

## **Trabajo Opción de Grado I**

Javier Andrés Saavedra Ibáñez.  
Noviembre 2018.

Corporación Unificada de Educación Superior CUN.  
Administración de Empresas.  
Opción de Grado I

### Abstract

En Colombia la cultura de realizar mantenimiento preventivo en oficinas, centros educativos y el hogar es casi nulo y solo recurrimos a reparaciones cuando se presentan averías o se evidencia una grave falla. El objeto de este proyecto es generar una idea de negocio viable económicamente pero también desarrollar una función social ya que en este proyecto se pretende emplear personas con discapacidades físicas ya que sus limitaciones no serían impedimento para desarrollar labores, durante la investigación se pudo evidenciar que existen empresas de mantenimiento pero todas enfocadas exclusivamente a empresas sin explorar mercados como centros educativos privados ni conjuntos residenciales que por cuestiones de costos no poseen departamentos de mantenimiento propios. Es importante resaltar que este tipo de servicio se ubica dentro de las principales necesidades del hombre así como en uno de los mayores temores identificándose como la necesidad de seguridad lo que garantiza que las personas verán como una necesidad este tipo de proyecto si al momento de ofrecerse que muestra que cubre una necesidad.

## Tabla de Contenidos

Descripción de Autodesarrollo.....	4
Concepto de Emprendimiento.....	4
Justificación del Problema.....	5
Planteamiento del Problema.....	5
Nombre del Proyecto.....	5
<b>Unidad 1. Generación de la Idea de Negocio.....</b>	<b>6</b>
Técnicas de Creatividad.....	6
Matriz de Decisión.....	6
Innovación.....	7
Necesidades Humanas (Pirámide de Maslow).....	8
Limitaciones y Frustraciones.....	8
Árbol de Problemas y Necesidades.....	9
Identificación de Stakeholders.....	10
Benchmarking.....	11
<b>Unidad 2. Estudio de Mercado.....</b>	<b>12</b>
Segmentación de Mercado.....	12
Demanda de Producto.....	13
Oferta de Producto.....	14
Mercado Potencial.....	14
Precio.....	15
Comercialización.....	16
<b>Unidad 3. Pentágono de Perfilación de Clientes.....</b>	<b>16</b>
Implementación de las TICS.....	17
Pentágono de Perfilación de Clientes.....	18
Entrevistas.....	18
<b>Unidad 4. Producto Mínimo Viable.....</b>	<b>20</b>
Taller Generación Producto Mínimo Viable.....	21
Análisis de Información recolectada de entrevistas.....	22
<b>Unidad 5. Planeación Estratégica.....</b>	<b>23</b>
Identidad Estratégica, Futuro Preferido, Valores Corporativos.....	23
Áreas Funcionales de la Organización.....	24
Objetivos Empresariales.....	24
<b>Unidad 6. Herramientas Análisis del Entorno.....</b>	<b>25</b>
Análisis PESTEL.....	25
Las 5 Fuerzas de Porter.....	26

**Descripción de Autodesarrollo.**

El autodesarrollo está implícito en cada persona y es la capacidad de superación de cada una, es desarrollar en cada uno aquellas habilidades que le permitan identificar oportunidades. Así mismo esta evolución debe venir acompañada de una constante formación en algunas académicas en otras por medio de vivencias pero siempre con conciencia que este proceso es continuo y debe ser constante durante todas las etapas de la vida para evolucionar aquel potencial que se posee. Todas estas etapas deben contar con plan establecido previamente y debe llevarse de forma disciplinada y organizada así es tal vez la mejor y única forma llevar a cabo los propósitos establecidos.

**Concepto de Emprendimiento.**

El emprendimiento es la capacidad que se tiene para alcanzar una meta u objetivo para esto se requiere de un esfuerzo adicional pero ante todo de una actitud ganadora acompañada de una serie de aptitudes dadas por conocimientos previos que permiten que estas metas sean alcanzables y realizables.

### **Justificación del Problema.**

En nuestra cotidianidad observamos en nuestro entorno que existen lugares con un gran número de averías en puertas, ventanas, sistemas hidráulicos y eléctricos que por falta de un plan de mantenimiento adecuado pueden convertirse en un riesgo para nuestra seguridad física así como también en deterioro para los inmuebles que a largo plazo se convierten en un alto costo al ser reparados.

### **Planteamiento del Problema.**

Con esta idea de negocio se busca ofrecer una alternativa en oficinas, centros educativos y conjuntos residenciales que por su elevado costo no cuentan con departamento de mantenimiento buscando con esto minimizar posibles accidentes pero también evitar reparaciones futuras con unos valores que pueden haberse reducido de forma considerable al realizar un correcto mantenimiento preventivo, además en estas tareas es posible utilizar población con discapacidades físicas que hoy la sociedad niegan que sean productivas para la sociedad.

### **Nombre del Proyecto.**



**Home Solutions.**

## Unidad 1.

### 1. Técnicas de Creatividad.

Para realizar la elección de este proyecto utilice la técnica de creatividad denominada “**Crear en Sueños**” y durante 3 noches deje en una mesa lápiz y papel para anotar los sueños, imágenes y recuerdos que tenía en mi mente al despertar, durante este proceso se reflejaron ideas como las siguientes:

- Fútbol (Establecer una escuela de formación deportiva)
- Abrir un restaurante donde se apoye el folclor Colombiano por medio de bailes de las regiones acompañados por comida de esta misma región.
- Una empresa de mantenimiento preventivo y locativo apoyando población con limitaciones físicas.
- Diseñar ropa interior con slogans divertidos.

Las palabras resaltadas fueron aquellas que escribí en las mañanas y su complemento se dio en la tarde al analizar cada palabra e intentar identificar posibles tipos de proyectos.

### 2. Matriz de Decisión.

SUCESOS INVESTIGADOS	1	2	3
POSIBLES TIPOS DE CLIENTE	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL
PROBABILIDAD	45%	35%	20%
ESTRATEGIAS			
OFICINAS	\$ 35.000	\$ 42.000	\$ 50.000
COLEGIOS	\$ 38.000	\$ 45.000	\$ 55.000
CONJUNTOS RESIDENCIALES	\$ 32.000	\$ 36.000	\$ 42.000
Valor esperado por cada servicio según su periodicidad			

SUCESOS INVESTIGADOS	1	2	3	
POSIBLES TIPOS DE CLIENTE	MENSUAL	SEMESTRAL	ANUAL	
PROBABILIDAD	45%	35%	20%	
ESTRATEGIAS				
OFICINAS	\$ 35.000	\$ 42.000	\$ 50.000	
<b>VALOR ESPERADO</b>	\$ 15.750	\$ 14.700	\$ 10.000	<b>\$ 40.450</b>
COLEGIOS	\$ 38.000	\$ 45.000	\$ 55.000	
<b>VALOR ESPERADO</b>	\$ 17.100	\$ 15.750	\$ 11.000	<b>\$ 43.850</b>
CONJUNTOS RESIDENCIALES	\$ 32.000	\$ 36.000	\$ 42.000	
<b>VALOR ESPERADO</b>	\$ 14.400	\$ 12.600	\$ 8.400	<b>\$ 35.400</b>
Según la probabilidad de tiempo y costo aprox. Por servicio se debería enfocar en oficinas y colegios principalmente.				

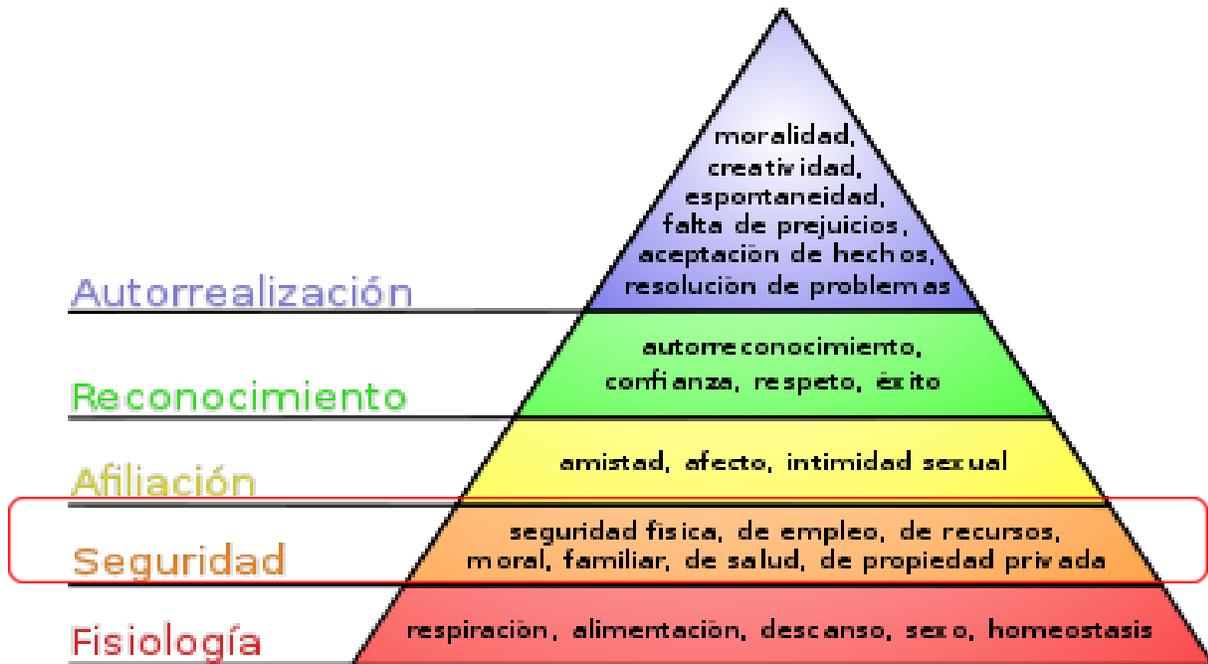
### 3. Innovación.

La principal innovación en este proyecto es ofrecer un servicio que se puede adquirir sin necesidad de incurrir en altos costos como lo es un departamento de mantenimiento, solo se requiere solicitar un servicio, describir el daño y un técnico especializado cubrirá la novedad.

Así mismo en el proyecto se innova en **Inclusión Social** creando una cultura de aceptación y cooperación con personas con limitaciones físicas y permitirles a su vez que estas sean capacitadas por medio del SENA en todas las áreas de influencia de la compañía.

#### 4. Necesidades Humanas.

Según la pirámide de Maslow con este proyecto se cubrirán la siguiente necesidad Humanas:



**Seguridad:** Ya que con este servicio se ofrece Seguridad Física y a la Propiedad Privada.

#### 5. Limitantes y Frustraciones que se pueden tener.

Las limitantes y frustraciones que se pueden llegar a presentar los clientes en orden de importancia y el porcentaje del mismo ante nuestro servicio son:

- El costo del servicio puede ser alto. **33%**
- Usualmente no realizan reparaciones preventivas esperan a sucesos de daño para generar una reparación. **26%**
- La calidad de las reparaciones vs el costo puede no ser bueno. **18%**
- Usualmente para este tipo de situaciones recurren a familiares o personas referenciadas por familia o amigos y son personas de confianza aunque esto no garantiza la calidad del servicio. **13%**
- El emplear personal con limitación física influye en el servicio y su efectividad. **10%**

Estos porcentajes son dados por medio de un sondeo a 15 personas.

## 6. Árbol de Problemas y Necesidades.

### Problemas.



### Necesidades.

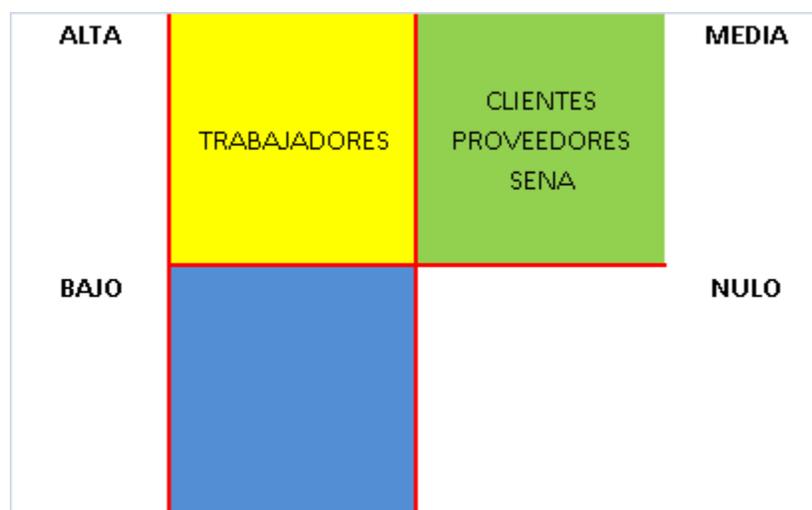


### 7. Identificación de Stakeholders.

Realizo un cuadro donde identifico los posibles Stakeholders sus posibles niveles y ubico su nivel de influencia.

STAKEHOLDERS	INDICADOR	NIVEL DE INFLUENCIA
PROVEEDORES	CUMPLIMIENTO DE PEDIDOS, DIAS DE CREDITO Y DISPONIBILIDAD DE STOCK DE INSUMOS	MEDIA
CLIENTES	ALTO NIVEL DE SATISFACCION CON EL SERVICIO, RETOMA DE SERVICIO Y REFERENCIACION	MEDIA
TRABAJADORES	SATISFACCION LABORAL E IDENTIFICACION CON LA EMPRESA (SENTIDO DE PERTENENCIA)	ALTA
SENA	CAPACITACION Y FORMACION A EQUIPO DE TECNICOS	MEDIA

Matriz de Influencia.



## 8. Benchmarking.

En la actualidad existen muy poca oferta de empresas que brinden el servicio de mantenimiento preventivo y locativo en empresas y hogares en la ciudad y las que existen no emplean personal con limitaciones físicas.

Empresas:

Arriba SAS.

Innovar Reparaciones y Construcciones.

Doctor Solución.

Casa Limpia.

Madaser Ltda.

Hombre Solo Limitada.

Todas estas empresas ofrecen servicio de mantenimiento locativo enfocado especialmente en empresas, ofreciendo servicio en áreas como obre civil, plomería, electricidad. En todas ofrecen técnicos capacitados pero solo una hace énfasis que estos están capacitados en trabajo en alturas así como también que tiene implementado programa de Salud y seguridad en el trabajo.

Las primeras empresas cuentan con página Web donde especifican sus servicios, teléfonos de contacto y una breve reseña de la empresa y de sus clientes así como de sus compañías, las restantes no cuentan con una página que permita a los clientes acceder a mayor información. En el caso de Casa Limpia su página cuenta con mayor información así como también ofrecen una APP pero al descargarla se identifica que el servicio de mantenimiento no está disponible pero si otros servicios que ellos tienen.

La estrategia común en ellos es resaltar las empresas en las cuales ofrecen o desarrollan servicios así como también especifican la posibilidad de pagos de servicios con diversos medios como efectivo, tarjeta de ahorros y crédito y resaltan un canal de contacto similar a contac center.

## **Unidad 2.**

## 1. Estudio de Mercado.

### o Producto.

El servicio de mi plan de negocio consiste en el mantenimiento preventivo y locativo enfocado en oficinas, Instituciones Educativas y conjuntos residenciales con servicios de: Reparaciones eléctricas, plomería, remodelaciones, mantenimiento mobiliario, pintura interna y de fachadas.

Como servicio complementario se ofrecerá un paquete en el cual un técnico realizara una inspección trimestral donde se identifican reparaciones preventivas y locativas y a través de este proceso, se disminuyen altos costos por conceptos de reparación y eventualidades en estos lugares.

### o Segmentación de Mercado.

**Geográfica:** Se establece que la región donde desenvolverá el proyecto es en Bogotá en las localidades de Chapinero, La Candelaria, Mártires y Puente Aranda de manera inicial.

#### **Demográfica:**

Edad; El servicio será tomado en personas con un rango de edad alta en un promedio de 28 a 50 años.

Sexo; Masculino y Femenino.

Educación; Las personas que tomen este servicio serán personas con una formación universitaria ya que deberán dar valor al mantenimiento preventivo y el beneficio de tomar este tipo de servicios.

Ingresos; Personas con ingresos mínimo de 3 SMMLV.

**Psicograficos:** Para realizar esta segmentación me baso en el método VLAS (Valores, Actitudes y Estilos de vida) y tomo 6 de sus grupos:

Innovadores: Seguro de sí mismo y personas de éxito.

Experimentadores: Entusiastas e impulsivos.

Creyentes: Tradicionales y conservadores.

Luchadores: Modernos y en busca de aprobación.

Creadores: Trabajadores incansables y expresivos.

Supervivientes: Buscadores de seguridad y negados al cambio.

De estos 6 grupos se identifican 3 grupos que resalto que serían los potenciales clientes.

**Comportamiento:** Esta segmentación va enfocada con las necesidades específicas y como se usa un determinado producto

En este caso se pueden identificar los posibles momentos cuando un cliente tome nuestros servicios:

- Cuando se identifique que tener un departamento de mantenimiento genera altos costos.
- Ante situaciones de daños en inmuebles y mobiliario.
- Remodelaciones y/o adecuaciones.
- Cuando por implicaciones legales se requiera implementar un plan de mantenimiento.

#### o Demanda del Producto.

A pesar que el sector de la construcción en los últimos años presenta decrecimiento en la demanda es importante resaltar que el sector de obre civiles tiene una tendencia opuesta y viene presentando un crecimiento bastante importante.

pasado. Para el caso de las exportaciones reales, aunque se registró una leve ca su desempeño mejoró cuando se compara con lo observado en 2016.

**Cuadro 6. Resultados de crecimiento del PIB por el lado de la Demanda**

	2016	2017				2017
	Año completo	I. Trim.	II Trim.	III Trim.	IV Trim.	Año completo
<b>Consumo Total</b>	1.7%	2.0%	2.3%	2.9%	1.6%	2.2%
Consumo de Hogares	1.5%	1.0%	2.0%	2.3%	0.9%	1.7%
Bienes no durables	2.2%	1.1%	2.0%	2.9%	2.0%	2.0%
Bienes semidurables	0.8%	-3.6%	-3.3%	-1.5%	-1.0%	-2.4%
Bienes durables	-1.0%	7.1%	-1.7%	6.7%	-8.2%	0.7%
Servicios	2.6%	2.7%	2.6%	1.9%	1.1%	2.1%
Consumo Final del Gobierno	2.4%	3.8%	3.5%	4.4%	4.2%	4.0%
<b>Formación Bruta de Capital</b>	-3.3%	-0.9%	0.7%	0.0%	0.5%	0.1%
Formación Bruta de Capital Fijo	-2.7%	-1.7%	1.5%	0.3%	0.3%	0.1%
Agropecuario, silvicultura, caza y pesca	6.0%	1.9%	-4.9%	-2.2%	3.4%	-0.5%
Maquinaria y equipo	-8.2%	-0.9%	4.3%	6.7%	4.5%	3.6%
Equipo de transporte	-31.3%	-3.6%	-2.1%	-0.2%	-13.1%	-5.0%
Construcción y edificaciones	6.4%	-8.0%	-8.2%	-15.0%	-13.1%	-11.3%
Obras civiles	-0.4%	3.5%	7.2%	9.1%	8.7%	7.1%
Servicios	-2.7%	-3.1%	1.4%	0.9%	4.2%	0.8%
<b>Demanda interna</b>	0.5%	1.4%	1.8%	2.1%	1.3%	1.6%
<b>Exportaciones Totales</b>	-1.2%	-5.9%	2.6%	5.0%	-3.8%	-0.6%
<b>Importaciones Totales</b>	-7.3%	-1.1%	4.4%	1.9%	-4.0%	0.2%
<b>Producto Interno Bruto</b>	2.0%	1.5%	1.7%	2.3%	1.6%	1.8%

Fuente: DANE. Cálculos Banco de la República

41. Por ramas de actividad, los sectores que más crecieron durante 2017 fueron agricultura (4,9%) y los servicios financieros (3,8%). Por el contrario, la mir

#### Figura 2.

Esta estadística nos enseña la importancia de que sectores presentan desaceleración pero esta tendencia no ocurre en el sector de obras civiles crece por encima del porcentaje de la demanda interna dado tal vez porque el consumo de este tipo de servicio por la vivienda nueva le permite crecer por encima de la estadística.

o **Oferta del Producto.**

En la actualidad la oferta de productos de mantenimiento preventivo y locativo es muy reducida y a su vez va muy enfocada a oficinas y empresas ya que el mercado que consume en mayor proporción este servicio ya sea por normatividad o por políticas internas. Así mismo cabe resaltar que ninguna de estas empresas emplea personal con limitaciones físicas tal vez al considerar que no tienen capacidades para desarrollar estas actividades según se identificó en el estudio realizado, es ahí donde mi plan de negocios es innovador y factible ya que la población con esta condición es de gran tamaño.

En las consultas se identificaron 6 empresas con páginas en internet donde los servicios ofrecidos son muy similares en su variedad y tipo de servicios.

o **Mercado Potencial.**

Según el censo de Catastro Distrital del número de predios en uso el crecimiento 2016 Vs 2017 fue del 2,3%, lo que indica que la posible demanda en clientes como Oficinas, Colegios y Conjuntos residenciales tiene un amplio potencial.

Grupo económico	2016	2017	Var % 2016 - 2017
Bodegas	20.476	20.755	1,4%
Clínicas, hospitales, centros médicos	260	262	0,8%
Comercio	82.882	83.245	0,4%
Hoteles	4.246	4.394	3,5%
Industria	2.055	2.040	-0,7%
Oficinas	68.997	69.856	1,2%
Otro	188.866	119.768	-36,6%
Residencial	2.079.925	2.205.011	6,0%
Universidades y colegios	4.120	4.107	-0,3%
<b>Total general</b>	<b>2.451.827</b>	<b>2.509.438</b>	<b>2,3%</b>

**Figura 2.** Número de predios por uso; Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital, Censo Inmobiliario 2017.

Así mismo en las localidades escogidas para desarrollar inicialmente cuentan con un amplio número de instituciones educativas privados que es un nicho de mercado hoy no atendido de forma correcta y que con nuestra política de apoyar a personas con discapacidad física podrían interesarles tomar nuestro servicio para incentivar un sentido de conciencia social.

El número de Oficinas en las localidades de Chapinero y La Candelaria es indeterminado ya que no existe un censo que nos indique realmente esta estadística, así mismo el segmento de conjuntos residenciales es potencialmente importante en la localidad de Puente Aranda.

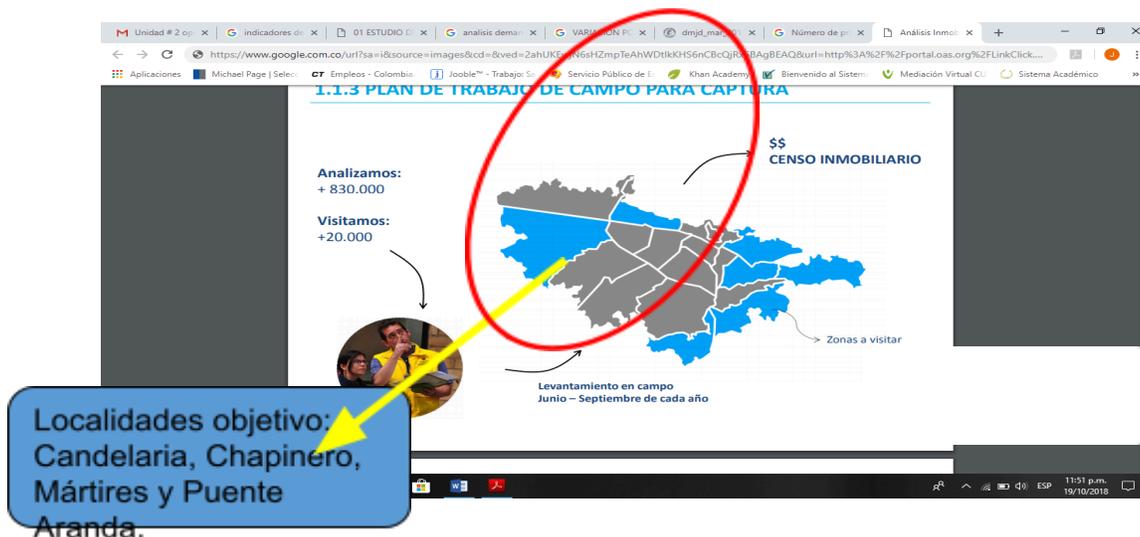


Figura 3. Localidades de Bogotá.

○ Precio.

El precio de cada servicio partirá de una base la cual será el valor de mano de obra y variara según el material y tiempo empleado en cada uno, para ello en cada visita se usara un formato donde se determina el tipo de reparación y posteriormente se generara un cotización que incluya el costo de materiales y el tiempo que tardara en desarrollarse.

ALCANCE DETALLADO DE LA OBRA								
ÍTEM	ACTIVIDAD	ALCANCE ESPECÍFICO	MATERIALES (Suministrados por)	FECHA DE ENTREGA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	OBSERVACIONES
1								
2								
3								
4								
5								
6								
							<b>TOTAL</b>	

\_\_\_\_\_  
FIRMA EL CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
FIRMA EL CONTRATISTA

**Figura 4. Modelo Formato de Orden de Servicio**

- **Comercialización.**

El medio de comercialización será a nivel de consumidor ya que no existirá ningún tipo de intermediario, los contactos y búsqueda de clientes será de forma directa y luego de cada servicio se medirá el nivel de satisfacción para tener así control sobre el producto y/o servicio ofrecido.

**Unidad 3.**

1. **Implementación de TICS.**

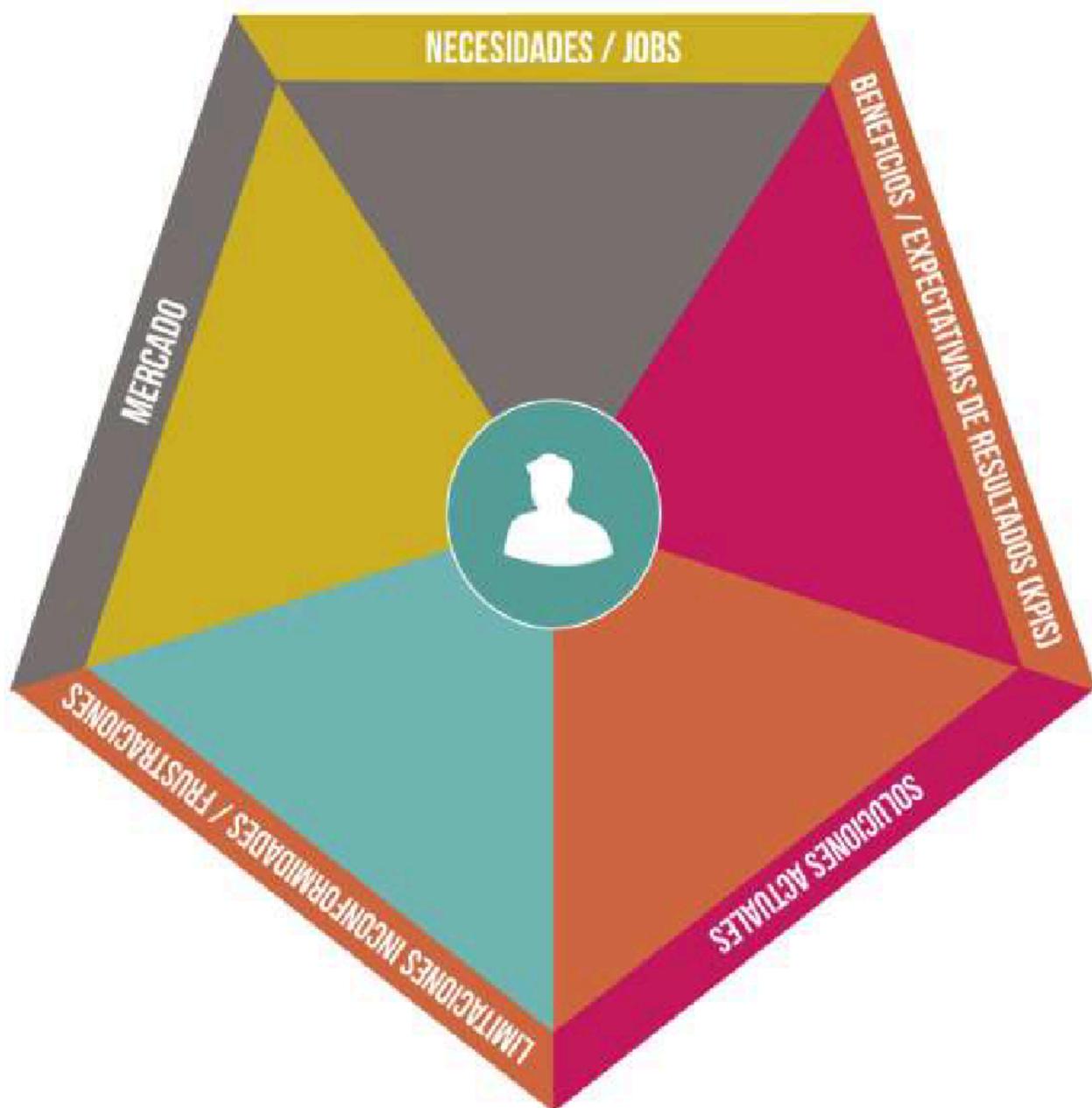
Hoy la importancia de estar presente en el mundo de la tecnología es vital para cualquier negocio y este por ser un servicio al que hay que generarle la necesidad hay de darle mayor importancia a este aspecto, por ello mi plan de negocio incluirá las siguientes TICS para difundir y comercializar:

- Página WEB condominio propio y el nombre del proyecto.



- El proyecto en 2 años es desarrollar una APP gratuita donde se facilite la solicitud de los servicios, las personas puedan realizar una cotización previa y así





ESTRATEGIA	EXPLICACION
NECESIDAD	Con este proyecto se busca satisfacerla necesidad de Inseguridad.

BENEFICIO	Tranquilidad- Ahorro
SOLUCIONES	Altos gastos y cuentas elevadas- Desperdicio de tiempo y Personal
LIMITACIONES- INCONFORMIDAD	Limitaciones de Tiempo y de Satisfacción
MERCADO	Clientes con problemas de mantenimiento en inmuebles Oficinas, Instituciones Educativas y Conjuntos residenciales

### 3. Entrevistas.

Se realizó entrevistas a 12 personas con distintas ocupaciones, cargos y edades con los siguientes resultados.

	PREGUNTAS	RESPUESTAS	
1	En su lugar de trabajo existe algun plan de mantenimiento preventivo?	SI	2
		NO	10
2	En Caso de ser afirmativa la pregunta 2, Que tipo de plan se emplea?	Lo realiza una persona de confianza	
3	Este mantenimiento con que periodicidad lo realizan 6 meses, 12 meses o mas de 12 meses	1 vez al año en promedio	
4	La persona que realiza este mantenimiento es una persona certificada.	profesional	11
		recomendado	1
5	En caso de ser negativa la respuesta a la pregunta 2, cuando existe algun daño en su trabajo como se repara este daño	Buscan una persona que lo realice condicionado al costo del servicio	
6	Conoce usted o ha tomado el servicio de una empresa de mantenimiento preventivo	SI	0
		NO	12
7	Si usted tomara un servicio y la persona que lo atiende tiene alguna limitacion fisica usted le permitiria desarrollar su labor	SI	7
		NO	5

## Unidad 4.

### 1. Taller Generación Producto Mínimo.

1. ¿Quién es mi cliente?

Mis clientes son Empresas, Instituciones Educativas Privadas y Conjuntos residenciales que no cuentan con un departamento propio de mantenimiento.

2. ¿Qué les voy a ofrecer a mis clientes?

Nuestro servicio de mantenimiento Preventivo y Locativo ofrece que sus instalaciones e inmuebles no sufran daños que incurran en gastos por cambios o reparaciones que a mediano plazo sean un alto costo o que conlleven a posibles incidentes o accidentes de empleados, estudiantes o su familia los servicios ofrecidos por nuestra compañía serán:

- ✓ Impermeabilización de cubiertas
  
- ✓ Instalación y cambio de tejas
  
- ✓ Trabajos en alturas (Nivel coordinador y avanzado)
  
- ✓ Remodelación de Oficinas
  
- ✓ Instalación de Dry Wall
  
- ✓ Delineación de pisos y parqueaderos
  
- ✓ Electricidad
  
- ✓ Plomería
  
- ✓ Ornamentación

- ✓ Pintura en Techos, Paredes y Fachadas
- ✓ Demoliciones
- ✓ Mantenimiento de Mobiliario
- ✓ Limpieza de Fachadas
- ✓ Pisos Pulidos
- ✓ Limpieza de Tapetes y Alfombras
- ✓ Limpieza de Sillas de Oficina
- ✓ Brigada de Aseo General

Con este servicio contara siempre con una persona especializada que atenderá sus necesidades sin incurrir en tener un área de mantenimiento, inventarios, compra de herramienta que puede ser costosos además de contar con el respaldo de técnicos certificados.

### 3. En qué tipo de mercado estamos ubicados.

El tipo de mercado donde estamos ubicados es “Mercado Existente” ya que existen empresas que ofrecen un servicio similar y nuestra diferenciación será el de realizar también una labor social apoyando personas con limitaciones físicas.

#### 4. La Lista.

Luego de realizar las 2 listas identificamos lo siguiente:

LISTA DE PREGUNTAS		
	CLIENTE	HOME SOLUTIONS
1	CALIDAD DE VIDA	CALIDAD
2	SEGURIDAD	SEGURIDAD
3	SALUD	AHORRO
4	EDUCACION	NOVEDAD
5	FELICIDAD	AGILIDAD
6	TECNOLOGIA	INFRAESTRUCTURA
7	ECONOMIA	TECNOLOGIA
8	ESTATUS	CONFIABILIDAD
9	DIVERSION	GARANTIA
10	VIAJES	RESPALDO

En ambos listados de evidencia que la seguridad es un factor importante tanto para nuestros potenciales clientes como para Home Solutions.

#### 5. Herramientas y el Poder de la comunicación.



**Nuestro logo identifica nuestros valores el mantenimiento y el apoyo social.**

#### **Herramientas del diseño.**

Nuestro producto es un Servicio y nuestro diseño inicial será un Brochure con la información de nuestra compañía, servicios y al obtener clientes de importancia los reflejaremos en este para generar confiabilidad.

## Validación MPV.

Para validar nuestro Producto mínimo Variable usaremos las entrevistas personales las cuales adjuntaremos al final del trabajo.

### 2. Análisis de Información de Entrevistas.

Como resultado de las entrevistas realizadas concluyo e identifico la siguiente información:

- Las áreas de mantenimiento en los lugares de trabajo de las personas entrevistadas es casi nula.
- Usualmente se recurre a personal con poca capacitación y que generalmente es empírica y casi siempre es referenciada por otras personas.
- La cultura de mantenimiento no está presente y solo se recurre a reparaciones cuando se presentan daños estructurales o para efectos de obra civil.
- Siempre se busca la economía recurriendo a insumos o repuestos de baja calidad en aras de reducir costos.



## Unidad 5.

- **Identidad Estratégica.**

Home Solutions es una empresa que ofrece servicios de Mantenimiento Preventivo y Locativo caracterizados por la calidad de nuestros trabajos dando a nuestros clientes un

alto nivel de seguridad en su Infraestructura e Inmuebles además tendremos una labor social apoyando población con discapacidad física siendo un ejemplo de superación y de inclusión social en Colombia.

- **Futuro Preferido.**

En el 2023 seremos la empresa número uno en preferencia de nuestros clientes en el mantenimiento preventivo y locativo de sus empresas, entidades de educación y conjuntos residenciales caracterizados por la calidad y el servicio así como por la implementación de nuevas tecnologías. Nuestra cobertura será en las 4 ciudades capitales más importantes del país; Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

- **Valores Corporativos.**

Respeto

Equidad e Igualdad

Honestidad

Lealtad

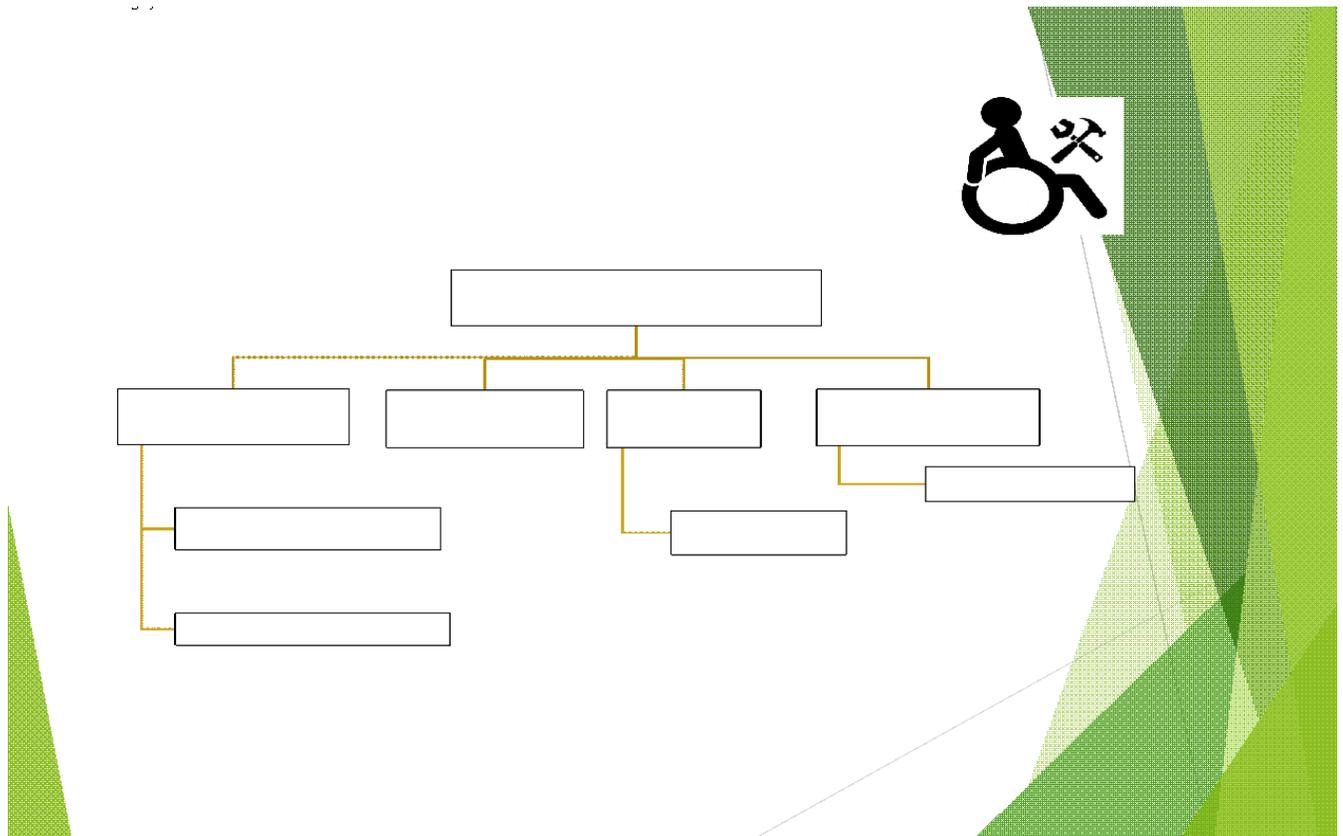
Trabajo En Equipo

Solidaridad

Liderazgo

**Áreas Funcionales.**

Figura 5.



### **Objetivo Empresariales.**

- Ser líderes en Mantenimiento Locativo en oficinas de la localidad de Chapinero en los próximos 3 años.
- Expandir nuestros servicios a Medellín y Cali para el año 2023.
- Ser reconocidos por la inclusión a personas con discapacidad física con empleos de Calidad que les permitan aportar productivamente a la sociedad Colombiana.

## Unidad 6

### Análisis PESTEL.

<b>P</b>	<b>Político</b>	Políticas de generacion de Empleo
		Financiacion y Apoyo a PYMES
		Participacion del SENA en formacion
<b>E</b>	<b>Economico</b>	Pago de Impuestos
		Formalizacion como S.A
		Excepcion de Impuestos
		Pago de Obligaciones Empleados y Banca
<b>S</b>	<b>Social</b>	Inclusion a Personas con Discapacidad Fisica
		Economia
		Generacion de Nuevos Empleos
<b>T</b>	<b>Tecnologico</b>	Implementacion de nuevas tecnologias de iluminacion
		Innovacion en Plataformas (Apps) que permitan ser mas agiles
		Compra de herramientas con alta tecnologia
		Capacitacion a Tecnicos de nuevas tecnologias
<b>E</b>	<b>Ecologico</b>	Disposicion Correcta de residuos
		Reciclaje
		Diseñar Cultura Ecologica
		Implementacion ISO 14000
<b>L</b>	<b>Legal</b>	Ministerios de Trabajo y Salud
		DIAN
		RUT
		Camara y Comercio
		Leyes de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)

**Las 5 Fuerzas Porter.**

