



Corporación Unificada Nacional
de Educación Superior

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 3
“SERVICIOS MY HOME S.A.S”

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

Nicoll Camiila Solano Murcia

Bogotá, Colombia; Mayo de 2018.

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR

**TRABAJO FINAL OPCIÓN DE GRADO 3
“SERVICIOS MY HOME S.A.S”**

ASIGNATURA

Opción de grado Tres

NOMBRE DEL ESTUDIANTE

Nicoll Camiila Solano Murcia

NOMBRE DEL CATEDRÁTICO

Cristian Camilo Chaves Montes

Bogotá, Colombia; Mayo de 2018.

TABLA DE CONTENIDO

1. Customer development

1.1 Identificación de necesidades

1.2 Beneficios de servicio a ofrecer

1.3 Soluciones actuales

1.4 Limitaciones e inconformidades de las soluciones actuales

1.5 Mercadeo

2. Desarrollo de la Matriz estratégica

2.1 Descripción idea de negocio

2.2 Objetivo general

2.3 Objetivo específico

2.4 Marco legal

2.5 Identidad estratégica

2.6 Futuro preferido

2.7 Valores

2.8 Análisis PESTEL

2.9 Análisis DOFA

2.10 Análisis cinco fuerzas de Porter

2.11 Cadena de valor

2.12 Estrategia competitiva

3. Estudio de mercados

3.1 Objetos de estudio de mercados

3.2 Fuentes de informacion

3.3 Primarias

3.4 Secundarias

3.5 Segmentacion

3.6 Metodologia del estudio de mercado

3.7 Analisis concluyente, graficas y conclusiones

3.8 Estrategia del producto

3.9 Estrategia del precio

3.10 Estrategia de publicidad

3.11 Desarrollo de la marca

3.12 Vnetaja competitiva y comparativa

3.13 Estrategia de promocion

3.14 Campaña publicitaria

3.15 Estrategia de dsitribucon

3.16 Logistica

3.17 Ejecucion comercial

3.18 Habilidades comerciales y administrativas

3.19 Proyeccion de ventas

3.20 Politicas de cartera

4. Estudio legal

4.1 Objetivo estudio legal

4.2 Marco legal

4.3 Concepto de empresa

4.4 Clasificación de las MiPymes

4.5 CIU

4.6 Clasificación de las sociedades

4.7 Constitución legal

4.8 RUT

4.9 Requisitos de registro mercantil

4.10 Resolución de facturación DIAN

4.11 Obligaciones de registro

4.12 Revisión técnica de seguridad

4.13 Normas sanitarias y de salud

4.14 Impacto ambiental

4.15 Contratación personal

5. Estudio administrativo

5.1 Objetivo del estudio administrativo

5.2 Definición organizacional

5.3 Organigrama

5.4 Tamaño empresa

- 5.5 Modelo de contratación
- 5.6 Manual de funciones
- 5.7 Gastos administrativos
- 5.8 Gastos de personal
- 5.9 Gastos de puesta en marcha

6. Estudio tecnico

- 6.1 Objetivo estudio tecnico
- 6.2 Ficha tecnica del producto
- 6.3 Descripcion del proceso
- 6.4 Procedimiento
- 6.5 Requerimientos y necesidades
- 6.6 Infraestructura
- 6.7 Maquinaria y equipo
- 6.8 Muebles y enceres
- 6.9 Herramientas
- 6.10 Materias primas e insumos
- 6.11 Tecnologia
- 6.12 Plan de produccion
- 6.13 Plan de compras
- 6.14 Cosotos de produccion
- 6.15 Costos fijos

- 6.16** Costos variables
- 6.17** Costos unitarios
- 6.18** Punto de equilibrio

1. COUSTOMER DEVELOPMENT

1.1 Identificación de necesidades

La necesidades que encontramos en nuestros clientes, son dos muy importantes ya que una es el tema de servicio al cliente, nuestros clientes en su gran mayoría nos buscan para la solución de algunos problemas que se han generado luego de la respectiva instalación, vale aclarar que no fue realizada por nosotros en pocas palabras somos los que solucionamos “los chicharrones” de un mal servicio de venta, queremos terminar con la cultura de los vendedores colombianos los cuales mienten a la hora de vender los productos en este caso las cortinas; y como segunda necesidad la limpieza en su hogar, todos queremos que cada uno de nuestros decorativos se encuentre en condiciones adecuadas en las cuales están las cortinas, es necesario e higiénico realizar una limpieza a nuestras cortinas que su mayoría son hechas en tela y estas pueden alojar bacterias que pueden hacernos daño en un futuro.

1.2 Beneficios del servicio a ofrecer

Damos una pronta solución a los problemas que presentan las cortinas, contamos con una experiencia de 10 años en el manejo de ellas y esto garantiza un trabajo de calidad aparte de eso hablamos con honestidad al cliente y le planteamos las alternativas que debe tomar para el buen manejo de sus cortinas

1.3 Soluciones actuales

Trabajamos con diferentes empresas a las cuales les prestamos el servicio de post venta y garantías, y por medio de estas acciones hemos podido rescatar aquellos clientes insatisfechos; al

trabajar con dichas empresas ofrecemos nuestro servicio de mantenimiento lo cual ha tenido gran acogida ya que conocen nuestro trabajo y confían en el servicio que prestamos.

1.4 Limitaciones e inconformidades de las soluciones actuales

En el mercado existen varios clientes los cuales son poco difícil de manejar, unas limitaciones que ellos nos generan es el no escuchar nuestras soluciones de experiencia y cerrarse en el pensamiento de ellos y pasa exactamente lo mismo a la hora de realizar el mantenimiento de cortinas, muchas personas creen tener la razón cuando no tiene el conocimiento del manejo adecuado del material de las cortinas.

1.5 Mercadeo

El mercado objetivo ha tenido un comportamiento que ha beneficiado a la empresa. Se hizo un estudio en el cual se tomaron las características de los clientes que adquieren nuestro servicio, y nos otros a partir de esta información hemos podido llegar a la necesidad específica que presenta cada uno de ellos y cumplirla para satisfacerla. En cuanto a la competencia, tenemos claro que empresas son y estas como pueden dañar el servicio que prestamos.

2. DESARROLLO DE LA MATRIZ ESTRATÉGICA

2.1 Descripción de la idea de negocio

Somos una empresa dedicada al mantenimiento de cortinas, nos encargamos de recoger las cortinas (hogar- oficina) y trasladarlas al lugar donde se realiza el lavado sea en húmedo o en seco, y si es necesario desinfectar y realizar el proceso de secado; para luego revisarlas y pasar al proceso de empaquetado y llevarlas al lugar de instalación.

2.2 Objetivo general

Ser una empresa innovadora, creativa y líder en el cubrimiento de ventanas; colocando a disposición de los clientes personas idóneas y una calidad en el trabajo a la hora de manipular sus cortinas. Generar empleo y aportando al crecimiento laboral y personal de nuestros colaboradores, obteniendo ganancias para lograr el crecimiento de la empresa y expandirnos a otros puntos del país y poder ofrecer nuestro producto. Trabajamos en pro del medio ambiente, Cuidamos y respetamos el medio ambiente, estamos en el proceso de recolección de aguas para hacer un tratamiento de purificación y poder trabajar con esta en el lavado húmedo de las cortinas.

2.3 Objetivos específicos

- Adecuar y ampliar la infraestructura para el lavado y secado de las cortinas
- Proporcionar desarrollo y bienestar a cada uno de los empleados
- Desarrollar el comercio nacional
- Obtener una rentabilidad anual del 68% a partir del próximo año
- Crecer empresarialmente y generar una toma de decisiones efectiva.
- Participación ambiental con conferencias de sensibilización al cuidado del medio ambiente

2.4 Marco Legal

- **Decreto 1499 de 2009**, Que el Registro Único Nacional de Tránsito – RUNT, es el sistema de información que permite registrar y mantener actualizada, centralizada, autorizada y validada, la información sobre los registros de automotores, licencias de tránsito, empresas de transporte público, infractores, accidentes de tránsito, seguros, remolques y

semirremolques, maquinaria agrícola y de construcción autopropulsada y de personas naturales o jurídicas que prestan servicios al sector. Además, el RUNT permitirá la expedición de certificados de información en cada uno de los diferentes registros. Que de acuerdo a las normas citadas y a la entrada en operación del RUNT se presentará duplicidad de información ente el Registro Nacional Automotor y el Registro Nacional de Carga y por ende dualidad de las funciones de los Organismos de Transporte y Tránsito y las Direcciones Territoriales del Ministerio de Transporte.

- **Resolución N° 5081 de 2006**, El ministerio de transporte expidió la Resolución N° 4959 del 8 de noviembre de 2006, por la cual se fijan los requisitos y procedimientos para conceder los permisos para el transporte de cargas indivisibles, extrapesadas y extradimensionadas, y las especificaciones de los vehículos destinados a esta clase de transporte
- **Ley 373 de 1997**, Todo plan ambiental regional y municipal debe incorporar obligatoriamente un programa para el uso eficiente y ahorro del agua. Se entiende por programa para el uso eficiente y ahorro de agua el conjunto de proyectos y acciones que deben elaborar y adoptar las entidades encargadas de la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado, riego y drenaje, producción hidroeléctrica y demás usuarios del recurso hídrico. Las Corporaciones Autónomas Regionales y demás autoridades ambientales encargadas del manejo, protección y control del recurso hídrico en su respectiva jurisdicción, aprobarán la implantación y ejecución de dichos programas en

coordinación con otras corporaciones autónomas que compartan las fuentes que abastecen los diferentes usos.

- **Ley 9 de 1979**, Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar y mejorar las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana; los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.
- **Artículos 69 – 79 de la ley 9 de 1979**
- **Ley 1429 de 2010**, Objeto. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

2.5 Identidad Estratégica (Misión)

Somos una empresa líder en mantenimiento de cortinas brindando las mejores soluciones en el lavado, mantenimiento y reparación en la decoración de ventanas, manteniendo los estándares de calidad y respetando el medio ambiente, actuando en el tiempo oportuno para buscar mayores beneficios a nuestros clientes.

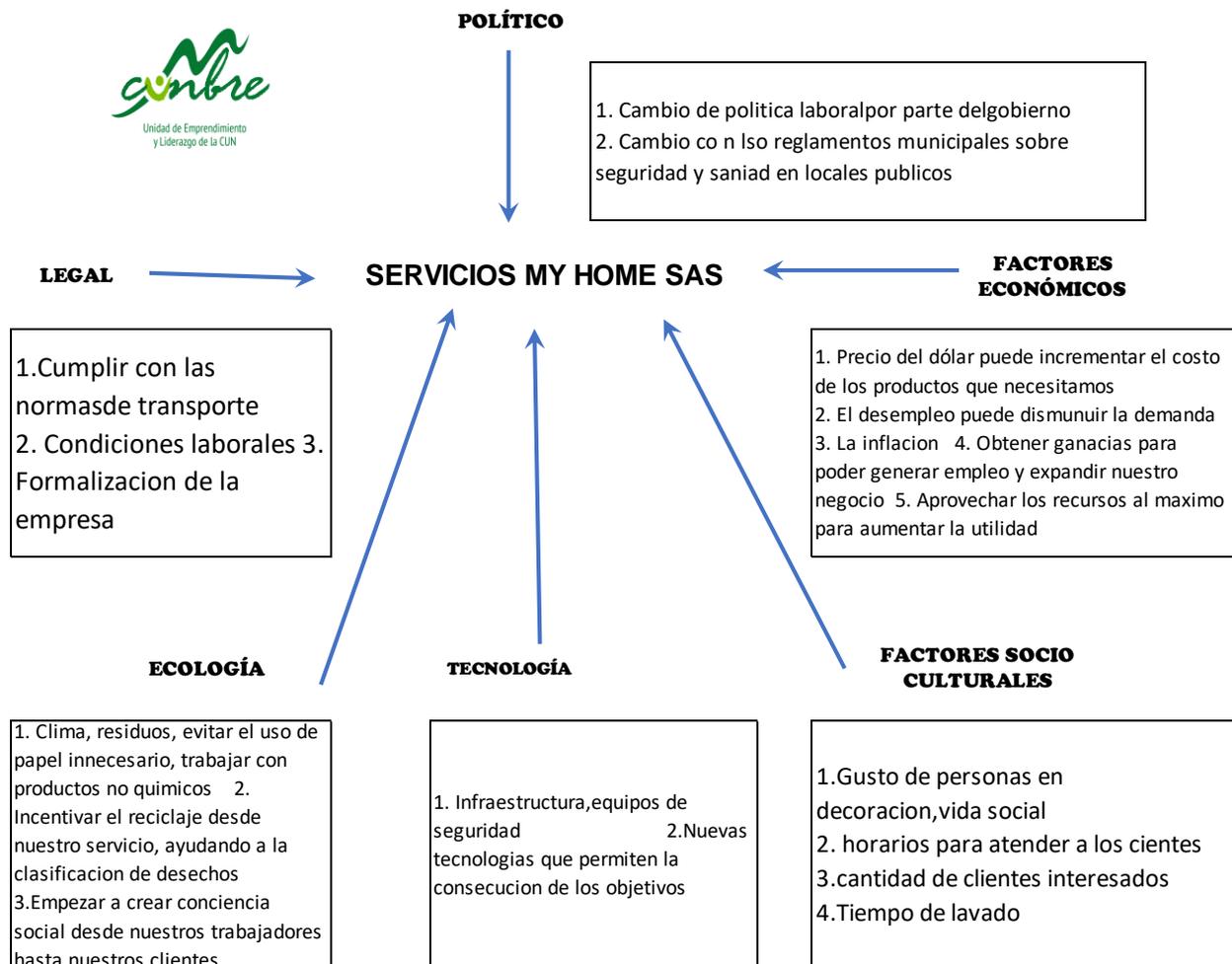
2.6 Futuro preferido (Visión)

Ser una empresa líder y reconocida en el mercado en servicios especializados de lavado y mantenimiento en la decoración de ventanas y accesorios, empleando avances ecológicos y tecnológicos; brindando confiabilidad a nuestros clientes con el servicio prestado.

2.7 VALORES

- **EQUIDAD:** Procedemos con justicia, igualdad e imparcialidad
- **INTEGRIDAD:** Actuamos con firmeza, rectitud, honestidad, coherencia y sinceridad
- **RESPECTO:** Interactuando, reconociendo la sostenibilidad de los recursos naturales
- **CALIDAD:** Ofrecemos servicios de alta calidad y reconocidos por el cliente.

2.8 ANÁLISIS DE PESTEL



Político:

- Cambio en la política laboral por parte del gobierno
- Cambio en los reglamentos municipales sobre seguridad y sanidad en locales públicos.

CONCLUSION: Tendremos que estar al tanto de los cambios que tengan las leyes y las normas dirigidas al servicio de mantenimiento para evitar sanciones.

Factores económicos:

- Precio del dólar puede incrementar el costo de los productos que necesitamos.
- El desempleo puede disminuir la demanda
- La inflación
- Obtener ganancias para poder generar empleo y expandir nuestro negocio
- Aprovechar los recursos al máximo para aumentar la utilidad.

CONCLUSION: Estos factores económicos nos pueden perjudicar en caso de que los productos de aseo incrementen su valor y tengamos que ajustar el precio de nuestros servicios, esto puede generar una disminución en la demanda

Ecología:

- Residuos
- Incentivar el reciclaje desde nuestro servicio ayudando a la clasificando de desechos
- Trabajar con productos no químicos.
- Evitar el uso de papel innecesario.
- Empezar a crear conciencia social desde nuestros trabajadores hasta nuestros clientes.

CONCLUSION: Tenemos que incentivar el reciclaje para aportar en la conservación del medio ambiente.

Tecnología:

- Infraestructura
- Equipos de seguridad
- Las nuevas tecnologías permiten la consecución de los objetivos

CONCLUSION: Si no implementamos tecnología de punta en nuestra empresa va ser difícil competir con empresas que ya se encuentran posesionadas en el mercado

Factores socioculturales:

- Gustos de las personas en decoración.
- Horarios de disponibilidad para atendernos
- Vida social
- Cantidad de clientes interesados
- Tiempo del lavado.
- Publicidad

CONCLUSION: Tenemos que tener una calidad de trabajo y de esta manera permitir a nuestros clientes se agraden en el momento de adquirir nuestro servicio.

Legal:

- Cumplir con las normas de transporte
- Condiciones laborales

CONCLUSION: A nuestros empleados les vamos a ofrecer las condiciones laborales exigidas por ley y también le vamos a ofrecer estabilidad laboral, de esta manera logramos tener un equipo motivado y esto nos garantiza tener mejores resultados.

2.9 ANÁLISIS DOFA

FORTALEZAS

- Innovación en el servicio.
- Calidad y presentación en el servicio
- Oferta de servicio en venta directa
- Precios accesibles
- Se cuenta con un excelente equipo de trabajo que busca satisfacer las necesidades de los clientes.

DEBILIDADES

- Deficiencia en el manejo de publicidad
- Escases de recursos económicos
- Factores de iniciación (no reconocimiento)

OPORTUNIDADES

- Opciones de crecer en un mercado selectivo.
- Obtención Clientela fija
- Un servicio innovador, medios tecnológicos para promocionar y dar a conocer el producto.

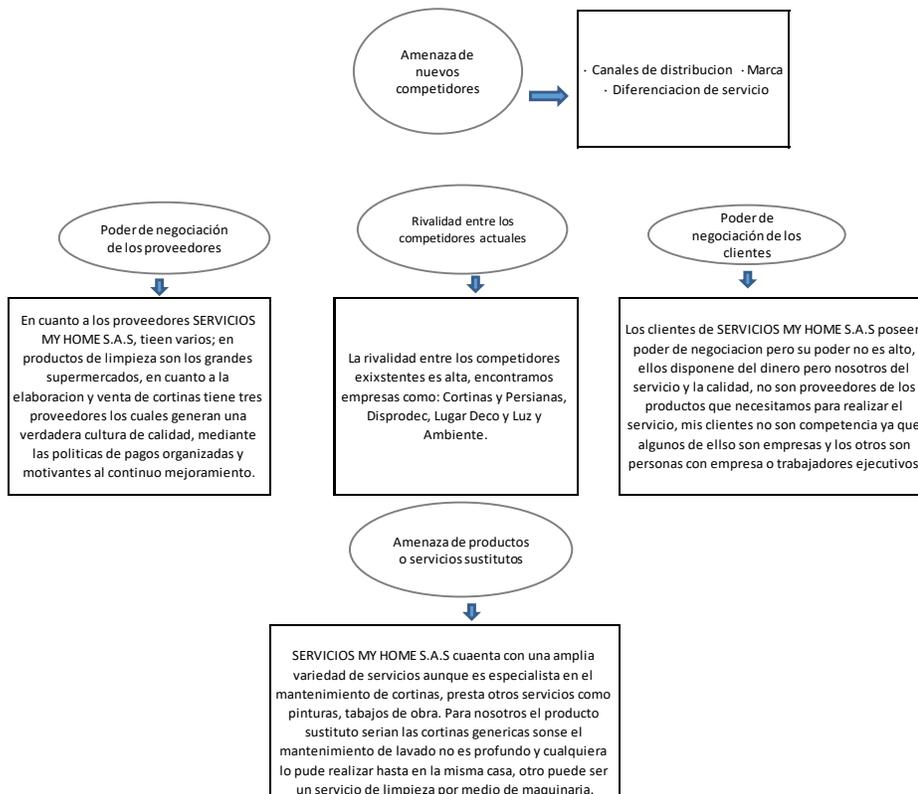
- Compromiso con la prestación de excelente servicio y calidad, para generar fidelización de clientes.

AMENAZAS

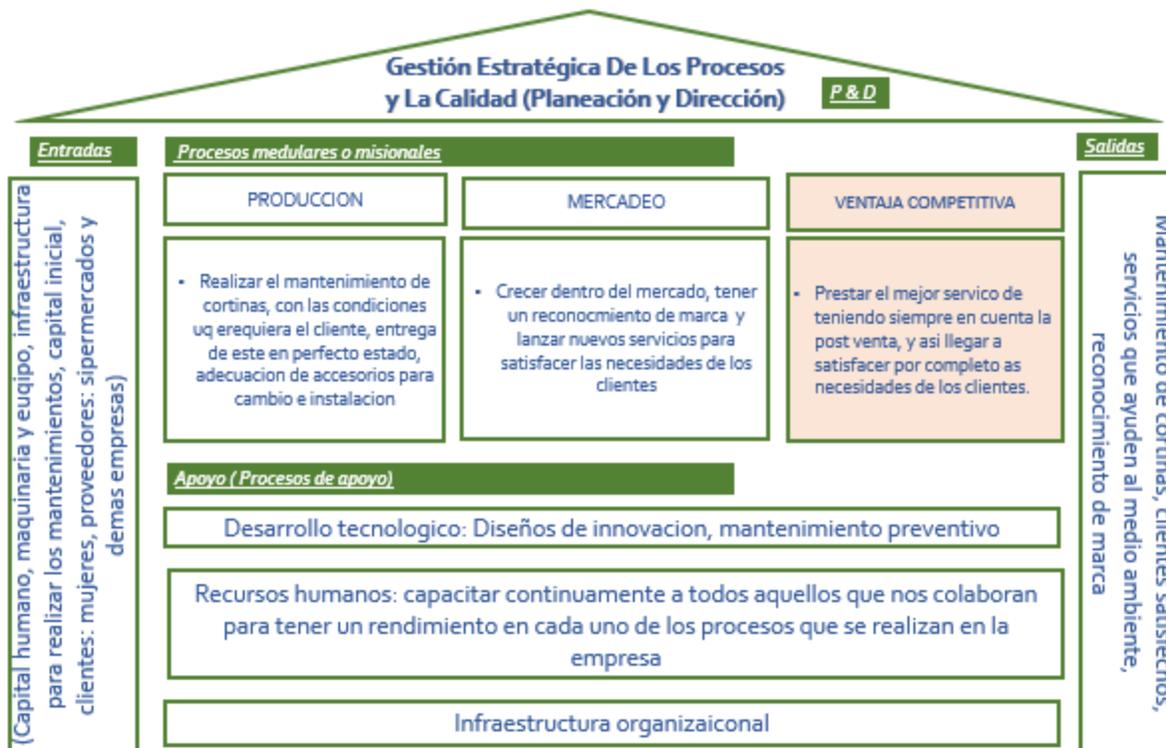
- Nuevas ofertas de servicios similares
- Mala administración de los recursos financieros y ambientales

2.10 ANALISIS CINCO FUERZAS DE PORTER

Análisis de las cinco fuerzas - Influencia del Macroentorno



2.11 CADENA DE VALOR



2.12 Estrategia competitiva

1. Organizar las personas que realizan el mantenimiento en las áreas adecuadas, Comprar los materiales que se necesitan para realizar el mantenimiento, administrar los recursos de la mejor manera que estos rindan y sean eficientes en cada proceso y realizar campañas publicitarias, recordación de marca
2. Dar a conocer el flujo grama a cada uno de los colaboradores para llevar el control de cada proceso, hacer los pedidos con anterioridad, estudiar el mercado para estar verificando las oportunidades y amenazas

3. Tener una mejora continua, generar herramientas para controlar cada procedimiento y ser más eficiente, comercializar a través de páginas web, brindar nuestro portafolio a las empresas de Bogotá.
4. Capacitar a los empleados para el manejo de las cortinas y si es el caso para el manejo del motor
5. Brindar costos bajos al servicio y de accesibilidad para el cliente final, cuidar el medio ambiente.

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 Objetivos del estudio de mercados

A través del análisis de mercados reconoceremos:

- El precio que los consumidores están dispuestos a pagar.
- Las características principales que desea nuestro cliente
- La estrategia postventa y como la reciben los clientes

3.2 Fuentes de Información

Es importante resaltar que, a la hora de realizar el artículo, las tendencias de cortinas no eran innovadoras o la persona no tenía conocimientos de más cortinas. El artículo que encontraremos a continuación tiene como referencia unas cortinas populares no las que realmente existen en el mercado.

Luzca cortinas de diferentes estilos en la sala y las habitaciones. Para niños hay diseños con varios dibujos y colores. Para zonas húmedas como baño y cocina prefiera las persianas de aluminio o con acabados en PVC. En cuanto a las cortinas de tela de los paneles japoneses

o las 'sheer', es mejor que un experto les haga mantenimiento cada año. Si quiere limpiarlas, solo debe aspirarlas, y si se manchan con un líquido, puede limpiarlas con un trapo húmedo y un poco de jabón suave. A las persianas de madera solo retíreles el polvo. Para lucirlas no es necesario tener objetos de madera. No todos los estilos van con todas las ventanas. Para escoger las cortinas enrollables y las romanas, es necesario pensar en el ancho de la tela porque, según la ventana, aquella debe elaborarse en forma normal, atravesada o añadida. Para las ventanas triangulares son mejor las persianas.

3.3 Primarias

Como fuente de información primaria se aplicarán 45 encuesta a las diversas personas, para conocer las preferencias de nuestros clientes y observar la viabilidad del Negocio

Realizamos una entrevista a Señor Juan Carlos Solano, el cual tiene los conocimientos necesarios para la realización de los mantenimientos de cortinas. Tiene una experiencia de alrededor de 13 años en el mercado de cortinera, conoce cada uno de los avances en tecnología respecto a las innovaciones de nuevas tendencias.

3.4 Secundarias

La empresa Hunter Douglas tiene las siguientes recomendaciones para hacer limpieza de algunos de sus productos, pero una limpieza superficial el mismo recomienda que si se requiere una limpieza más profunda se debe ir a un centro especial de lavado.

- Quite el polvo con un aspirador con boquilla suave y en potencia baja o aires comprimidos.

- No utilice disolventes o sustancias abrasivas que puedan deteriorar el recubrimiento de la tela.
- Limpie con una esponja o un cepillo suave humedecido en agua jabonosa y detergente suave.
- Enjuague con agua limpia.
- Deje la tela extendida hasta que esté completamente seca.
- También puede frotar suavemente la tela con un borrador blanco para eliminar pequeñas manchas.
- Para una limpieza más profunda. La cortina debe ser lavada en centros de lavado especializado.

3.5 Segmentación

Nuestros clientes son habitantes de la ciudad de Bogotá con una población de 7.878.783 habitantes según censo del 2015 del DANE, cuya longitud está en 33 Km de sur a Norte y 16 Km de oriente a Occidente, nos ubicamos en la localidad de Usme de la ciudad, nuestro punto de trabajo es en la localidad del norte, por ejemplo, Los Rosales, El Chico, Santa Ana, La Cabrera, Usaqué, Refugio, Santa Barbara, La soledad, San José de Bavaria, Santa Barbara (centro).

Características demográficas:

- Hombres y Mujeres
- En un rango de edad de los 25 años a 70 años.
- Profesionales, Especialistas, Empresarios
- Hombres y Mujeres de estrato social 4, 5, 6.

Características Psicológicas:

- Hombres y mujeres que tiene vida laboral activa.
- Hombres y mujeres que estén dispuestos a invertir un 10% del valor de la compra de las cortinas
- Personas con paradigmas de limpieza
- Personas que vida social activa.

Nosotros permitimos que los clientes escojan como quieren manejar el mantenimiento, hay persona que solo piden una zona para lavado, otras que lo hacen para toda la casa o apartamento; como no son cortinas corrientes por mínimo el precio de este servicio está en el 10% del valor de la compra de sus cortinas.

3.6 Metodología del estudio de mercado (Encuestas)

1. Genero

- Masculino
- Femenino
- Otro

2. Edad

- 25-30 años
- 31-35 años
- 36-40 años
- 41-45 años
- 46-50 años
- 51-55 años
- 56 o más

3. Estrato socioeconómico
 - 4
 - 5
 - 6

4. ¿Cuánto equivale su ingreso mensual?
 - De \$3.090.001 a 6.798.000
 - De \$ 6.798.001 a \$ 12.360.000
 - De \$12.360.001 a S 21.630.000
 - De \$5.407.500, 2 a \$8.806.500
 - De \$15.063.750,2 hasta \$32.445.000

5. ¿Usted conoce el mantenimiento de cortinas?
 - Si
 - No

6. ¿Acostumbra a realizar la limpieza de sus cortinas?
 - 15 días
 - 8 días
 - 20 días
 - 1 mes

7. ¿Cómo realiza el aseo a sus cortinas?
 - Aspiradora
 - Cepillos
 - Trapos
 - Llama a una persona especializada en el servicio

8. ¿Considera usted que es necesario un mantenimiento de corinas especializado?
 - Si
 - No

9. De las siguientes imágenes escoja el tipo de cortinas que posee

BlackOut



•Cortinas pesadas



•Persianas de madera



•Duette Duolite



•Persianas de aluminio



•Silhouette



10. ¿Qué tipo de servicio quisiera encontrar en el mantenimiento de cortinas?

- Lavado de cortinas seco o húmedo
- Desinstalación e instalación
- Limpieza superficial
- Desinfección
- Cambio de accesorios desgastados (autorizados por el cliente)

11. ¿Porque medio de comunicación quisiera encontrar nuestro servicio?

- Internet
- Redes sociales
- Televisión
- Volantearía
-

12. Enumere en orden de importancia, los factores que considera a la hora de adquirir un servicio

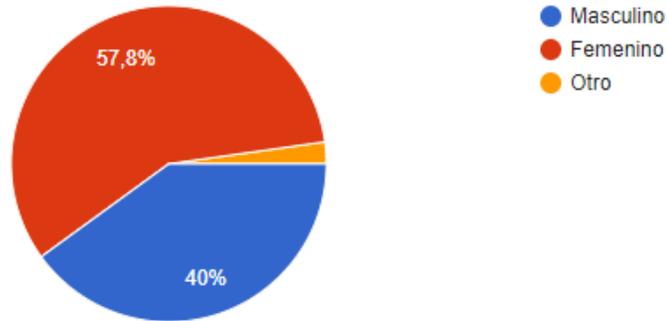
	Calidad	Precio	Cantidad	Marca	Familiaridad
1					
2					
3					
4					
5					

13. ¿Tomaría el servicio con empresa SERVICIOS MY HOME S.A.S?

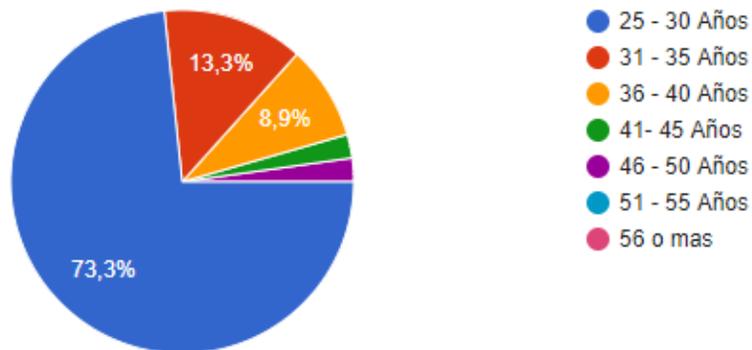
- Si
- No

3.7 Análisis concluyente, gráficas y conclusiones

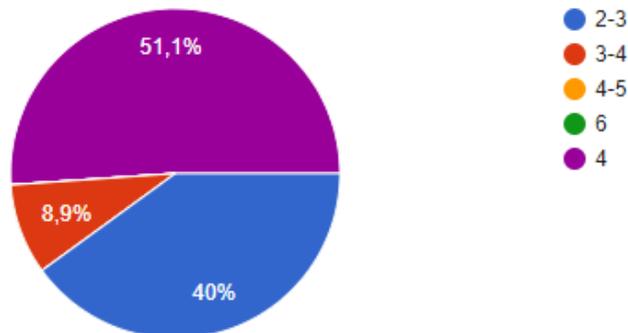
1. Genero



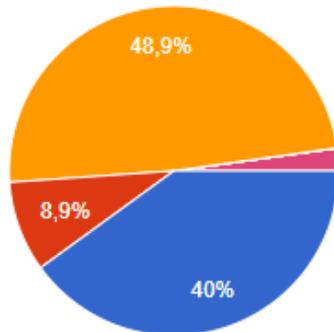
2. Edad



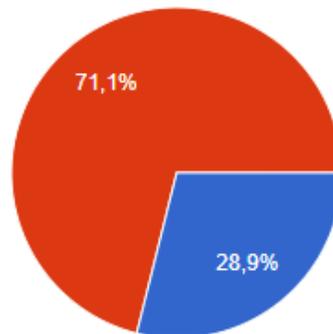
3. Estrato socioeconómico



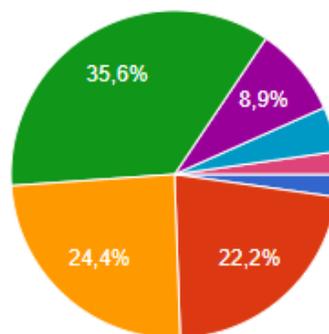
4. ¿Cuánto equivale su ingreso mensual?



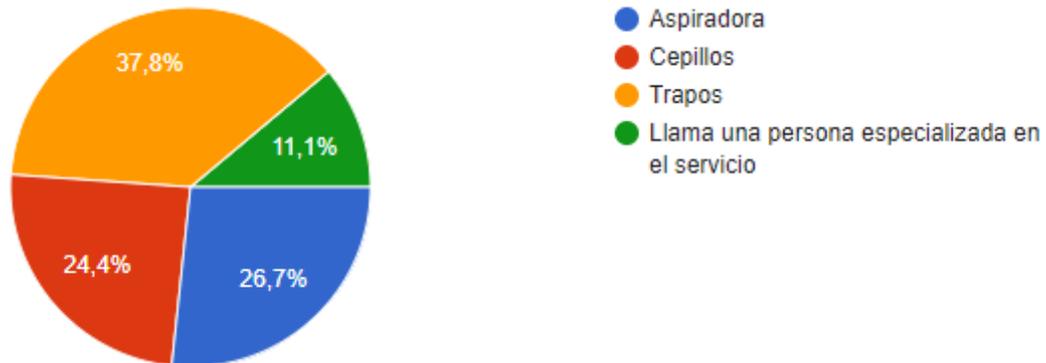
5. ¿Usted conoce el mantenimiento de cortinas?



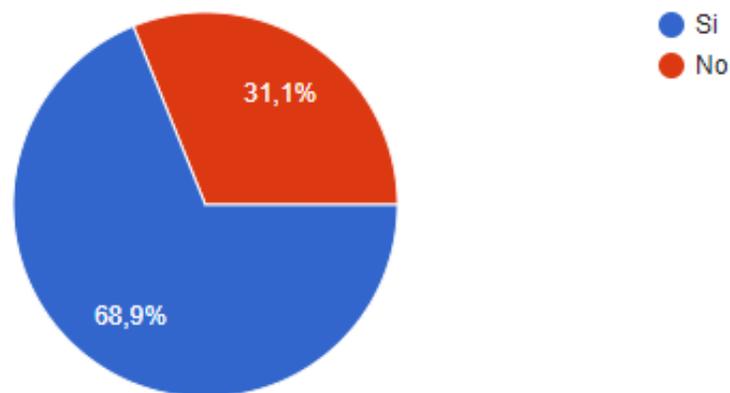
6. ¿Acostumbra a realizar la limpieza de sus cortinas?



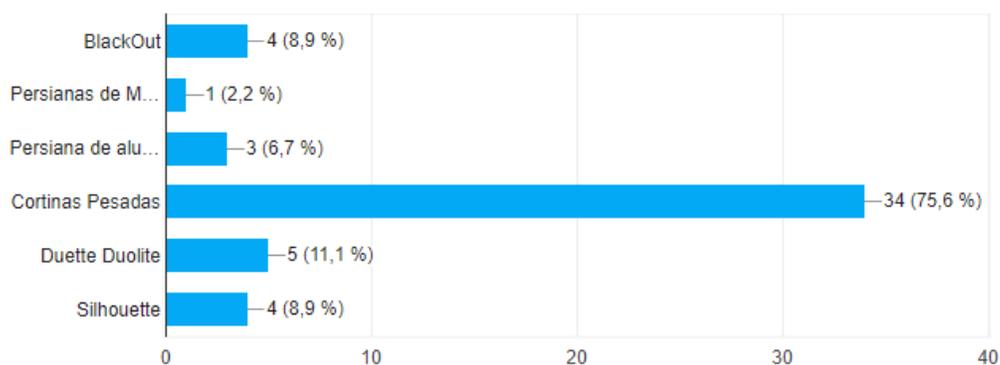
7. ¿Como realiza el aseo de sus cortinas?



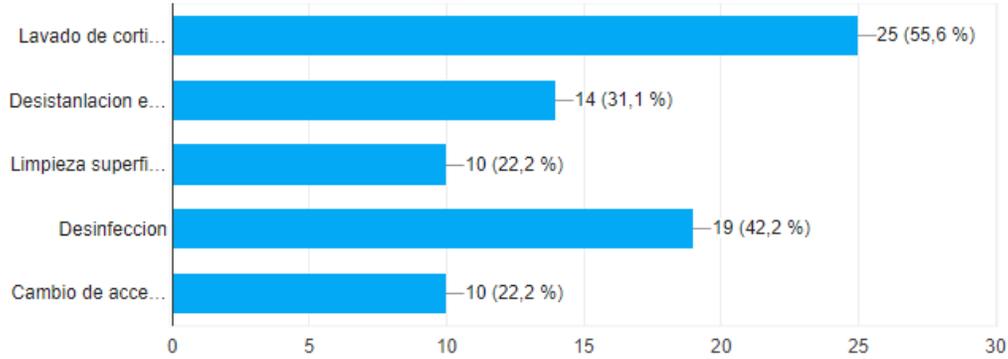
8. ¿Considera usted que es necesario un mantenimiento de cortinas especializado?



9. De las siguientes imágenes cuales cortinas posee usted



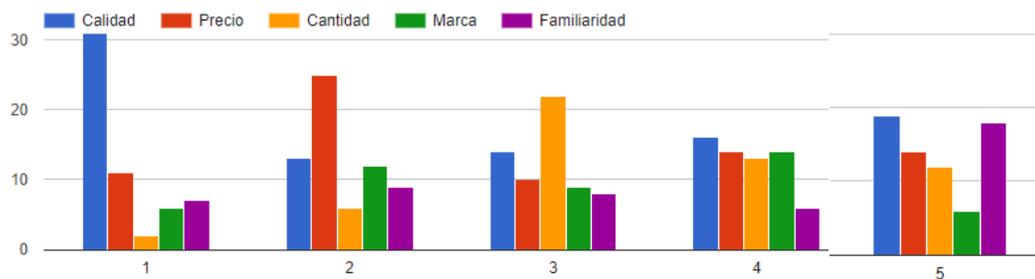
10. ¿Qué tipo de servicio quisiera encontrar en el mantenimiento de cortinas?



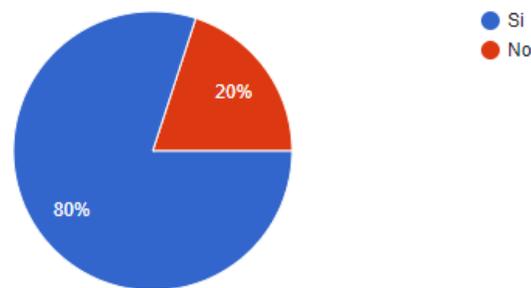
11. ¿Porque medio de comunicación quisiera encontrar nuestro servicio?



12. Enumerar en orden de importancia, los factores que considera a la hora de adquirir un servicio



13. ¿Tomaría el servicio con empresa SERVICIOS MY HOME S.A.S?



Al ver los resultados obtenidos mediante la encuesta, concluimos que el servicio tiene un gran recibimiento ya que el público que esperábamos fue el que obtuvimos, la encuesta nos da a conocer que el mercado encuestado es demasiado pequeño, pero aun así vemos que tuvo el acatamiento de nuestro servicio.

También podemos detectar que el mantenimiento de cortinas no era conocido por la mayoría de los votantes a esto lo podemos interpretar que es un negocio innovador y que así podemos llegar a grandes empresas como público objetivo.

El ver que la mayoría de los votantes no cuentan con una cortinera de alto costo, nos dice que probablemente estas personas no tomarían nuestro servicio ya que no cuentan con cortinas especiales y por ende no cuentan con la entrada económica.

Según las respuestas obtenidas las personas acostumbran a hacer limpieza de sus cortinas constantemente, esto nos dice que la cultura de estas personas es diferente y quieren tener sus cosas limpias.

El género de personas que más participo fueron las mujeres y eso es buenísimo ya que fue al público que le apuntamos estas mujeres cumplen con los requisitos requeridos como vivir en un

estrato 4, tener unos ingresos superiores a los \$3.000.000, la edad no fue la esperada las mujeres participantes están en un rango de edad muy joven pero también es una oportunidad para obtener una clientela joven y que tomen una fidelidad con nuestro servicio.

ENTREVISTA:

1. ¿Quién es el cliente ideal?

Nuestro cliente ideal son las mujeres de los 30 años en adelante, mujeres que tengan ingresos de \$3.090.000 en adelante, un estilo de vida social que permanentemente este con visita u organice eventos en su apartamento o casa, con un mínimo de estrato 4, con un hogar.

2. ¿Qué problemas enfrentan?

La competencia que vende su servicio a un muy bajo precio, los clientes que piden un descuento alto y aquellas empresas que están iniciando y ven que a todo cliente deben venderle sin importar los riesgos que corran.

3. ¿Qué quiere realmente su cliente?

Quiere un servicio el cual cuide como debe ser sus pertenencias, una persona confiable a la cual no tema dar la entrada a su vivienda. Un servicio que no sea costoso pero que estén realmente preparados para que cada proceso sea el óptimo y no tengan problemas al momento de la entrega.

4. ¿Qué lo distingue de la competencia?

La experiencia en el sector, tengo conocimiento de cómo armar y desbaratar toda clase cortinas, su cuales son las fallas con las que salen las cortinas a venta, tengo

conocimiento y estado en la fábrica de la empresa más grande en el mercado de cortinería HunterDouglas; Tengo conocimiento de las empresas que trabajan a nivel nacional.

5. ¿Qué beneficios son los que perciben los clientes?

La garantía de que sus cortinas llegaran limpias y en perfecto estado.

3.8 Estrategia de producto

El servicio que prestamos inicia en la desinstalación de la cortina sea hogar- oficina, luego trasladarla al lugar donde se realiza el mantenimiento, para que la persona encargada realice todo el proceso de mantenimiento sea en seco o húmedo, verifican si es necesario la desinfección y a partir de esto se realiza proceso de secado; luego se revisa y si el cliente autorizo el cambio de algún accesorio se hace el cambio, se revisa el funcionamiento de esta y luego pasa al proceso de empacado para así trasladarlas al lugar y realizar la instalación.

3.9 Estrategia de precio

SERVICIOS MY HOME S.A.S ha realizado un plan de promociones durante épocas del año, las cuales los clientes no acostumbran a realizar el mantenimiento, como lo son los meses de marzo y septiembre, consiste en hacer un descuento significativo para animar a los clientes a realizar el mantenimiento de sus cortinas, ya que como empresa conocemos que los meses de mayor venta son diciembre y enero y para estas fechas se planean diferentes descuentos especiales en ciertos días de estos meses.

3.10 Estrategia de publicidad

SERVICIOS MY HOME S.A.S estará presente en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Correo electrónico). Así mismo crear una página web propia, crear folletos y

calendarios publicitarios para que los clientes tengan presentes que días del año pueden obtener nuestros descuentos.

3.11 Desarrollo de la marca

Slogan:

“Generando servicios con calidad”

Logo:



3.12 Ventaja competitiva y comparativa

SERVICIOS MY HOME S.A.S la ventaja competitiva es la calidad en su servicio, uniendo pequeños segmentos de mercado de los más jóvenes al los adultos mayores prestando un excelente servicio; así también tenemos el servicio de post venta, viendo las necesidades que tiene la mayoría de clientes al ver que su producto no era igual al que le prometieron a la venta quedan disgustados, lo que nosotros hacemos es acomodar lo que tiene a las necesidades de ellos, estar pendientes en la post instalación que sea de excelente calidad, que estén bien soportadas y que cumpla con lo que ellos requerían.

3.13 Estrategias de promoción

SERVICIOS MY HOME S.A.S creara ofertas para el siguiente mantenimiento con un cierto porcentaje de descuento, descuentos al primer lavado que realicen, un descuento especial para las personas que nos refieran, un descuento por ciertos tipos de cortinas.

3.14 Campaña publicitaria

Se realizarán pequeños videos que se montaran en la página de Facebook, en los cuales los clientes con su previa autorización dan una pequeña invitación para que las demás personas se interesen en nuestro servicio. De esta forma se pretende atraer nuevos clientes e incentivarlos al adquirir nuestro producto.

3.15 Estrategia de distribución

En la distribución seleccionamos un punto para poder llegar a nuestro cliente ideal, llegando directo a las necesidades de cada uno de ellos. Así mismo se pondrá un local en físico para generar confiabilidad en los clientes y de esta manera muchos más clientes lleguen a nuestra empresa. Esta estrategia permite diferenciarnos a la hora de que las personas salgan a buscarnos si no nosotros llegar a ellos, contamos con la oportunidad de conocer muchos clientes y de esta manera generar la voz a voz para que los demás lleguen a nosotros.

3.16 Logística

Ya que es una empresa familiar los roles y tareas de todos son múltiples, al ahora estar iniciando la logística está enfocada en la creación, tolo que tiene que ver con la inscripción de la DIAN, Cámara y comercio, el tema de facturación, como manejar el IVA, el ICA y todos aquellos impuestos que como empresa nos toca asumir; y en se procesó estamos hace

poco adquirimos un paquete contable para poder gestionar toda la contabilidad de la empresa e iniciar como se debe.

3.17 Ejecución comercial

EJECUCION COMERCIAL		
MEDIBLE	INGRESOS	Ventas total
	COSTOS	Ventas por producto
CUANTIFICABLE	FIDELIZACION DE CLIENTES	rentabilidad de cliente
		indice de satisfaccion del cliente
ESPECIFICO	MARKETING DIGITAL	numero de visitas en la web
		tiempo de permanencia
TEMPORAL	COMPETITIVIDAD	cuota del mercado
	BRANDING	tasa de crecieminto del mercado
RELEVANTE	GESTION COMERCIAL	Visitas comerciales
		contrataciones

3.18 Habilidades comerciales y administrativas

Las habilidades las desarrollamos mediante el conocimiento, la información y la practica; como empresa tenemos la oportunidad de desarrollar cada una de ellas, tenemos la capacidad de resolver aspectos complejos, analizar información numérica y aquellos conflictos que se generen con una óptima toma de decisiones, al ser una empresa familiar podemos tomar decisiones de inmediato y con el aval de todos y así tener un efecto de éxito en la empresa.

Como nuestro trabajo es interpersonal la comunicación debe ser la mejor, tenemos la ventaja y desventaja de estar en lo más íntimo de las personas, por ejemplo, el entrar a las habitaciones, al cuarto de ropas, a los baños y estar por medio de toda la casa, generamos una confiabilidad muy grande para que estas personas nos den la entrada.

Como llevamos 10 años de experiencia en el mercado nuestras técnicas son las indicadas, tenemos el conocimiento requerido para la manipulación de las cortinas, tenemos el

conocimiento para manipular un papel de colgadura y así mismo para realizar los puntos eléctricos; contamos con personas expertas en el tema.

3.19 Proyección de ventas

TEMPORADA	MES	ASPIRACION DE VENTA
ALTA	DICIEMBRE	\$ 3.000.000
MEDIA	ENERO	\$ 3.500.000
BAJA	FEBRERO	\$ 1.500.000
MEDIA	MARZO	\$ 500.000
MEDIA	ABRIL	\$ 1.500.000
MEDIA	MAYO	\$ 1.500.000
MEDIA	JUNIO	\$ 1.500.000
MEDIA	JULIO	\$ 1.500.000
MEDIA	AGOSTO	\$ 1.500.000
BAJA	SEPTIEMBRE	\$ 500.000
MEDIA	OCTUBRE	\$ 1.500.000
MEDIA	NOVIEMBRE	\$ 1.500.000

3.20 Políticas de cartera

- a. Análisis de crédito a otorgar
- b. Preparar mensualmente mínimo un estado de cartera clasificado por fechas de vencimiento
- c. Revisar facturas: valor, fecha de vencimiento, descuentos, nombre; para la verificación
- d. Visitas periódicas a los clientes para control de cartera
- e. Llevar una debida forma la contabilidad
- f. Las personas que verifiquen la facturación, cobro, contabilidad son diferentes

4 ESTUDIO LEGAL

4.1 Objetivo estudio legal

Recoger la información necesaria sobre la normatividad que beneficia a nuestra empresa y de esta manera evitar sanciones e inconvenientes contra la ley. También queremos conocer a que tipo de beneficios podemos acobijarnos para la puesta en marcha de nuestra empresa.

4.2 Marco legal

- **Decreto 1499 de 2009**, Que el Registro Único Nacional de Tránsito – RUNT, es el sistema de información que permite registrar y mantener actualizada, centralizada, autorizada y validada, la información sobre los registros de automotores, licencias de tránsito, empresas de transporte público, infractores, accidentes de tránsito, seguros, remolques y semirremolques, maquinaria agrícola y de construcción autopropulsada y de personas naturales o jurídicas que prestan servicios al sector. Además, el RUNT permitirá la expedición de certificados de información en cada uno de los diferentes registros. Que de acuerdo a las normas citadas y a la entrada en operación del RUNT se presentará duplicidad de información ente el Registro Nacional Automotor y el Registro Nacional de Carga y por ende dualidad de las funciones de los Organismos de Transporte y Tránsito y las Direcciones Territoriales del Ministerio de Transporte.
- **Resolución N° 5081 de 2006**, El ministerio de transporte expidió la Resolución N° 4959 del 8 de noviembre de 2006, por la cual se fijan los requisitos y procedimientos para conceder los permisos para el transporte de cargas indivisibles, extrapesadas y extradimensionadas, y las especificaciones de los vehículos destinados a esta clase de transporte

- **Ley 373 de 1997**, Todo plan ambiental regional y municipal debe incorporar obligatoriamente un programa para el uso eficiente y ahorro del agua. Se entiende por programa para el uso eficiente y ahorro de agua el conjunto de proyectos y acciones que deben elaborar y adoptar las entidades encargadas de la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado, riego y drenaje, producción hidroeléctrica y demás usuarios del recurso hídrico. Las Corporaciones Autónomas Regionales y demás autoridades ambientales encargadas del manejo, protección y control del recurso hídrico en su respectiva jurisdicción, aprobarán la implantación y ejecución de dichos programas en coordinación con otras corporaciones autónomas que compartan las fuentes que abastecen los diferentes usos.
- **Ley 9 de 1979**, Las normas generales que servirán de base a las disposiciones y reglamentaciones necesarias para preservar, restaurar y mejorar las condiciones sanitarias en lo que se relaciona a la salud humana; los procedimientos y las medidas que se deben adoptar para la regulación, legalización y control de los descargos de residuos y materiales que afectan o pueden afectar las condiciones sanitarias del Ambiente.
- **Artículos 69 – 79 de la ley 9 de 1979**
- **Ley 1429 de 2010**, Objeto. La presente ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

4.3 Concepto de empresa

El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus definiciones menciona que la empresa es una "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos"

4.4 Clasificación de las MiPymes

Ley 905 de 2004 es la modificación de la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones.

Art 2. Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluido las famiempresas pequeñas y medianas empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbana, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

EMPRESA	NUMERO DE TRABAJADORES	ACTIVOS TOTALES POR VALOR
MICROEMPRESA	Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores	Inferior a quinientos (500) SMMLV / EXCLUIDA LA VIVIENDA
PEQUEÑA	Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50)	Entre quinientos (501) y menos de cinco mil (5000) SMMLV
MEDIANA	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200)	Entre cinco mil uno (5001) a treinta mil (30000) SMMLV

4.5 CIU: 9601

Esta clase incluye:

- El lavado y la limpieza, incluso la limpieza en seco de todo tipo de prendas de vestir (incluidas las pieles), y de productos textiles, que se realizan con equipo mecánico, a mano o por

autoservicio que funciona con máquinas accionadas con monedas, para el público en general o para clientes industriales y comerciales.

- La recogida y entrega de lavandería.
- El lavado de alfombras y tapetes, y la limpieza de cortinas y telones, se realicen en el local o en la residencia del cliente.
- El suministro de ropa de cama, uniformes de trabajo y artículos similares de lavandería.
- Las reparaciones menores de alteración de prendas de vestir y otros artículos textiles cuando se efectúan en conexión con la limpieza.

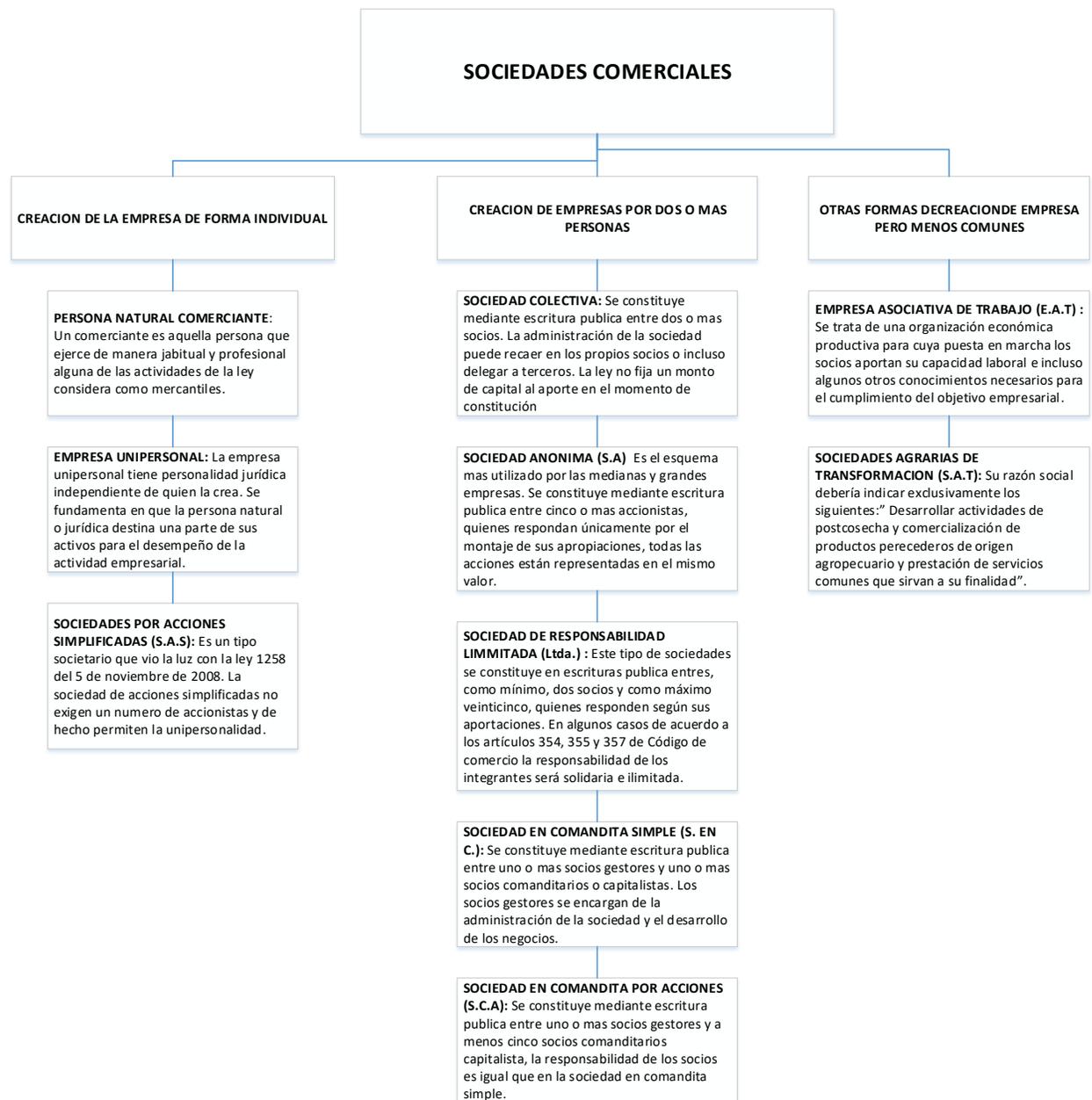
Esta clase excluye:

- El alquiler de prendas de vestir distintas de los uniformes de trabajo, aun cuando su limpieza forme parte integrante de la actividad. Se incluye en la clase 7729, «Alquiler y arrendamiento de otros efectos personales y enseres domésticos n.c.p.».
- La reparación y arreglo de prendas de vestir como una actividad independiente. Se incluye en la clase 9529, «Mantenimiento y reparación de otros efectos personales y enseres domésticos».

Revisión 4 adaptada para Colombia CIU Rev. 4 A.C. Revisión 4 adaptada para Colombia CIU Rev. 4 A.C. 489

- El alquiler de lavadoras entregadas a domicilio. Se incluye en la clase 7729, «Alquiler y arrendamiento de otros efectos personales y enseres domésticos n.c.p.».

4.6 Clasificación de las Sociedades



4.7 Constitución legal

La constitución legal empresarial nos da las herramientas para ser reconocidos legalmente, calificar como sujetos de crédito, emitir facturación, y llevar a cabo nuestra actividad económica

con autoridad y sin restricciones. Para la constitución de nuestra empresa debemos elegir qué tipo de constitución determinamos si natural o jurídica.

4.8 RUT

Formulario del Registro Único Tributario RUT:

Ingresa al portal www.dian.gov.co: seleccione la opción SOLICITUD INSCRIPCIÓN RUT y en la ventana TIPO INSCRIPCIÓN seleccione CAMARA DE COMERCIO. Si no tiene NIT y no ha guardado el borrador de un formulario pulse el botón continuar, se desplegará el formulario del Registro Único Tributario en blanco para que sea diligenciado. De igual forma podrá realizar el trámite con ayuda de nuestros asesores en cualquiera de las sedes de la Cámara de Comercio de Bogotá. Imprima el formulario RUT que saldrá con la leyenda “Para trámite en Cámara” el cual contiene el número de formulario que debe ser registrado en el formulario adicional de Registro con Otras Entidades, en la casilla correspondiente al “Número de Formulario DIAN”

Personas autorizadas para realizar la solicitud:

- La persona natural interesada en realizar la inscripción en la matrícula mercantil.
- Apoderado del interesado (persona natural) debidamente acreditado mediante poder.

No se acepta documento de autorización a un tercero diferente al poder.

El poder puede ser especial o general, ya sea por Escritura Pública o Documento Privado, y decir expresamente que tiene facultad para realizar el trámite de matrícula y/o asignación del NIT o con las más amplias facultades de representación.

Documentos que debe allegar para asignación del NIT:

- Fotocopia de documento de identidad de quién realiza el trámite con exhibición del original.

- Cuando el trámite se realice mediante poder la persona debe adjuntarlo en original o fotocopia.
- Formulario borrador del Rut (Pre- RUT), el cual debe contener la anotación “Para Trámite en Cámara”.

- Fotocopia de un recibo de servicio público domiciliario (agua, luz, telefónico, gas y otros servicios públicos que se encuentren sujetos a la vigilancia por parte de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios) con exhibición del original, que corresponda a la dirección informada en el formulario de Inscripción en el Registro Único Tributario o del Boletín de Nomenclatura Catastral informando como dirección, correspondiente al año de la inscripción o última declaración o recibo del impuesto predial pagado.

- Al momento de presentar el formulario verifique:

- Que haya diligenciado todas las casillas.
- Que el número de teléfono informado coincida con el indicado en el formulario RUES.
- Que la dirección coincida con la que se encuentra en el formulario RUES y en el recibo de servicio público.
- Que se encuentre firmado por el comerciante o por el apoderado
- Que se imponga la huella de quien presenta la solicitud en el formulario de la DIAN.
- La dirección comercial debe ser igual en:

- El formulario borrador del RUT (Pre- RUT).

- La fotocopia del recibo de servicio público domiciliario allegado.

- Formulario RUES.

Si se le presenta alguna duda consulte con el Asesor especializado en las sedes de atención al público de la Cámara de Comercio de Bogotá, quien le guiará sobre el correcto diligenciamiento de cada uno de los formularios.

4.9 Requisitos de registro mercantil

El Registro Mercantil permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante. Además, el Registro Mercantil le permite a los empresarios tener acceso a información clave para que amplíen su portafolio de posibles clientes y proveedores. La Matrícula Mercantil hace pública la calidad de comerciante, en la medida que hace visible al empresario frente a potenciales clientes que consultan los registros. Contiene información sobre los datos generales de los comerciantes y de las sociedades.

4.10 Resolución de facturación DIAN

Resolución Numero 3878 de 28 de junio de 1996. Art 2: Autorizaciones de la numeración de las facturaciones. Las personas o entidades obligadas a expedir factura deberán solicitar autorizaciones de la numeración ante la División de Recaudos o la dependencia que haga sus veces de la Administración de Impuestos y Aduanas Nacionales correspondientes a su residencia o domicilio fiscal, cuando se expidan por medio de talonarios o por computador. Para este efecto. Los interesados o sus apoderados deberán presentar la solicitud por intervalos de numeración consecutiva ante la Administración respectiva, ya sea personalmente o por correo certificado. Quienes utilicen el sistema de facturación por computador deben solicitar la autorización del software, salvo que se utilice papel de facturación con la preimpresión de los requisitos señalados en el artículo 617 del estatuto tributario. Si resultare insuficiente la facturación. El interesado deberá solicitar autorización de nueva numeración.

4.11 Obligaciones de registro

De conformidad con el artículo 19 del código de comercio, son obligaciones de los comerciantes, matricularse en el registro mercantil, inscribir en el mismo todos los actos, libros y

documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad, llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales y, conservar la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades.

De lo anterior se colige que, quien tenga la calidad de comerciante debe estar matriculado en el registro mercantil que lleve la cámara de comercio de su jurisdicción, lo cual le traerá como consecuencia los derechos y obligaciones que para los comerciantes matriculados consagra la ley, como son, por ejemplo, el derecho a elegir y ser elegido como miembro de la junta directiva de su respectiva cámara de comercio, si es del caso y renovar la matrícula anualmente.

4.12 Revisión técnica de seguridad (bomberos)

Definiciones:

Acceso de salida: Sección inicial de un medio de evacuación que conduce a una salida. El acceso a esta incluye el salón o espacios en el cual la persona se encuentra localizada, y los pasillos, rampas, corredores y puertas que deben atravesarse en el recorrido hasta la salida.

Anchura por persona: Ancho mínimo de salida por persona para el cómodo movimiento de una fila de personas a lo largo de un medio de evacuación; debe medirse en mm. Según la Tabla k 3.3-2

Carga de ocupación: Número promedio de personas que admite una edificación en un momento cualquiera

Descarga de salida: Parte de un medio de evacuación entre la terminación de la salida y una vía pública.

Edificio de gran altura: Edificio con una planta habitable que está a más de 15 metros (medidos verticalmente) por encima del nivel de la calle.

Escalera exterior: La que tiene uno de sus lados por lo menos, directamente abiertos al exterior, mediante el recurso visible de un antepecho o baranda.

Escalera interior: Aquella en la que ninguno de sus lados es directamente abierto al exterior, sino indirectamente, mediante ventanas, puertas u otros medios.

Índice de ocupación: Área neta de piso que se presume, ocupada por personas para efecto de utilizarse en el cálculo de la carga de ocupación piso o espacio ocupado.

Medios de evacuación: Vías libres y continuas que partiendo desde cualquier punto de una edificación conducen a un lugar seguro o una vía pública. Cada medio de evacuación consta de partes separadas y distintas; salidas o acceso a la salida y descarga de salida.

Medio protegido: Aquel que permite la evacuación garantizando una adecuada protección contra el fuego y el humo mediante barreras cortafuego.

Nivel de calle: Piso o nivel de piso accesible desde la calle o el exterior de la edificación, provisto de entrada principal a una altura mayor de 7 escalones sobre el nivel del suelo.

Rampa: Plano inclinado dispuesto para subir y bajar en un sentido determinado de circulación.

Salida: Parte de un medio de evacuación, separada de los demás espacios de la edificación por construcciones o equipos como se especifica en este capítulo, y que proporciona una vía de recorrido protegida hasta la descarga de salida. Puede incluir escalera a prueba de humo, corredores, balcones, exteriores, rampas y puertas.

Unidad de venta: Una o más habitaciones dispuestas para propósito de administración doméstica completa independiente, con espacio para comer, vivir y dormir.

Vía pública: Calle, callejón u otro espacio seguro, abierto al exterior para fines de uso público y con un ancho no menor de 3m.

4.13 Normas Sanitarias y de Salud

Resolución 2674 de 2013 Ministerio de Salud. Art 1: Objetivo: La presente resolución tiene por objetivo establecer los requisitos sanitarios que deben cumplir las personas naturales y/o jurídicas que ejercen actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envase, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos y materias primas de alimentos y los requisitos para la notificación, permiso o registro sanitario de los alimentos, según el riesgo de salud pública, con el fin de proteger la vida y salud de las personas.

4.14 Impacto ambiental

ASPECTOS AMBIENTALES	IMPACTOS AMBIENTALES
Consumo de agua	Agotamiento de recurso natural
Consumo de energía	Agotamiento de recurso natural, cambio climático
Generación de residuos sólidos, ordinarios, peligrosos	Contaminación de suelo, aire o agua; sobrecarga de relleno sanitario
Generación de vertimientos	Contaminación del agua
Generación de emisiones atmosféricas (Gases, humos o vapores)	Contaminación del aire
Generación de ruido	Contaminación del aire, Molestias a la comunidad
Consumo de productos forestales	Agotamiento de un recurso natural, daños de la flora
Elementos publicitarios	Contaminación visual
Consumo de combustibles	Agotamiento de un recurso natural

4.15 Contratación personal

SERVICIOS MY HOME S.A.S, para su equipo de trabajo tiene disponibles y al alcance la diversidad de contratación, por ejemplo, el contrato a término fijo, a término indefinido, contrato de obra o labor, contrato civil por prestación de servicios, contrato de aprendizaje y contrato ocasional de trabajo, a continuación, los explicamos.

Contrato a término fijo (Art 46 del código sustantivo del trabajo y Art 28 de la ley 789 de 2002), es un contrato que tiene tiempo límite puede ser de un día a treinta días, puede ser prorrogado indefinidamente, salvo en casos los cuales el plazo sea inferior a un año, se pueden clasificar en dos modalidades: contrato con un vencimiento igual o superior a un año y los contratos con un vencimiento menor de un año.

Contrato a término indefinido (Art 47 del código sustantivo del trabajo), el contrato a término fijo es aquel que no tiene una fecha estipulada de terminación obligatoria, su duración no está determinada. Puede hacerse de manera verbal o escrita.

Contrato de obra o labor: (Art 45 del código sustantivo del trabajo), el contrato de obra o labor específica y determina el momento en que se ejecuta la función, se usa comúnmente en construcciones, universidades, colegios; este contrato es igual en términos de beneficios y descuentos a un contrato indefinido o definido por ser un contrato laboral.

Contrato civil por prestaciones de servicios: Este contrato es de manera bilateral entre una empresa y una persona natural o jurídica, la remuneración se acuerda entre las partes y no genera obligación de relación laboral ni obliga a la organización a pagar prestaciones sociales.

5. Estudio Administrativo

5.1 Objetivo del estudio administrativo

Proporcionar las herramientas necesarias para guiar el proyecto, este estudio nos muestra los elementos administrativos tales como planeación estratégica, organigrama y planeación de los recursos.

5.2 Definición organizacional

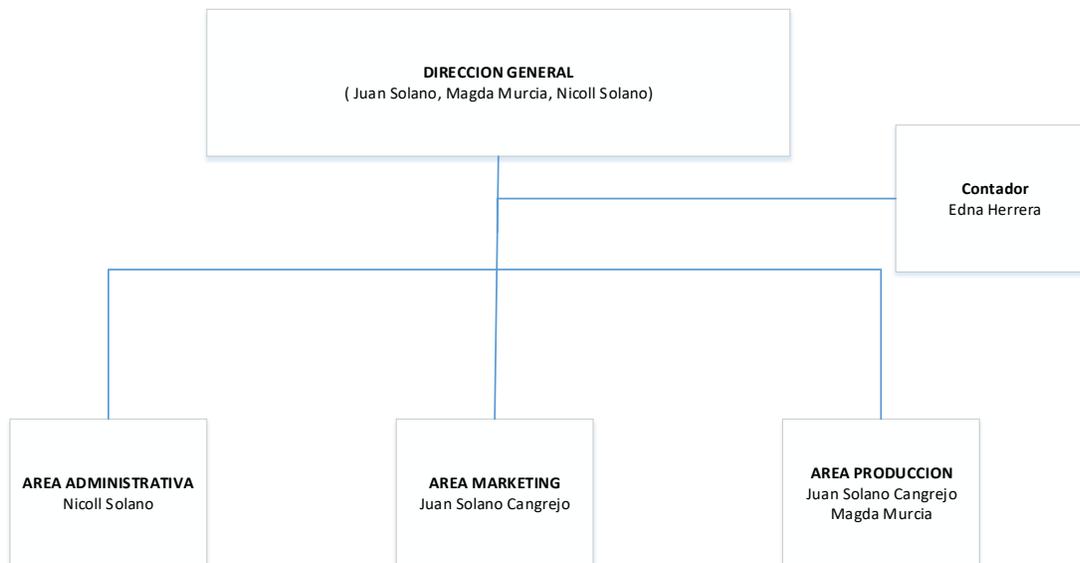
Identidad Estratégica (Misión)

Somos una empresa líder en mantenimiento de cortinas brindando las mejores soluciones en el lavado, mantenimiento y reparación en la decoración de ventanas, manteniendo los estándares de calidad y respetando el medio ambiente, actuando en el tiempo oportuno para buscar mayores beneficios a nuestros clientes.

Futuro preferido (Visión)

Ser una empresa líder y reconocida en el mercado en servicios especializados de lavado y mantenimiento en la decoración de ventanas y accesorios, empleando avances ecológicos y tecnológicos; brindando confiabilidad a nuestros clientes con el servicio prestado.

5.3 Organigrama



5.4 Tamaño empresa

Somos una microempresa, estamos constituidos por tres empleados, ya que contamos con menos de 10 trabajadores y no excedemos los 500 SMMLV, somos una empresa conformada por el núcleo familiar.

5.5 Modelo de contratación

SERVICIOS MY HOME S.A.S, para iniciar tendrá tres contratos a término indefinido, también tendrá contratos por prestación de servicios y a cada uno de ellos se le sumará un contrato de confiabilidad; este contrato lo hacemos con el fin de salvaguardar la información con la que trabaja la empresa. Cada uno de los miembros empleados por la empresa estarán en la obligación de firmarlo y evitar el fraude y que la información interna salga a manos de la competencia.

Pero de esta misma forma SERVICIOS MY HOME S.A.S será contratada en la mayoría de los casos

por medio del contrato de prestación de servicios; para destacarlo y tener una mayor comprensión se puede observar en los anexos el primer contrato de SERVICIOS MY HOME S.A.S con las modificaciones necesarias para el cumplimiento de este.

5.6 Manual de funciones

SERVICIOS MY HOME S.A.S ha tenido una sola guía y dirección de el tipo de funciones que debe cumplir cada cargo; siendo una empresa tan pequeña cada cargo está en conocimiento de sus funciones y los límites que tiene aquella, como somos tan poco cada cargo deberá presentar un informe cada FDS para que la empresa este el tanto de todas aquellas decisiones que se tomaron el transcurso de la semana.

MANUAL DE FUNCIONES

Nombre del departamento :	Departamento de Produccion
Nombre vacante :	Instalador
Numero de cargos :	1
Tipo de contrato :	Indefinido
Nombre del jefe inmediato :	Juan Carlos Solano
Cargo del jefe inmediato :	Jefe departamento de Produccion
Quien solicita ocupar el cargo :	Nicoll Camila Solano
<i>Funciones que va a realizar :</i>	
1. Realizar las instalaciones locativas de las cortinas	
2. Ejecutar labores de limpieza en zonas de la instalacion de las cortinas	
3. Operar motores y automatizacion para le funcionamiento correcto de las cortinas	
4. Participar activamente en capacitaciones establecidas por la empresa	
5. Inspeccionar el area de trabajo y asegurarse de no poner en riesgo su vida	
6. Utilizar correctamente las herramientas subministradas para la realizacion de las tareas	
7. Utilizar los implementos de seguridad en caso de instalaciones en grandes alturas	
8. colaborar con el cargue y descargue de las cortinas, para el transporte y asi mismo para la entrega de estas.	
9. Participar activamente en las reuniones, comites, mesa de trabajo y eventos a las que se le solicite	
10. Presentar sugerencias en la gestion de cambios, y en la elaboracion de normas, procedimientos seguros del trabajo	
<i>Informes que presentas</i>	
1. Encuentas de satisfaccion	
2. Evaluacion al desinstalar las crotinas	
3. Especificacion al cliente de como se retirar las crotinas	

5.7 Gatos administrativos

GASTOS	
Prestacion de servicios	\$ 3.500.000
Material de oficina	\$ 450.000
Cuestas telefonicas	\$ 52.000
Aportes a seguridad social	\$ 248.900
Viajes de negocios	\$ 300.000
Honorarios contador	\$ 350.000
Publicidad	\$ 150.000
Resmas de hojas	\$ 32.000

5.8 Gastos de personal

GASTOS	
Viaticos	\$ 550.000
Aux de transporete	\$ 88.211
Cesantias	0,83%
Intereses de Cesantias	0,01%
Prima	0,08333%
Vacaciones	0,042%
Capacitacion	\$ 200.000
Salud	0,085%
Pension	0,12%
Arl	0,008%
Caja de compesancion	4%

5.9 Gastos de puesta en marcha

GASTOS	
Compras	\$ 1.000.000
Arriendos	\$ -
Reparaciones	\$ 650.000
Transporte	\$ 200.000
Publicidad	\$ 150.000
Tributos	\$ 50.000
Seguridad social	\$ 200.000
IVA	19%

6. Estudio Técnico

6.1 Objetivo estudio técnico

El estudio técnico analiza elementos que tiene que ver con la estructura del servicio, y los procesos que se implementan en la realización de tal.

6.2 Ficha técnica del producto

FICHA TECNICA DEL SERVICIO	
NOMBRE DEL SERVICIO	Mantenimiento de cortina
VERSION	Lavado y desinfeccion
TIPO DE CORTINA	Black Out
CALIDAD	En buen estado
GENERALIDADES	Tiene los elementos para su perfecto funcionamiento
REQUISITOS GENERALES	Tener el mando completo y su cadena sin daños, soportes y tapas
REQUISITOS ESPECIFICOS	Que la tela este en condiciones para realizar el mantenimiento
PRESENTACION	Las cortinas son retiradas y transportadas al lugar de lavado.

La ficha técnica presentada hace referencia a que aspectos tenemos presente a la hora de estar en un mantenimiento, el cambio de esta ficha depende del tipo de cortina y el mantenimiento a realizar, a grandes rasgos se ven las características primordiales para realizar el mantenimiento de cortina sin ningún aspecto de más.

6.3 Descripción del proceso

El desarrollo de este plan de negocio tiene como fin, dar a conocer una empresa que presta el servicio de mantenimiento de cortinas en la ciudad de Bogotá directamente en los estratos alto de la ciudad como lo son estrato 4-5 y 6, realizando una competencia en el mercado ofreciendo un servicio de calidad y una buena atención al cliente. Con la realización de este proyecto, se busca ampliar los conocimientos en el ámbito de mercadeo, y desarrollar habilidades empleando técnicas y estrategias para encontrar el mercado al cual nuestro servicio puede ser de gran necesidad, teniendo como política principal la satisfacción de los clientes. Teniendo en cuenta el estudio de mercado se conoce las condiciones en que los clientes toman este tipo de servicios, así mismo permite establecer unas nuevas condiciones óptimas de trabajo en la hora de posicionamiento de la empresa.

6.4 Procedimiento

Para la realización de este trabajo desarrollamos un video el cual este anexo a esta entrega, en el cual se describen cada uno de los pasos para la realización de nuestro mantenimiento, interpretado en un flujograma en el cual incluimos los dos modelos de lavado en húmedo y seco.

6.5 Requerimientos y necesidades

Nuestro requisito primordial y por el cual estamos trabajando, es por obtener un lugar más amplio en el cual la manipulación de las cortinas se nos facilite, un espacio en el cual el lavado y secado del mismo sea en óptimas condiciones y nos permita mejorar nuestro servicio.

6.6 Infraestructura

La infraestructura en la cual nos encontramos es de espacio reducido ya que contamos con un cuarto y un patio, el cuarto tiene una medida de aproximadamente 11 m² y el patio 8m², como es notable es un espacio que no facilita el proceso de lavado, pero en estas condiciones hemos podido desarrollar a satisfacción nuestros trabajos y los clientes han tenido gran satisfacción.

6.7 Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO			
ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
TALADRO	1	\$ 180,000	\$ 180,000
ASPIRADORA DE	1	\$ 174,700	\$ 174,700
SOPLADORA	1	\$ 179,000	\$ 179,000
HIDROLAVADORA	1	\$ 249,900	\$ 249,900
DESTORNILLADOR ELECTRICO	1	\$ 195,900	\$ 195,900
DESTORNILLADOR.	2	\$ 114,200	\$ 228,400
ALICATES	1	\$ 26,000	\$ 26,000
CORTA FRIO	1	\$ 54,777	\$ 54,777
SEGUETA	1	\$ 36,500	\$ 36,500
BISTURI	1	\$ 7,490	\$ 7,490
MARTILLO	1	\$ 10,600	\$ 10,600
PINZAS	1	\$ 17,900	\$ 17,900
JUEGO DE LLAVES	1	\$ 129,900	\$ 129,900
JUEGO DE COPAS	1	\$ 182,000	\$ 182,000
TOTAL		\$ 1,558,867	\$ 1,673,067

6.8 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
ESCRITORIOS	1	\$ 299,000	\$ 299,000
SILLAS	1	\$ 109,990	\$ 109,990
MESAS	1	\$ 240,000	\$ 240,000
MUEBLES DE ALMACENAMIENTO	4	\$ 159,900	\$ 639,600
TOTAL		\$ 808,890	\$ 1,288,590

6.9 Herramientas

HERRAMIENTAS			
ARTICULO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
GUANTES (NITRILO)	CAJA DE 50 PARES	\$ 48,900	\$ 97,800
TAPABOCAS	CAJA DE 50 UNIT	\$ 10,500	\$ 10,500
LIMPIONES	10 UNIT	\$ 25,000	\$ 75,000
PROTECTOR DE ZAPATOS	50 PARES	\$ 59,900	\$ 59,900
TOTAL		\$ 144,300	\$ 242,300

6.10 Materia primas e insumos

Materia Prima				
M.P	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNIDAD \$	VALOR TOTAL
Agua	25	M2	\$ 6.457	\$ 161.425
Jabon el polvo	10	Unidades	\$ 3.200	\$ 32.000
Jabon liquido	8	Unidades	\$ 2.000	\$ 16.000
Jabon en barra	5	Unidades	\$ 1.950	\$ 9.750
Desinfectante	8	Unidades	\$ 2.450	\$ 19.600
Cepillo	3	Unidades	\$ 7.200	\$ 21.600
Escoba	3	Unidades	\$ 8.500	\$ 25.500
Guantes	2	Unidades	\$ 14.900	\$ 29.800
Canecas	2	Unidades	\$ 51.900	\$ 103.800
Trapos	10	Unidades	\$ 5.900	\$ 59.000
Varsol	2	Unidades	\$ 19.900	\$ 39.800
Esponjas	6	Unidades	\$ 10.200	\$ 61.200
Costo total				\$ 579.475

6.11 Tecnología

La tecnología con que cuenta SERVICIOS MY HOME S.A.S, es aquella que tiene que ver con la automatización del funcionamiento de las cortinas; me explico tenemos los conocimientos y estamos al nivel de la tecnología, sabemos como es el funcionamiento, ventajas y desventajas de la automatización. Aunque nuestro trabajo principal no cuenta con la tecnología en cuanto a la realización de el ya que como empresa que trabaja de maneral artesanal.

6.12 Plan de producción

El plan de producción nos permite identificar las cantidades que debemos alcanzar para poder sostener nuestra empresa, reconocer el equipo de trabajo y los materiales necesarios para la elaboración del mantenimiento de cortinas. Ya que contamos con la variedad de telas y de mantenimiento no es muy complejo alcanzar la meta de los M2 en total.

6.13 Plan de compras

Para realizar este plan de compras debemos hacer un inventario profundo para poder evaluar que tipo de elementos rotan con mayor agilidad que los demás, optamos por un inventario ABC el cual nos muestra cuales productos necesitamos comprar en corto tiempo y a que clase de productos debemos de llevar una inspección detallada ya que son elementos como controles, motores y transformadores de altos costos y que no rotan con facilidad.

6.14 Costos de producción

El costo de producción es un indicador que nos ayuda a entender y obtener el costo generado durante la manufacturación del servicio, se toman tres elementos básicos que son la materia prima, la mano de obra y el costo de producción que es es el resultado final de que costo se genera al desarrollar nuestro mantenimiento de cortinas.

6.15 Costos fijos

Estos costos no varían, independientemente de que alcancemos nuestra meta de ventas debemos destinar el dinero para el pago de estos, es una erogación en la que tenemos que cumplir obligatoriamente; uno de los principales componentes de los costos fijos es la remuneración de mano de obra y es donde la empresa se ve en luchas por el no poder cumplir nuestra meta.

6.16 Costos variables

A comparación del indicador anterior, los costos unitarios varían de la actividad de la empresa, me explico dependiendo de la cantidad de metros cuadrados que lavemos gastaremos mas o menos materiales esto hace que en algunos análisis los costos variables sean dinámicos.

6.17 Costos unitarios

El costo unitario es el valor de cada objeto o servicio, para nosotros es el precio final del lavado del M2; es el promedio de la suma de los costos de materiales indirectos, mano de obra, y costos indirectos. Pero se debe tener en cuenta que a este costo aun no se suma la utilidad.

6.18 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el resultado de igualar los ingresos con los costos de producción, así como dice su nombre el punto de equilibrio, un punto donde se equilibra nuestra prestación del servicio donde se cumple una meta de venta y en el cual la empresa no tiene perdidas y sus ganancias no son altas, pero se obtiene una utilidad.

CONCLUSIONES

Luego de realizar esta investigación de mercados y analizar cada una de las variantes podemos afirmar que nuestra empresa en el mercado puede crecer de gran manera, tenemos demasiado conocimiento y esto es lo que los clientes buscan, sabemos manipular las cortinas, tenemos conocimientos del manejo de los diferentes motores y sus respectivos controles.

Al estar observando la competencia llegamos a la conclusión que debemos trabajar fuertemente al área administrativa, ya que no tenemos un manejo óptimo del tema contable y así mismo debemos estructurar el área comercial, para atraer los clientes para que puedan tomar nuestro servicio.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- <https://www.publimetro.co/co/bogota/2014/07/13/10-barrios-mas-costosos-bogota.html>
- <http://www.hunterdouglas.com.co/>
- http://www.lugardeco.com/mantenimiento_cortinas_bogota.htm
- <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12285263>
- <http://normasamco.blogspot.com.co/2010/02/normatividad-sobre-el-agua.html>
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=1341>
- <https://www.ccb.org.co/>
- <https://www.dian.gov.co/>
- <https://www.cun.edu.co/>
-