., & Rivas, M. (2011). Benchmarking Del Servicio De Aseo: Un Ejemplo Dominicano. *Ciencia y Sociedad*, XXXVII(1), 65-106.