

**CREACION DE EMPRESA SERVICIO DE ASEO PARA HOGARES Y
EMPRESAS PYMES**



Blanca Marcelo Ruiz

Betsy Dahiana Medina Alarcón

Sandra Milena Gómez Rico

Tutora: Ángela María Casanova Villarreal

Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN)

Notas de autor

Blanca Marcelo, Betsy Medina y Sandra Gómez, facultad de ciencias administrativas, administración de empresas, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN) sede Bogotá Norte. La correspondencia relacionada con este proyecto debe ser dirigido a Blanca Marcelo, Betsy Medina y Sandra Gómez. Corporación Unificada nacional de educación superior (CUN) sede Bogotá norte Cra 7c N° 182 – 37, Bogotá, Colombia.

Contacto: Blanca.marcelo@cun.edu.co., betsy.medinaa@cun.edu.co.,

Sandra.gomezri@cun.edu.co

Tabla de contenido

1. OBJETIVO	9
1.1 Objetivo general	9
2.1 Objetivos Específicos.....	9
1. ANALISIS DEL ENTORNO	10
1.1 Objetivo de desarrollo sostenible.....	11
1.2 Teoría de valor compartido	11
2. ANALISIS DEL MACROENTORNO (PESTEL):	13
2.1 Factores Políticos:.....	14
2.2 Factor Social:	14
2.3 Factor Tecnológico:	15
2.4 Factor Ecológico:.....	15
2.5 Factor Legal:.....	16
2.6 Problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen.	17
2.7 Esquema de identificación de problemas	17
3. ARBOL DE PROBLEMAS	20
4. ÁRBOL DE OBJETIVOS	22
5. IDEA DE NEGOCIO	23
5.1 Estructura idea de negocio	25
5.2 Solución idea de negocio estructurada en el siguiente cuadro	25
5.3 Estrategias de innovación.....	26
6. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA.....	27
6.1 Análisis y conclusión con respecto a la competencia:	28
6.2 Conclusión de la competencia	28
7. FUERZAS DE LA INDUSTRIA.....	29
7.1 Contextualización de la empresa:	29
7.2 Análisis de la demanda:	29
Influencias internas:	29
Influencias externas:.....	29
7.3 Análisis de la oferta:	30
7.4 Análisis de la comercialización y de los proveedores:	33
7.5 Posibles proveedores:.....	34
7.6 Proveedores de mi competencia:	34
7.7 Canales de distribución:	35
8. SEGMENTACION DE MERCADO	35

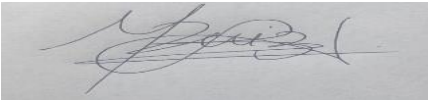
8.1	Proceso de segmentación:	36
8.2	Análisis Buyer Persona:	37
8.3	Mi cliente ideal	38
8.4	Valores que destacan a su cliente ideal.....	39
8.5	Personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.	42
8.6	Personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto	42
8.7	Cuántas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto.....	42
9.	PROPUESTA DE VALOR	43
9.1	Frustraciones del cliente.....	44
9.2	Alegrías del cliente	44
9.3	Productos y servicios	45
9.4	Aliviadores de frustraciones	46
9.5	Generadores de Alegrías	47
10.	DISEÑA TU PRODUCTO.....	48
10.1	Definición Estratégica:	48
10.2	Diseño de concepto:	50
10.3	Diseño en Detalle:	51
11.	CADENA DE DISTRIBUCION	54
11.1	Costo de producción y precio de venta:	55
11.2	Validación y verificación.....	55
11.3	Producción	56
12.	PROTOTIPO.....	58
12.1	Características del producto o servicio.	58
12.2	Características del prototipo	59
13.	MODELO RUNNING LEAN	60
13.1	Segmento de clientes	60
13.2	Problema principal del cliente	61
13.3	Diferencia en el mercado	62
13.4	Características principales de nuestro servicio	62
13.5	Canales de servicios	63
13.6	Flujo de ingresos	63
13.7	Medición para la Toma de decisiones	64
13.8	Ventaja competitiva.....	65

14.	Modelo Running Lean de la empresa: BDS LMPIO	66
15.	VALIDACION IDEAS DE NEGOCIO	67
15.1	Objetivo de investigación	67
15.2	Objetivos específicos.....	67
15.3	Tipo de investigación	68
16.	ENCUESTA.....	68
17.	TABULA Y ANALIZA LA INFORMACION	68
18.	CONCLUSIONES	74
19.	RECOMENDACIONES	75

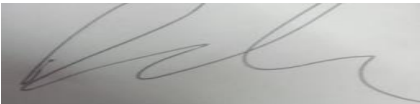
COMPROMISO DE AUTORES

Blanca Marcelo Ruiz con C.E N° 606974, Betsy Dahiana Medina con C.C. N° *****
y Sandra Milena Gómez Rico Con C.C N° 53.000.568 somos estudiantes del programa de
Administración de Empresas declaramos que:

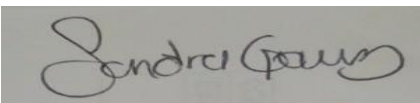
El contenido del presente documento es un reflejo de mii trabajo personal y manifiesto que
ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable
directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la
Universidad y a cuantas instituciones haya colaborado en dicho trabajo, asumiendo las
consecuencias derivadas de tales prácticas.



Blanca Marcelo



Betsy Dahiana Medina



Sandra Milena Gómez

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocio analiza la viabilidad del proyecto empresarial BDS LIMPIO SAS. Esta empresa desea brindar soluciones a aquellas personas que tengan la necesidad de aseo y mantenimiento en sus hogares u oficinas, así como actividades complementarias como lo son: jardinería, cuidado de mascotas, plomería y cocina en la ciudad de Bogotá.

BDS LIMPIO es una empresa dedicada a prestar el servicio doméstico a los hogares y empresas adecuándonos a las necesidades de nuestros clientes generando una relación de confianza y responsabilidad.

Esta sociedad estará constituida por 3 socios, los cuales cada uno invertirá un capital de \$10.000.000 de pesos y un crédito de \$20.000.000 de pesos, para una inversión total de \$50.000.000 pesos. Estimamos una utilidad para el primer año \$3.500.000 y una proyección de \$60.500.000 para el 5 año.

Esta idea de negocio nace viendo la necesidad de los estratos 4,5 y 6 que son las personas que más requieren de estos servicios por su nivel de ocupación y adicionalmente cuentan con un ingreso salarial que les permite solicitar este tipo de servicios. Como sabemos hoy en día es bastante complicado abrir las puertas de nuestro hogar o empresa a cualquier persona y encomendarle esta labor tan importante de mantener los espacios limpios, relucientes y libres de bacterias.

Esta idea de negocio tiene como objetivo también generar oportunidades de empleo digno a las madres cabeza de hogar, quienes son las personas que han venido desempeñando estas

labores sin tener tan siquiera un salario digno, nuestro deber es afiliar a todo nuestro personal al sistema de seguridad social como lo dice la ley, igualmente capacitar a estas personas en habilidades como servicio al cliente, manejo de maquinaria especializada para el aseo de zonas comunes y lo más importante aprendizaje de trabajo en equipo.

Sabemos que actualmente Bogotá cuenta con una buena cantidad de empresas que prestan este servicio, lo que se convierte para nosotros un reto de poder posicionarnos como una de las principales empresas de prestación de servicios en empleadas domésticas y mantenimientos locativos, esto nos lleva a clasificar nuestro personal para así poder prestar un excelente servicio, adicional a esto contamos con nuestro servicio plus en cuanto al cuidado de las mascotas, porque sabemos que hoy en día sus amos no tiene mucho tiempo para su dedicación.

Nuestro objetivo es prestar un servicio de alta calidad con precios, planes y horarios que se acomoden de acuerdo a la necesidad de cada cliente, realizando un seguimiento pos venta, brindándoles herramientas de fácil acceso para la solicitud de cualquier servicio, esto será lo que nos llevara a tener una compañía con éxito.

INTRODUCCION

El presente proyecto propone una creación de empresa de aseo domestico para los hogares y empresas pequeñas satisfaciendo gratamente las necesidades de nuestros clientes en cuanto a los servicios de aseo, con personal experto en limpieza sin riesgo ya que contamos con un proceso de selección estricto para la seguridad de nuestros clientes.

Esta idea nace debido a que son varios los establecimientos que piensan en contratar a alguien que se dedique a la limpieza y organización de su entorno, por lo que resultan más económico y profesional optar por los servicios de limpieza de una empresa especializada, así evitando todos los gastos administrativos requeridos para este personal.

Contratar los servicios de empresas especializadas tiene muchas más ventajas. Por ejemplo las empresas de aseo disponen de un seguro de modo que en caso de accidente laboral del trabajador la empresa no es la responsable si no que lo cubre el seguro de la empresa de aseo.

Nuestro proyecto está dirigido principalmente a convertirnos en un aliado eficaz y eficiente para nuestros clientes dándole solución a su problemática del aseo y limpieza. Aspiramos a lograr todos nuestros objetivos generando una relación de confianza trabajando día a día para ofrécele el mejor servicio, escuchando su opinión y retroalimentación del mismo con el fin de continuar mejorando.

1. OBJETIVO

1.1 Objetivo general

Crear una empresa de servicios temporales de aseo doméstico y empresarial en la ciudad de Bogotá, dirigido especialmente al sector residencial y mipymes, mediante un plan de negocio elaborado con coherencia entre las diferentes áreas.

2.1 Objetivos Específicos

- Definir el servicio a prestar
- Establecer alianzas estratégicas
- Generar oportunidades de empleo
- Desarrollar un plan económico y financiero
- Establecer un plan de marketing
- Lograr posicionamiento en el mercado
- Evaluar los resultados esperados
- Crear estrategias innovadoras que nos permitan permanecer en el mercado

2. ANALISIS DEL ENTORNO

Nosotros tocaremos 3 problemáticas que hoy en día estamos viviendo en el país las cuáles son:

La tasa de desempleo en Colombia este año ha aumentado, debido a la problemática que estamos viviendo a causa del COVID 19.

La población más afectada es la de las mujeres; ya que por la pandemia los colegios y guarderías están cerradas y los niños llevan clases virtuales; por ende las mujeres que son madres han optaron abandonar sus trabajos por el cuidado de su hijos, otros casos simplemente las empresas prescindieron de sus labores; ya que las empresas se vieron también afectadas y para salvaguardar su economía han tenido que reducir su personal y casos extremos cerrar las puertas de sus empresas.

Segunda problemática seria en el tema ambiental; si bien es cierto la pandemia trajo un alivio para el planeta ya que se paralizó todo y disminuyó la propagación de gases tóxicos como el que arroja los autos, las empresas (industria), etc.; sin embargo aún hay mucho por trabajar, teniendo en cuenta que los recursos del planeta de este año se agotó y entre todos debemos trabajar para reducir el consumo de los recursos naturales.

2.1 Objetivo de desarrollo sostenible

Nuestra idea de negocio tendría el reto de resolver unos de los problemas ya mencionados en la primera parte del proyecto la cual será el tema ambiental; ya que nuestros servicios se puede solicitar sin la necesidad de acercarse a nuestras oficinas; sino también lo puede hacer vía telefónica o por nuestras redes o página web, eso evitaríamos la movilización de las personas y por ende ayudaríamos a reducir las emisiones de gases tóxicos, que arroja los automóviles, adicional a eso reducimos el tráfico en la ciudad.

2.2 Teoría de valor compartido

Explique cómo su idea de negocio puede solucionar un problema social, económico, político o ambiental existente en el entorno. Asimismo, describa la población afectada, ¿Cuántos son los usuarios en promedio? Edad, género, lugar, estrato. Clima cultura y demás características que consideres importantes mencionar relacionadas con el problema, necesidad u oportunidad.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane) informo que, durante julio, 4,15 millones de personas perdieron su empleo frente a julio de 2019, lo que ubico a la tasa de desempleo en 20,2%, 9,5 puntos porcentuales más que julio de 2019, cuando el índice fue de 10,7%. (Citado por La Republica)

Figura 1

La siguiente figura nos muestra un análisis de desempleo del año 2019

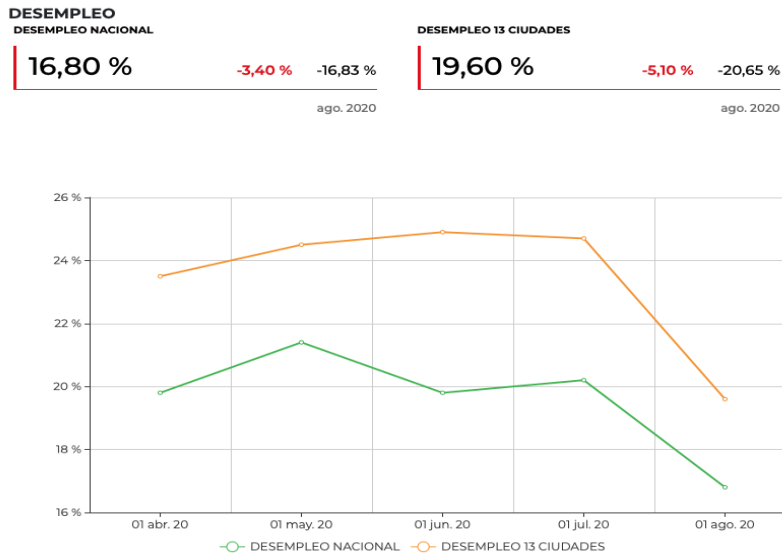


Figura1. Gráfico de desempleo (DANE)

De acuerdo con el Dane, entre abril y junio de 2019 las mujeres fueron el grupo poblacional más afectado por la falta de oportunidad laboral. En cuanto a la población económica activa en edad d trabajar, se estimó que el desempleo para las mujeres fue el del 12,9%.

Es evidente que las más afectadas en estos momentos son las mujeres a causa de la pandemia el porcentaje de desempleo en mujeres a aumentado; es por ello que nuestra idea de negocio va enfocado mayormente a la población más afectada (mujeres) lo que proponemos es ayudar con ofertas laborales para esa población, sobre todo para esas madres cabezas de familia que tal vez no tuvieron la oportunidad de terminar estudios básicos y muchas veces son rechazadas para algún puesto laboral.

Nuestro reto será disminuir el porcentaje de desempleo para las mujeres y sobre todo para las personas sin una previa formación.

3. ANALISIS DEL MACROENTORNO (PESTEL):

Este análisis nos ayuda a comprender mejor a que nos enfrentamos en el mercado donde nos vamos a desenvolver; con ello esperamos tener claro las oportunidades y amenazas que se nos puede presentar en el proceso de registro y apertura de nuestra empresa.

Con esta herramienta lograremos identificar los factores del entorno general que va afectar el éxito del negocio.

El análisis PESTEL se divide en 6 factores que veremos a continuación en el esquema presentado:

Figura2

La siguiente figura nos muestra los principales factores que se identifican en el análisis de pestel.

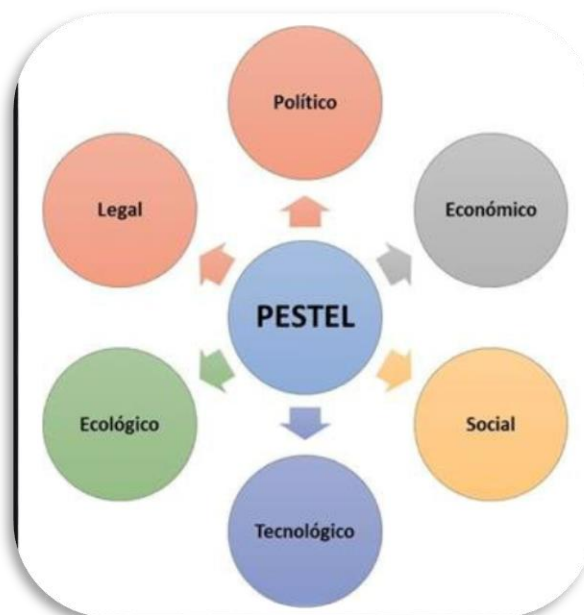


Figura1. Análisis de pestel (web)

3.1 Factores Políticos:

El gobierno creó el fondo de mitigación de emergencia para la gestión de recursos.

El Fondo Nacional de Garantías y el Fondo para el financiamiento del sector Agrícola han habilitado recursos para avalar la disponibilidad de créditos para las micros, pequeñas y medianas empresas (Mipymes).

Factor Económico:

Los trámites engorrosos que uno realiza para solicitar un préstamo es uno de los puntos de quiebre que nos dificulta a nosotros como empresa que recién inicia; ya que para poder empezar con la creación de nuestra empresa tendremos que recurrir a préstamos bancarios que muchas veces no son tan fáciles de obtener.

En estos momentos la economía del país no está pasando por una situación favorable por el tema de la pandemia, y tomando en cuenta que recién se está activando la economía y aún es incierto lo que pueda pasar en unos meses; ya que por el rebrote del covid puede generar nuevamente cierres parciales de las empresas y pues como paso en un principio los más afectados son las micros, pequeñas y medianas empresas, por ende eso sería uno de los problemas que tendremos que afrontar.

3.2 Factor Social:

Colombia además de sufrir una pandemia que ocasionó el confinamiento obligatorio, paralización de la economía, cierre de empresas, etc. No basta con eso que también vive

una problemática social que se basa en olas de protestas por conflictos entre civiles y policías que afecta al comercio y las empresa en general; ya que dificulta a la movilización en las calles y eso para uno que estaría empezando sería un problema serio que atentaría a nuestras labores y perjudicaría a nuestro personal.

Aumento del desempleo; población más afectada es la de las mujeres.

Para nosotros como empresa será un reto poder ayudar a disminuir el porcentaje de desempleo para esta población afectada.

3.3 Factor Tecnológico:

El confinamiento obligatorio a causa de la pandemia obligo a las **personas a utilizar otros medios para poder solicitar algún servicio o realizar compras.**

Por ende para nosotros será un reto adaptarnos a la nueva forma de hacer empresa utilizando medios de comunicación on line para así atender las necesidades de nuestros futuros clientes y poder darles una buena asesoría si necesidad de que nuestros clientes se movilicen.

3.4 Factor Ecológico:

Se estima que cada persona pierde hasta tres horas diarias en el transporte de ida y vuelta el trabajo a sus hogares, esto genera en horas picos tráficos interminables en la ciudad,

agregado a esto tenemos una gran problemática ambiental a causa de la movilidad en medios de transportes, que con trae contaminación atmosférica, visual y auditiva; es por ello que el teletrabajo es conveniente una gran solución antes esta problemática.

Nosotros como empresa adoptaremos este estilo laboral para ser un alivio para el medio ambiente.

3.5 Factor Legal:

Desde julio del 2016, las empleadas domésticas tienen por ley derecho a recibir la prima de servicios; ya que lamentablemente eso no se cumplía y hasta ahora en cierta forma los derechos de los trabajadores domésticos se ven violados; ya que muchos de ellos no tienen un contrato formal con sus empleadores, es por ello que muchas veces se ven en la obligación de aceptar lo que el empleador le ofrece sin derecho a reclamo por temor a perder sus puestos laborales.

Nosotros como empresa lo que buscamos es integrar aquellas personas que no son valoradas por el oficio que tienen, y en los tiempos que estamos viviendo su trabajo es esencial ya sea en una casa o en empresas. Nosotros queremos que esos derechos se cumplan y que puedan recibir un sueldo digno que por derecho les corresponde.

3.6 Problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen.

Los problemas que podemos evidenciar en el entorno que nos vamos a desenvolver es la informalidad en temas de contratos para los empleados de servicios domésticos, adicional a eso tenemos el abuso laboral en cuanto a horas de trabajo de aquellas personas. Eso es en cuanto a comunidad o gremio de empleados domésticos.

Con respecto a clientes el problema que se presenta hoy en día es las restricciones de movilización en las calles por la pandemia a causa del COVID19.

Otro problema que podemos identificar es la incertidumbre de que nuevamente haya confinamiento obligatorio por el rebrote de contagios por COVID y esto genere más desempleo en el país y un obstáculo para ofertas labores.

Adicionalmente podemos evidenciar disturbios o manifestación que se presentan en la ciudad a causa de desacuerdos con el actual gobierno del presidente Iván Duque y eso agregamos a las problemáticas sociales por intolerancia que llega a agresiones entre autoridades y civiles.

3.7 Esquema de identificación de problemas

El esquema presentado nos permite identificar el problema central, la cual nosotros como empresa quisiéramos abordar y tratar de darle una solución al caso.

A continuación veremos los tres problemas identificados que podría ser abordado por la empresa.

Tabla 1

Esta tabla nos muestra 3 problemáticas identificadas en nuestra idea de negocio

CRITERIO	PROBLEMA 1	PROBLEMA 2	PROBLEMA 3
	Informalidad laboral de los empleados domésticos.	Confinamiento obligatorio	Disturbios y manifestaciones en la ciudad
Conocimiento o Experiencia	4	3	2
Asesoramiento de un experto (si se quiere, ¿lo tenemos?)	3	1	1
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	4	3	3
Tiempo (posible solución?)	2	1	1
Costo (posible solución)	3	1	1
Impacto ¿es trascendental?, ¿representa un desafío para ustedes?	3	3	3
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	4	4
TOTAL	24	16	15

Tabla1. Identificación de problemas (fuente propia)

En el esquema podemos evidenciar el problema central de la cual nos vamos a enfocar; ya que obtuvo la mayor puntuación de acuerdo a la importancia que le daremos como empresa. De acuerdo a lo expuesto en el esquema de problemas resolveremos la siguiente interrogante la cual es: ¿Quiénes son los involucrados?

En este caso nosotros consideramos que los involucrados directos en nuestro plan de negocio serían las mujeres ya sean madres cabeza de familia o mujeres en busca de una oportunidad laboral sin ninguna preparación previa y que desempeñan la ardua labor de colaboradoras de servicio doméstico.

De acuerdo a datos del DANE se identifica que la tasa de desempleo les afecta más a las mujeres con un porcentaje considerable del 25,4% están entre mujeres con estudios superiores culminados y mujeres sin preparación previa.

Adicional a esta problemática se añade la informalidad que muchas trabajadoras del hogar que viven hoy en día, en muchas ocasiones se violan sus derechos como trabajadoras activas, ya que sus horarios de trabajo superan a lo establecido legalmente muchas trabajan entre 10 a 14 horas y adicional a eso reciben honorarios por debajo del SMLV, sin derecho a un seguro social y seguros de riesgos laborales (ARL).

Por ello consideramos que nuestra empresa podría cambiar el rumbo de esta problemática; si bien es cierto es un reto para nosotros como empresa, pero sería una contribución para la sociedad como valor compartido.

Nuestro problema central que abordaremos será: informalidad laboral de los empleados domésticos.

Las causas y efectos de nuestra problemática son las siguientes:

CAUSAS:

Falta de control del Ministerio de Trabajo

Aumento de desempleo

Alta migración de ciudadanos venezolanos

Nivel de escolaridad bajo

Aumento de pobreza

EFFECTOS:

Sueldos por debajo del MLV

Tratos laborales sin ningún documento demostrable

Trabajos más de 8 horas

Sin goce de EPS, ARL ni prestaciones de ley

4. ARBOL DE PROBLEMAS

El análisis con el árbol de problemas es una herramienta que nos ayudara a identificar un problema central y determinar las causas y efectos del problema planteado, y así poder planificar con claridad el proyecto que se desarrollara y definir los objetivos claros y planificar estrategias para lograr una solución efectiva del problema.

A continuación presentaremos nuestro esquema del árbol de problemas:

Figura 3

La siguiente figura es una herramienta que nos ayuda a identificar un problema central

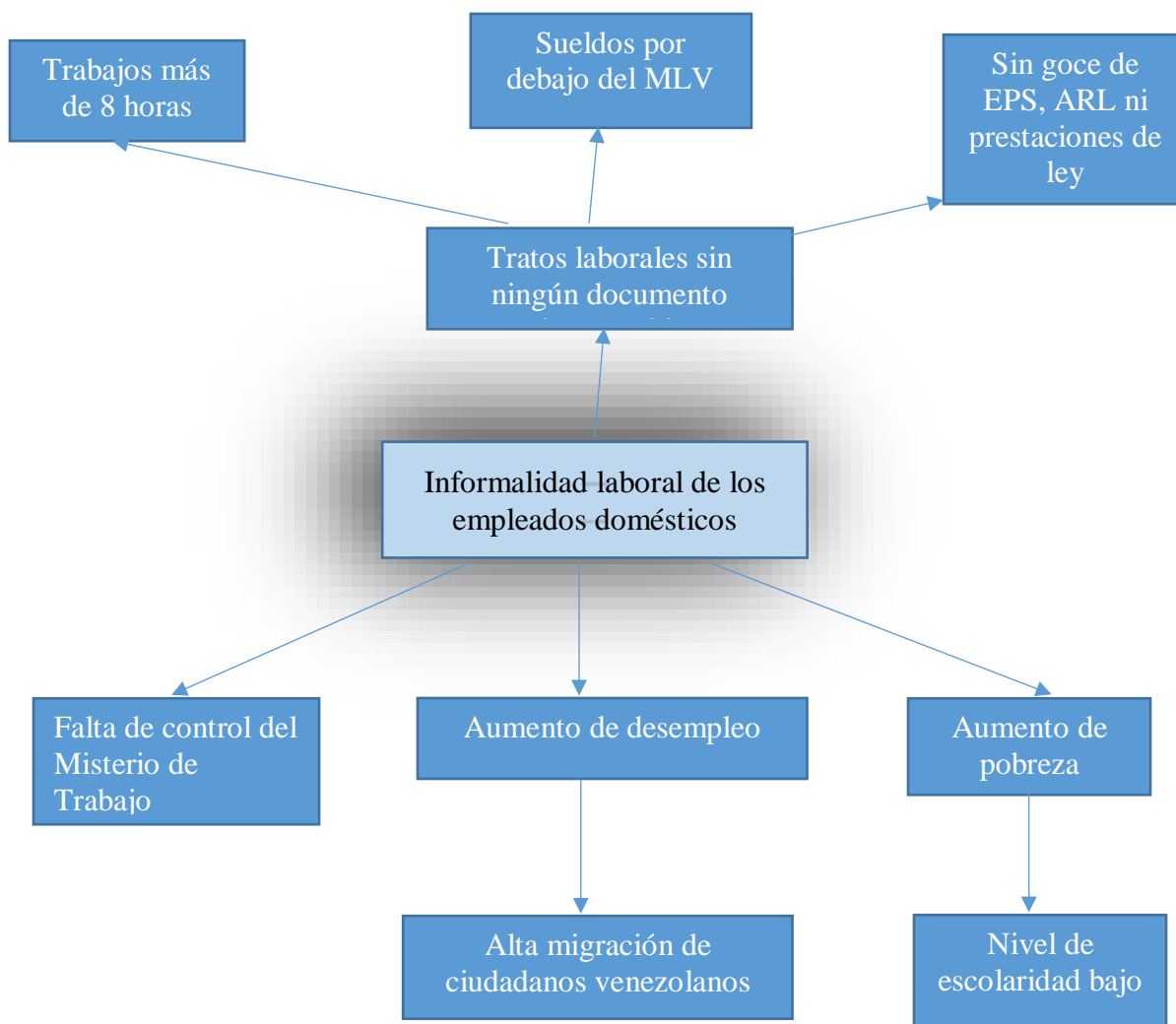


Figura2. Árbol de problemas (fuente propia)

5. ÁRBOL DE OBJETIVOS

Esta herramienta que ya teniendo un objetivo claro nos ayuda a convertirlo en un objetivo.

Nuestro problema identificado es: ¿Cómo evitar la informalidad de los empleados domésticos?

Figura 4

La siguiente figura nos muestra el esquema que se debe seguir para resolver una problemática y llegar a un objetivo.

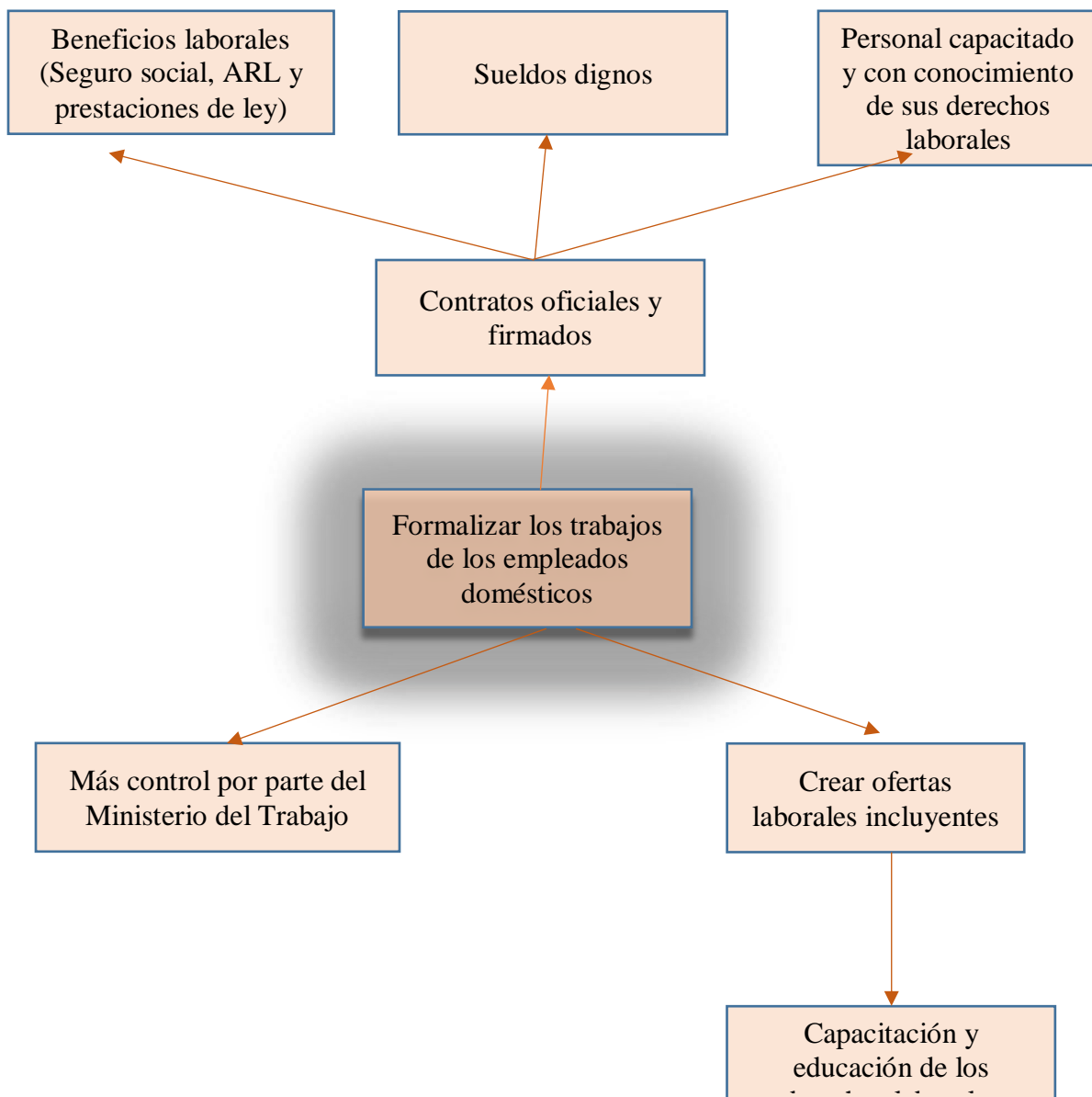


Figura 3. Árbol de objetivos (fuente propia)

6. IDEA DE NEGOCIO

Siguiendo con lo expuesto anteriormente en el proyecto ya identificamos el problema central del cual vamos a enfocarnos, la pregunta focal será la siguiente:

¿Cómo evitar la informalidad de los empleados domésticos?

Para resolver esta interrogante usaremos una técnica de ideación llamada lluvia de ideas; la cual nos ayudara a dar posibles opciones para dar solución al problema planteado.

Esta técnica es la siguiente:

Figura 5

La Siguiete figura nos muestra un ejemplo de lluvia de ideas que tendríamos resolviendo una necesidad en nuestro proyecto

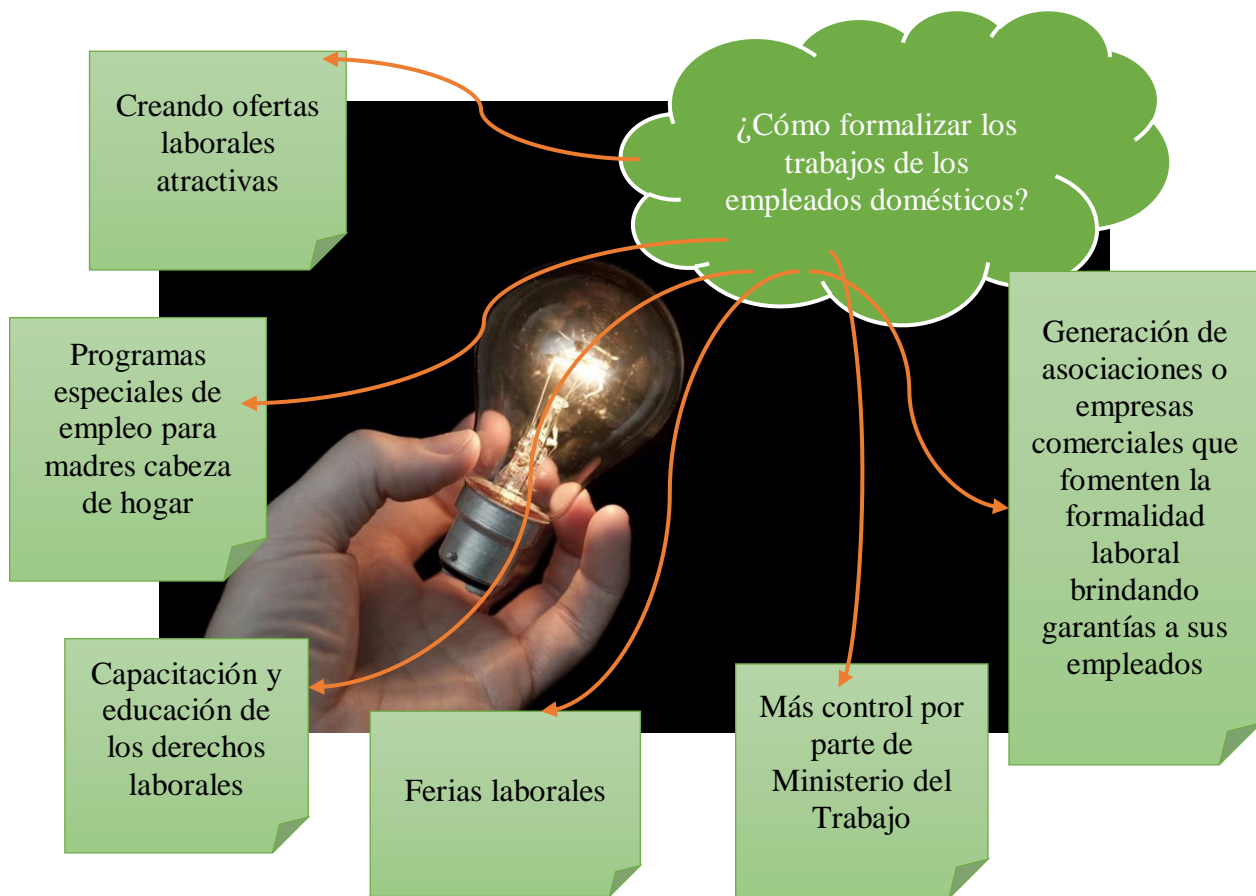


Figura4. Lluvia de ideas (fuente propia)

Tabla 2

La siguiente tabla nos muestra la autoevaluación de nuestra idea de negocio

INTERES /DISPOSICION AFIRMACION	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a pos que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>
No me incomodaria decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>
Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	<input checked="" type="radio"/>
considero que en 6 meses puedo tener el negocio funcionando	1	2	<input checked="" type="radio"/>	4	5
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:					

Tabla2. Autoevaluación (universidad CUN)

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:		x	1	=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:		x	2	=	
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	x	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:		x	4	=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:	3	x	5	=	15
PUNTAJE TOTAL					18

Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 pts. = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 10 pts. = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 pts. = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

En el cuadro presentado en la parte superior refleja el gran interés por el proyecto que estamos exponiendo, ya que aparte de querer generar ingresos queremos apoyar a la población más vulnerable que se ve afectado por la falta de oportunidad laboral digno y con todos los beneficios de ley que le corresponde a cada trabajador.

6.1 Estructura idea de negocio

Con el cuadro presentado evidenciaran el tipo de servicio que brindaremos, el nicho donde nos vamos a desenvolver, la funcionalidad de nuestro servicio y el enfoque que tendremos para lograr el éxito y preferencia de los futuros clientes y de nuestros colaboradores

Tabla 3

La siguiente tabla nos muestra el tipo de servicio que brindaremos

ESTRUCTURA DE IDEA	RESPUESTA
¿Cuál es el producto o servicio?	Contratación de personal para prestar los servicios de aseo doméstico y empresarial
¿Quién es el cliente potencial?	Empresas Pymes, casas de familia, conjuntos cerrados, colegios.
¿Cuál es la necesidad?	Formalizar el trabajo de los empleados domésticos, brindar a los clientes seguridad y confianza, evitar gastos legales.
¿Cómo funciona el producto o servicio?	Suministrar personal a los hogares, empresas u oficinas para el servicio doméstico o de aseo, cumpliendo con los protocolos de bioseguridad.
¿Por qué lo preferirían?	Porque tendríamos un staff de profesionales calificados para contratar el personal idóneo para las funciones que requiera la empresa o casa que necesite servicios doméstico y/o de aseo.

Tabla3. Estructura de servicio (fuente propia)

6.2 Solución idea de negocio estructurada en el siguiente cuadro

Con el siguiente cuadro que presentaremos se reflejara el objetivo de nuestro servicio, adicional a ello se darán cuenta por qué decidimos crear esta empresa beneficiando a un

grupo poblacional afectado no solo en la actualidad; ya que se puede evidenciar que la afectación laboral a los empleados domésticos vienen desde muchos años atrás.

Figura 6

La siguiente figura nos estructura el objetivo de nuestro servicio.



Figura5. Estructura de negocio. (Fuente propia)

6.3 Estrategias de innovación

Idea central: Intermediario de contratación de personal de servicios generales.

Las alternativas de idea de negocio que tenemos serian:

Creación de app: útil para facilitar la solicitud de un servicio. Que esperamos con esta app, es poder llegar a más clientes facilitarles el

Proceso de contratación brindándoles toda la información correspondiente de nuestro personal y así poder ellos determinar con quien tomar sus servicios.

Servicio de cuidado y aseo de mascotas.

Paquetes de servicio alternativos para nuestros clientes, como por ejemplo no solo se contrataría a la persona si no también podríamos bríndales la opción de contar con los insumos necesarios para realizar el aseo ya sea en casas o empresas.

Otra idea de negocio que podemos incluir sería unos servicios de plomería,

Electricistas, jardinería y cocina.

7. ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

Tabla 4

La siguiente tabla nos muestra algunas empresas de nuestra competencia con el tipo de segmento que manejan y sus servicios

EMPRESA	SEGMENTO	SERVICIOS
HOGARU	Doméstica y Empresarial	Servicios e insumos de limpieza
CASA LIMPIA	Empresarial	Servicios generales/ Mantenimiento técnico y operativo
4 HOME SAS	Doméstico y empresarial	Servicios generales
DOMESTICAS DE COLOMBIA	Doméstica y empresarial	Servicios de limpieza y personal para restaurante (cocineros, meseros, etc.)
JM MARTINEZ	Empresarial	Servicios de limpieza enfocados a centros comerciales y hospitalarios.
EMPLEADAS DOMESTICAS INDEPENDIENTES	Domestico	Servicios generales en hogares
ALIANZA (Generamos bienestar)	Doméstico y empresarial	Servicios e insumos

Tabla4. Estudio de competencia (propia y web)

7.1 Análisis y conclusión con respecto a la competencia:

Según la investigación realizada, efectivamente las empresas ya mencionadas en el cuadro superior se dedican a prestar servicios similares a lo que nosotros ofreceremos; sin embargo tendremos un plus diferencial que podría ser atractivo para nuestros futuros clientes.

Ese plus diferencial sería el servicio de cuidado de mascotas: hoy en día los jóvenes profesionales y modernos, tienen la mentalidad de no tener hijos; sin embargo cuentan con la compañía de una mascota, y muchas veces son tratados como un integrante más de la familia y sabemos bien que el cuidado de una mascota requiere de mucho tiempo y dedicación, es por eso que nosotros queremos ser una alternativa para aquellas familias que no cuentan con el tiempo necesario para atender las necesidades de sus mascotas, ahí nosotros entramos a tallar dando el servicio del cuidado de estos seres de compañía.

Los servicios serían: Paseo de las mascotas, aseo, alimentación y educación.

7.2 Conclusión de la competencia

Nosotros consideramos que el plus mencionado es una alternativa atractiva para los clientes porque es una realidad que hoy en día se ve, y consideramos que es un mercado que no se ha explotado aun, ya que según lo estudiado evidenciamos que todos los servicios prestados por las demás empresas son esenciales; pero nosotros daremos un servicios incluyendo a la mascota de la familia que es considerado un ser también importante.

8. FUERZAS DE LA INDUSTRIA

8.1 Contextualización de la empresa:

Nombre de la empresa: BDS limpio S.A

Actividad económica: Servicios.

Tamaño: Pequeña empresa.

Lugar: La empresa se encuentra ubicada en el barrio Barrancas en la localidad de Usaquén.

8.2 Análisis de la demanda:

De acuerdo a la temática de análisis de demanda determinamos lo siguiente:

Influencias internas:

Socios: Porque ellos definen los lineamientos y objetivos del negocio para así lograr las metas establecidas y esperadas.

Empleados: Ellos son la cara visible de la empresa y permiten la operación de esta, esperando de nosotros una estabilidad laboral, remuneración justa e incentivos.

Influencias externas:

Clientes: nuestros futuros clientes esperan un servicio confiable, seguro y de calidad, ya que ellos serán quien nos genere el flujo de ingresos.

Proveedores: de ellos esperamos una buena calidad de los productos, la puntualidad de entrega; ya que no quisiéramos tener obstáculos para operatividad del negocio y a la vez nosotros tener una buena relación con ellos cumpliendo con los pagos a tiempo de las compras realizadas.

Medios de comunicación: son necesarios para ser intermediarios en la difusión de la empresa y ayudar a captar nuevos clientes.

Competencia directa: según la participación en el mercado puede influir en la cantidad de clientes de la empresa, lo que esperamos en el mercado es que haya una competencia justa y no registrar canibalismo comercial.

Gobierno: Regulara los derechos de los trabajadores domésticos, por lo tanto nosotros estemos alineados a las normas y leyes.

8.3 Análisis de la oferta:

En este punto hablaremos sobre los competidores directos e indirectos de nuestra empresa, que servicio manejan, precios, alcance en el país, etc., con esta información lograremos estar al tanto de nuestra competencia y que podríamos hacer nosotros para que los clientes nos elijan.

A continuación nombramos algunos de nuestros competidores:

✓ HOGARU:

Tiene 5 años en el mercado, presta servicios de aseo, cafetería, lavado y planchado de ropa y cocina. Servicios a hogares, empresas, tiendas y conjuntos residenciales. Atiende a 6.000 clientes al mes, ejecutan 50.000 servicios de limpieza mensuales a todos los lugares que tiene presencia. Presencia en Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Cartagena. Precios

servicios por 8 horas fluctúan entre \$85.000 a \$100.000 pesos (Republica, Hogaru llegará en los próximos años a Chile y México con sus servicios de limpieza, 2019)

✓ **CASA LIMPIA:**

Tiene 60 años en el mercado. Cuentan con marcas propias de productos de aseo. Servicios de aseo, cafetería, mantenimiento técnico y locativo, servicio especializado. Precios por servicios de 4 horas fluctúan entre \$55.900 a \$63.500 y de 8 horas de trabajo fluctúan entre \$83.000 a \$90.000. Cuenta con App para contratar sus servicios. Los servicios de limpieza por horas solo está disponible en Bogotá.

✓ **4 HOME SAS:**

Solo es servicios de limpieza de hogares y empresas, no cuentan con productos de aseo. Los servicios de empresa tienen: aseo general y servicio de asistencia en cafetería, sus precios de 8 horas de servicios fluctúan entre \$117.800 a \$1.300.000 dependiendo los días requeridos en el mes. Servicios solo en Bogotá, han prestado servicios a 78.000 entre hogares y empresas.

Estos son algunas de las empresas que competiremos en el mercado, mencione entre las más reconocidas con muchos años de servicio como lo es Casa Limpia, hasta empresas nuevas en el mercado con reconocimiento a pesar del tiempo de servicio como lo es Hogaru y empresas como 4Home SAS que también tiene poco tiempo en el mercado y aparentemente aun no es tan reconocida en el país.

Que haremos nosotros para diferenciarnos de estas empresas que directamente estaremos compitiendo, pues básicamente nosotros estaremos enfocados a prestar servicios a casas y empresas por ahora pequeñas Mipymes para poder ir escalando poco a poco en el mercado y llegar ser reconocidas en el país por los servicios diferenciales que tendremos y por los precios que manejaremos.

Entre los servicios diferenciales que tendremos y que consideramos que tendrá ese plus que nuestros futuros clientes requieren serán las siguientes:

Servicio de cuidado de mascotas: paseo, baño y alimentación. Este servicio va más dirigido para los hogares.

Servicio de aseo incluyendo insumos: la empresa con el fin de atraer clientes tanto hogar como empresas, armara paquetes que no solo incluya al personal especializado para el servicio de aseo si no también incluiremos insumos que serán útiles para el servicio.

Tabla 5

La siguiente tabla nos muestra algunos aspectos de la empresa que serán nuestra competencia

COMPETENCIA	SERVICIO	PRECIO	VENTAJA COMPETITIVA	UBICACION
HOGARU	Aseo hogares, empresas, tiendas y conjuntos residenciales	Entre \$85.000 a \$100.000	Facilidad para contratar los servicios. Servicio de cuidado de niños.	Bogotá
CASA LIMPIA	Servicios de aseo, cafetería, mantenimiento técnico y locativo,	Entre \$60.000 a \$90.000	Reconocimiento y tiempo en el mercado.	Bogotá

	servicio especializado		Insumos propios de la empresa.	
4HOME SAS	Aseo hogar y empresa	Entre \$117.000 a \$1.300.000		Bogotá
JM MARTINEZ	Suministro de personal, atención corporativa, limpieza hospitalaria, servicio especializado, maquinaria e insumos		Años en el mercado Insumos propios Alquiler de maquinaria Certificación ISO 9001	Bogotá

Tabla5. Análisis de competencia (fuente propia y web)

8.4 Análisis de la comercialización y de los proveedores:

En este punto hablaremos sobre nuestros futuros proveedores de las cuales pensamos aliarnos para un buen funcionamiento de nuestros servicios, al igual mencionaremos algunos proveedores que trabajan con nuestra competencia.

Para nuestra compañía existen variedad de proveedores que suministran diferentes utensilios de limpieza como: traperos, guantes, baldes y esponjas, igualmente productos químicos industriales detergentes, cloro, desinfectantes líquidos etc. Otro proveedor que se requiere son las empresas de textiles para la dotación de nuestros empleados.

Para esto se debe realizar una investigación a fondo sobre la caracterización de los productos, precios y beneficios con los proveedores, entre ellos la forma de pago, localización, posibles alianzas, su trayectoria en el mercado, cumplimiento, etc.

8.5 Posibles proveedores:

- ✓ **Aceráceo:** Empresa con una trayectoria de más de 15 años en el mercado, ubicada en la ciudad de Bogotá, zona norte, los precios que maneja oscilan entre 3.500 a 350.000 dependiendo la cantidad de producto y tamaño. Son distribuidores autorizados.

- ✓ **Migmar Idta:** Empresa con una trayectoria de 7 años en el mercado, ubicada en la ciudad de Bogotá, zona occidente, los precios que manejan oscilan entre \$4.500 a 320.000. no manejan ningún cobro adicional por envío a domicilio.

- ✓ **Soji limpieza y desinfección:** Empresa con 5 años en el mercado, crea sus propios productos, es decir son fabricantes con todas las normas exigidas para el cuidado del medio ambiente, el costo de sus productos está desde \$4.000 hasta \$350.000,

- ✓ **Distribuidora la campana:** Con más de 30 años en el mercado, se encuentra en el centro de la ciudad de Bogotá, distribuye productos de aseo para grandes superficies, gran variedad de elementos de aseo de marcas reconocidas como también maneja su propia marca, precios desde \$2.500 hasta \$450.000.

8.6 Proveedores de mi competencia:

- ✓ Industrias biggets
- ✓ Vimach Colombia

8.7 Canales de distribución:

Por ser una empresa que prestara sus servicios del talento humano para el aseo de casas u oficinas, los únicos canales de distribución que manejaremos, es nuestra app que podrá ser descargada por Play Store, App Store y la página web; por estos tres medios nuestros clientes tendrán acceso a solicitar nuestros servicios con facilidad a toda nuestra información de los productos o servicios que ofrecemos, igualmente de fácil manejo para la programación de cualquier solicitud.

9. SEGMENTACION DE MERCADO

Lo que esperamos con la segmentación del mercado es tener claro qué tipo de público vamos a estar dirigidos e identificar las necesidades de los futuros clientes como por ejemplo saber qué es lo que necesitan o que buscan de una empresa prestadora de servicios, identificar los hábitos o sus deseos como consumidores.

Con este estudio lograremos:

Incrementar las posibilidades de satisfacer las necesidades de mis futuros clientes, nos permite planear estrategias apropiadas para cada segmento al cual nos vamos a dirigir.

Favorece en el aprovechamiento de recursos y disminución de costos, se puede identificar nuevos nichos de mercado y nos ayudara también al diseño de nuestra imagen de negocio y genera mayor ventaja competitiva.

9.1 Proceso de segmentación:

A continuación presentaremos las bondades que tendrá nuestro servicio:

- ✓ Beneficio económico, reducción de costos en compras de insumos, materiales de aseo.
- ✓ Confianza y seguridad: El personal seleccionado pasa por filtros especiales para garantizar a nuestros clientes toda tranquilidad que las personas que ingresaran a sus hogares o empresas son personas altamente calificadas.
- ✓ Disposición de personal: Contamos con personal que está atento al requerimiento del cliente, personal puntual y de cumplimiento
- ✓ El tiempo que les queda libre a las personas hoy en día es supremamente valioso, es por eso por lo que prestamos este servicio para que ese tiempo pueda ser aprovechado, no para perderlo ejecutando labores domésticas.
- ✓ Contamos con personal altamente calificado y con experiencia altamente desarrollada, para realizar la labor encomendada por el cliente.
- ✓ Los clientes no se preocuparán por suministrar los implementos de aseo, pues nosotros contaremos con las mejores marcas aliadas para la limpieza de sus hogares u oficinas.
- ✓ Contamos con todas las herramientas y maquinaria necesaria para cualquier servicio de aseo solicitado, como limpieza de alfombras, muebles, jardinería, desinfección de pisos etc.
- ✓ Nuestro personal cuenta con todos los protocolos de seguridad exigidos por el ministerio de trabajo para poder desarrollar sus actividades.

- ✓ Somos una empresa legalmente constituida, brindando a los trabajadores todos los beneficios de seguridad social como son ARL, EPS, Caja de compensación.
- ✓ Contaremos con una app y pagina web en la cual encontraran toda la información de nuestros productos y servicios con facilidad de acceso a cualquier solicitud, con una atención 24/7
- ✓ Capacitaremos a nuestro personal diariamente para ser los mejores y prestar un excelente servicio, no solamente en sus labores de aseo, sino también con una excelente atención a nuestros clientes.
- ✓ Prestaremos nuestro servicio con productos de excelente calidad siempre pensando en la conservación del medio ambiente.
- ✓ Nuestra principal fuente de empleo será para las madres y padres cabezas de hogar y a aquellas personas que prestan este servicio de manera informal sin prestaciones sociales.
- ✓ Prestaremos un servicio especial para el cuidado de sus mascotas, como paseos, limpieza y peluquería.
- ✓ Paquetes exclusivos para fidelización de clientes con planes de descuentos.

9.2 Análisis Buyer Persona:

Lo que esperamos con el análisis Buyer es tener empatía con nuestro futuro cliente y así lograr entender y conocer las necesidades del nuestro público objetivo.

Figura 7

La siguiente figura nos muestra el tipo de análisis Buyer Persona


<p>Inserta una foto del cliente</p> 	<p>Describe los miedos, frustraciones y ansiedades.</p> <p>Miedos: Fracasar en mi trabajo Frustraciones: No lograr mis metas Ansiedades: Mi trabajo debe ser perfecto, soy una persona que me exijo cada día más y soy muy perfeccionista.</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña.</p> <p>Soy una mujer que desea llegar a ser la mejor abogada de este país, comprar una casa campestre en la sabana de bogota y sueño con ver a mis hijos profesionales.</p>
<p>Demográficos y geográficos</p> <p>Mujer de 45 años de edad, madre de dos hijos, casada, abogada de profesion, estrato 5, vive en una casa de 3 pisos en la zona norte de Bogotá.</p>	<p>¿Qué están tratando de hacer y por qué es importante para ellos?</p> <p>Me fortalezco en mi familia, ellos me apoyan mucho, igualmente vivo capacitandome y estudiando lo que mas puedo.</p>	<p>¿Cómo alcanzan esas metas hoy? ¿Hay alguna barrera en su camino?</p> <p>Me capacito academicamente para lograr mi sueño y en el momento la unica barrera que me lo impide, es que no me queda mucho tiempo.</p>
<p>Frases que mejor describen sus experiencias</p>	<p>La justicia tarde o temprano llega Se debe ayudar a las personas que mas lo necesitan.</p>	
<p>¿Existen otros factores que deberíamos tener en cuenta?</p>	<p>Soy una persona responsable, trabajadora y que sueña con tener una familia unida y feliz.</p>	

Figura6. Esquema Buyer Persona (fuente propia y universidad CUN)

9.3 Mi cliente ideal

Mis clientes están en la ciudad de Bogotá y sus alrededores, conformados por jefes de familia sean hombres o mujeres, personas profesionales estrato 4 hacia adelante, personas mayores de 25 años, que trabajan, estudian y tienen poco tiempo para realizar labores domésticas. Adultos mayores que necesitan ayuda con las labores del aseo en el hogar.

Personas que en general se preocupan por su estilo de vida y necesitan este tipo de servicio

Las empresas pequeñas que se encuentran dentro de la ciudad de Bogotá y sus alrededores, como; colegios, consultorios, oficinas, edificios y conjuntos.

9.4 Valores que destacan a su cliente ideal

- ✓ Respetuoso.
- ✓ Recomienda nuestra empresa.
- ✓ Satisfecho con nuestro servicio.
- ✓ No pone problema por el precio.
- ✓ Agradecido.
- ✓ Amigable.

Familias: las personas con las que se relacionan son hijos, padres, compañeros de estudio, compañeros de trabajo y amigos

Empresas: compañeros de trabajo, proveedores, clientes

Creemos que la falta de tiempo en los hogares es una de las necesidades más grandes, pues hoy en día las personas dedican más tiempo a trabajar y estudiar, por lo consiguiente les queda poco tiempo, y este tiempo prefieren dedicarlo para su familia, viajar, salir a comer o para sí mismos, que para realizar las labores domésticas del hogar. Por otro lado, las empresas también requieren de este servicio ya que las personas dueñas de estas no van a tener tiempo para realizar estas labores, porque tienen que aprovechar el tiempo para labores administrativas u operativas de la empresa y muchas veces prefieren solicitar este servicio por medio de terceros y así evitar todo el tema de contratación y prestaciones sociales.

Estamos ofreciendo nuestro servicio a clientes con poco tiempo libre, que dentro de sus prioridades está su trabajo y sus metas personales pero que obviamente también se preocupa por el bienestar de su hogar. Es un cliente que por su estrato socioeconómico

estaría dispuesto a pagar por un buen servicio de aseo doméstico, es una persona estudiada, exigente, que al prestarle un excelente servicio va hacer un cliente voz a voz para nuestra empresa y el entorno con el que ella se relaciona son personas del mismo estrato y esto nos llevaría a tener más clientes de esta magnitud.

Por otro lado, los clientes empresariales, son clientes que prefieren evitar todo lo relacionado con la contratación de personal por tal razón buscan outsourcing que les optimice tiempo y dinero. Pues la prioridad de ellos está en concentrarse en las labores administrativas u operativas de su compañía ya que son empresas muy pequeñas y no cuentan con mucho personal, por lo general el dueño o administrador tiene a su cargo varias funciones.

De acuerdo al estudio realizado tenemos claro a qué público vamos a estar dirigidos.

Analizando el mercado verificamos lo siguiente:

En el mercado contamos con varias empresas que prestan el servicio de aseo doméstico, servicio de nana o niñera, lavanderías, peluquerías caninas.

Según la investigación que realizamos en la página datosabiertos.gov.co registramos la cantidad de hogares en los estratos conformados desde la 4 a la 6

Tabla 6

La siguiente tabla nos muestra la cantidad de hogares por estratos en Bogotá

Cantidad de hogares por estrato	
Estrato 4	295,409
Estrato 5	83,788
Estrato 6	57,845
Total	437,042

Tabla6. Fuente: (datosabiertos.gov.co)

Según el cuadro presentado podemos registrar la cantidad de hogares que podrían ser potenciales clientes que adquirirían nuestros servicios generales.

Para el sector empresarial tenemos datos citados por el periódico de La Republica y la información basada en la Cámara de Comercio de Bogotá indicando lo siguiente:

Se reporta que la capital termino en el 2019 con 795.648 empresas y establecimientos de comercio, 30.009 más que el año anterior, lo que significó un incremento del 4%.

Adicionalmente, el reporte de la CCB estableció que durante el 2019 se crearon 152.970 empresas, 4.1% más que en el 2018. Los micros y pequeñas lideran el número de unidades productivas registradas con el 97,5%. El porcentaje restante con el 1,8% lo ocupan las empresa medianas y el 0.7% las grandes. (Republica, 2020)

El sector con más crecimiento se puede reflejar que son las empresas Mi pyme y son justamente nuestro nicho de negocio al cual nos vamos a enfocar para ofrecer nuestros servicios.

9.5 Personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

Consideramos que toda la población estaría interesadas en contratar nuestros servicios; sin embargo consideramos que la población potencial serían los estratos 4,5 y 6, ya que ellos cuentan con los ingresos suficientes para acceder a nuestros servicios, esos en cuanto a hogares en Bogotá. Con respecto a empresas estaríamos enfocados en las Mi pymes (micros, pequeños y medianas empresas) ya que les libera de obligaciones legales de contratación de personal de mantenimiento y a la vez se ahorran dinero y tiempo.

9.6 Personas o negocios presentan alto potencial de adquirir su producto

De acuerdo con el cuadro presentado en el punto dos, contamos con 437.042 hogares que son altamente potenciales en adquirir nuestro servicio; ya que conforman los estratos 4,5 y 6 de las cuales nos enfocaremos. En cuanto a las empresas contamos con un 97.5% de micros y un 1.8% de medianas empresas que también incluimos como potenciales clientes del sector empresarial.

9.7 Cuantas personas o negocios definitivamente suplirían sus necesidades con su producto

En cuanto a hogares nuestros definitivos clientes potenciales serian 1800; de la cual esperamos contar con su preferencia.

Y con respecto a empresas consideramos que serían un 35% de los micros y pequeñas empresas.

10. PROPUESTA DE VALOR

Una propuesta de valor es lo que uno transmite en unos pequeños párrafos de manera objetiva y concisa las ventajas y beneficios de tu producto o servicio que se va a ofrecer en el mercado. En este punto del proyecto realizaremos un análisis de lo que creemos que el cliente busca o intenta resolver de su vida laboral y/o personal.

Los siguientes esquemas que presentaremos contendrá toda la información correspondiente del prospecto de cliente que queremos para nuestra empresa.

Figura 8

La siguiente figura nos muestra el prospecto de clientes que necesitamos para nuestro proyecto

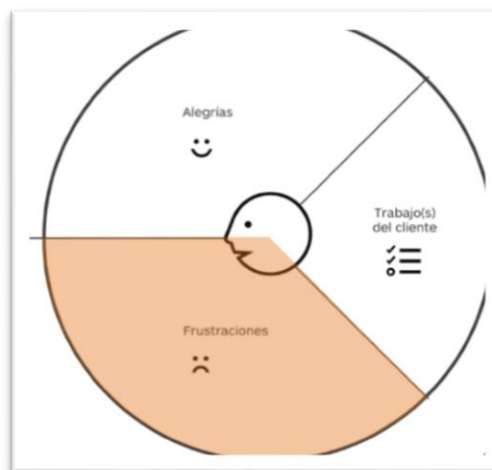


Figura7. Prospecto de cliente (fuente propia y web)

10.1 Frustraciones del cliente

Las frustraciones describen los obstáculos, malos resultados y/o riesgos que se presentan en los trabajos del cliente cuando este intenta realizarlos.

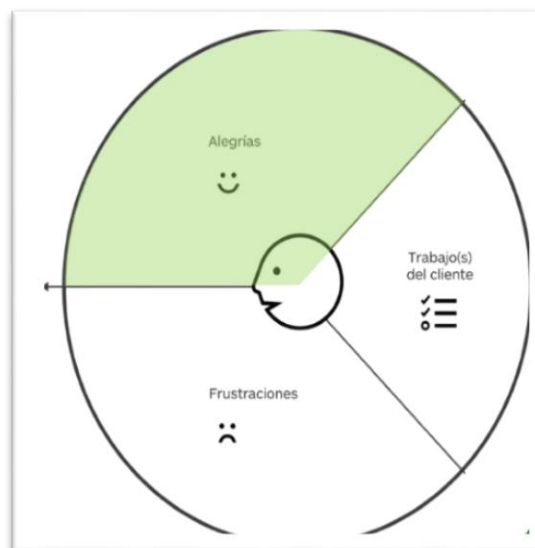
- ✓ Trámites engorrosos para contratar empleada del hogar.
- ✓ Mala atención (atención al cliente).
- ✓ Servicio personalizado es muy costoso.
- ✓ Contratar y buscar personal quita tiempo y dinero.
- ✓ Robo en el hogar o empresa.
- ✓ Miedo a que no traten bien mis cosas del hogar.
- ✓ Mal trato de los animales.
- ✓ No quiero tener responsabilidades con el personal que me presta servicios.



10.2 Alegrías del cliente

Las alegrías del cliente describen los resultados beneficios que espera conseguir, así como sus expectativas de calidad de un producto o servicio.

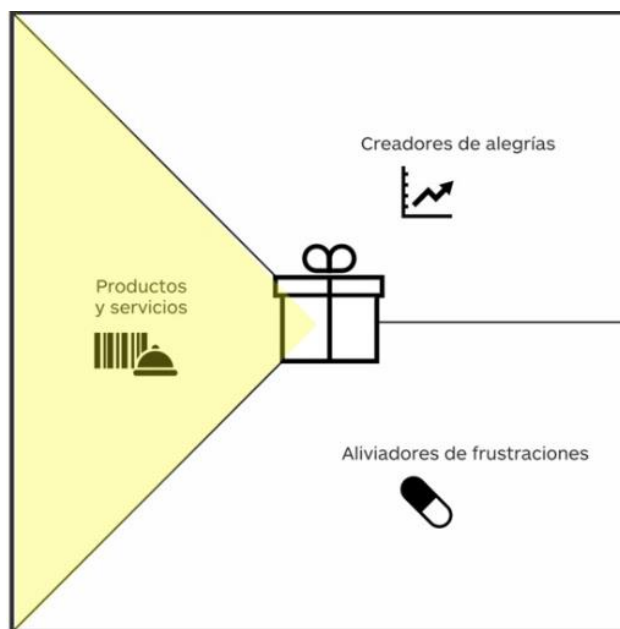
- ✓ Tener tiempo para hacer actividades que les gusta
- ✓ Tener limpio su ambiente laboral o vivienda sin limpiar uno mismo.
- ✓ Tener seguridad que contratan un servicio de calidad y seguro.
- ✓ Tener promociones de servicios económicos
- ✓ Ser bien atendidos
- ✓ Estar tranquilo por el cuidado que se les dará a sus mascotas.
- ✓ Disfrutar de sus festivos o fines de semana sin preocuparse del aseo general.
- ✓ Quitarse un peso de encima con contratos y pagos de seguridad social, liquidaciones, prestaciones etc.
- ✓ Ganan estatus social.



Con todos los puntos mencionados en el análisis de nuestros futuros clientes, consideramos que es una ayuda para poder generar una propuesta de valor atractiva para nuestro público objetivo, y así lograr reconocimiento primero en la capital donde primero trabajaremos y nos enfocaremos para que en un futuro nos reconozca el país por nuestros servicios.

10.3 Productos y servicios

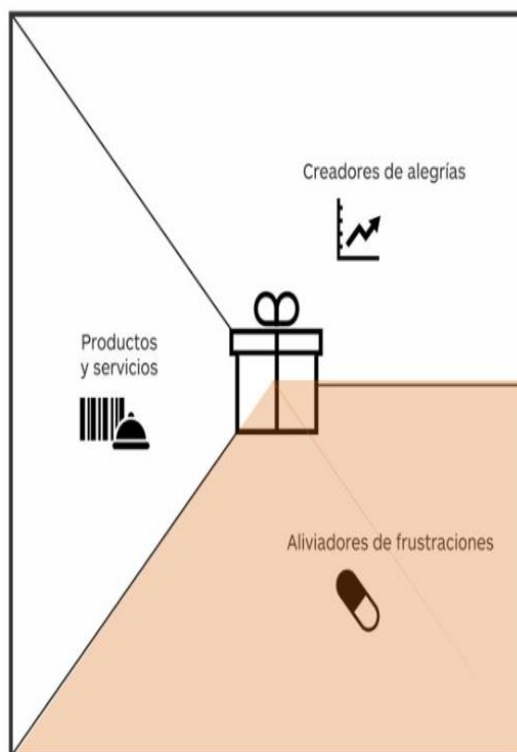
- ✓ Servicio rápido y seguro por App y pagina web.
- ✓ Servicio al cliente con personal amable y proactiva.
- ✓ Servicio de cuidado de mascotas
- ✓ Intermediario para la contratación de personal de servicios generales
- ✓ Personal honestos e idóneos para el servicio que prestaremos
- ✓ Paquetes promocionales económicos
- ✓ Servicio de insumos económicos y de calidad
- ✓ Servicio especial para los clientes frecuentes.
- ✓ Puntualidad de nuestros colaboradores.
- ✓ Cuidado y precaución con los utensilios del hogar y/o empresas
- ✓ Cero trámites engorrosos.
- ✓ Servicio por 4, 8 horas y todo el día
- ✓ Servicio de placado, lavado y aseo en el hogar.
- ✓ Paquetes con incluyendo personal e insumos para el aseo del hogar o empresa.
- ✓ Servicio de ayudante de cocina y cocinera (no chef)



10.4 Aliviadores de frustraciones

Los aliviadores de frustraciones describen características específicas de los productos o servicios y como estos evitan o reducen las frustraciones del cliente.

- ✓ Servicio de aseo general por horas 4, 8 y todo el día.
- ✓ Manejaremos precios económicos y asequibles para el público tanto empresarial como personal.
- ✓ Tendremos un personal calificado para el buen servicio y cuidado de los bienes de los clientes
- ✓ Insumos de calidad con precios económicos.
- ✓ Personal calificado para el cuidado de sus mascotas.
- ✓ Contaremos con cocineras especialistas en comida casera con buena sazón.
- ✓ Servicio de lavado y planchado de prendas de vestir
- ✓ Lavado de sillones y muebles.
- ✓ Servicio de pintura de fachadas y paredes internas tanto de empresas como hogar.
- ✓ Servicio de electricistas y cerrajeros.
- ✓ Servicio de jardinería.
- ✓ Con nuestras aplicaciones (App y web) la solicitud de un colaborador para su empresa u hogar será más fáciles y al alcance de la mano del cliente, sin necesidad de movilizarse a otro lugar.



10.5 Generadores de Alegrías

Los creadores de alegría describen características específicas de los productos o servicios y como estos crean alegrías y satisfacen las expectativas del cliente.

- ✓ Servicio eficiente y eficaz
- ✓ El cliente se olvida de los días de aseo.
- ✓ Más tiempo para compartir en familia
- ✓ Más tiempo de hacer cosas que les gusta.
- ✓ Disfrutar de sus días libres
- ✓ Olvidarse de trámites engorrosos
- ✓ Desobligación de contratación (pagos de EPS, liquidaciones y prestaciones)
- ✓ Ahorro de tiempo y dinero
- ✓ Sentirán alegría de ver su espacio de trabajo o vivienda limpios.
- ✓ Tranquilidad de que sus pertenencias están en perfectas condiciones
- ✓ Olvidarse de estar esclavizados a la cocina.
- ✓ Tranquilidad de que sus mascotas están en buenas manos.
- ✓ Olvidarse de los arreglos como pintado de paredes y mejor utilizar ese tiempo en actividades favoritas.



◆ Propuesta de valor:

Adquiere nuestros servicios fácil y rápido y olvídate del aseo de tu hogar o empresa y ten la tranquilidad del servicio de nuestros colaboradores, contamos con paquetes de servicio que incluye insumos con precios súper económicos y adicional tenemos servicios de cuidado de tu mascota. Contáctanos para más información o ingresa a nuestro App y solicita nuestro servicio.

11. DISEÑA TU PRODUCTO

En este punto hablaremos todo relacionado a nuestro servicio, cuanto se necesita invertir aproximadamente, descripción de nuestros paquetes de servicio, presentación de nuestros posibles proveedores, que leyes debemos cumplir para la apertura de la empresa y en qué fase nos encontramos como empresa.

11.1 Definición Estratégica:

Presentaremos 4 decretos o normativas Colombianas que necesitamos saber para el funcionamiento de nuestra empresa, las cuales son las siguientes:

Ley 50 de 1990:

“Artículo 71: Es empresa de servicio temporal aquella que contrata la prestación de serbios con terceros beneficiarios para colaborar temporalmente en el desarrollo de sus actividades, mediante la labor desarrollada por personas naturales, contratadas directamente por la empresa de servicios temporales, la cual tiene con respecto de éstas el carácter de empleador.”

“Artículo 72: Las empresas de servicios temporales deberán constituirse como personas jurídicas y tendrán como único objeto el previsto en el artículo anterior.”

“Artículo 74: Los trabajadores vinculados a las empresas de servicios temporales son de dos (2) categorías: trabajadores de planta y trabajadores en misión. Los trabajadores de planta son los que desarrollan su actividad en las dependencias propias de las empresas de servicios temporales. Trabajadores en misión son aquellos que la empresa de servicios

temporales envía a las dependencias de sus usuarios a cumplir la tarea o servicio contratado por éstos.”

“Artículo 82: El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social aprobará las solicitudes de autorización de funcionamiento a las empresas de servicios temporales que cumplan con los requisitos exigidos en esta ley.”

“Artículo 83: para efecto de la autorización contemplada en el artículo anterior, a las solicitudes se deben acompañar los siguientes requisitos:

Escritura pública de constitución y certificado de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio.

Acreditar un capital social pagado igual o superior a 300 veces el SMLV en el momento de la constitución.

El reglamento interno de trabajo de que trata el artículo 85 de esta ley (Ley 50 de 1990)

Constituir una garantía con una compañía de seguros legales establecida en Colombia, en favor de los trabajadores de la respectiva empresa, en cuantía no inferior a 500 veces el SMLV, para asegurar salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales de los trabajadores, en caso de liquidez de la empresa. La póliza correspondiente debe depositarse en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, el cual podrá hacerla efectiva por solicitud de los trabajadores beneficiarios de la garantía.

La cuantía de esta garantía debe actualizarse anualmente, tomando como base las modificaciones al SMLV.

El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social podrá exigir una cuantía mayor cuando lo atenerte el número de trabajadores en misión vinculados a la empresa de servicios temporales.

Una vez cumplidos los anteriores requisitos, El Ministerio de Trabajo y Seguridad Social autorizará el funcionamiento de la respectiva empresa de servicios temporales, mediante resolución movida.

11.2 Diseño de concepto:

Para poner en funcionamiento nuestra empresa necesitaremos una serie de materiales y maquinaria que nos permitirá ejecutar los servicios que prestaremos.

Ese listado de materiales son las siguientes:

- ✓ Computadores
- ✓ Teléfono
- ✓ Muebles (sillas, escritorios etc)
- ✓ Equipos electrónicos para el servicio de aseo
- ✓ Insumos de limpieza
- ✓ Dotación (uniformes para los colaboradores)
- ✓ Papelería

Tabla7

La siguiente tabla nos muestra las herramientas tecnológicas que necesitamos para poner en funcionamiento la empresa

TECNOLOGÍA	DESCRIPCIÓN
COMPUTADORES	Procesador CORE I3 O CORE I5 Memoria RAM de 4GB a 8GB Disco duro de 500 GB a más Pantalla entre 13 a 15 pulgadas.
Teléfonos de escritorio	Teléfonos fijos analógicos.
Internet	Mínimo 30 Megas
Impresora	Laser con tóner
Maquinaria para limpieza	Lustradoras, aspiradoras, limpiador a vapor, etc.

Tabla7. Herramientas tecnológicas (fuente propia)

Tabla8

La siguiente tabla nos muestra los materiales que se necesitan para el funcionamiento de la empresa

MATERIALES	DESCRIPCIÓN
Escritorios	Para 6 puestos
Sillas	En forro de tela y color negro
Papelería de escritorio	Resma de hojas, esferos, cuadernos, etc.
Dotación	Uniformes para el personal
Insumos de limpieza	Todo lo relacionado para el servicio de aseo (cloros, jabón, desinfectante, escobas, etc.)
Utensilios complementarios	Guantes, tapabocas, caretas faciales, etc.

Tabla8. Materiales de inicio (fuente propia)

11.3 Diseño en Detalle:

Para mostrar los procesos de nuestro servicio presentaremos un diagrama de Bloques donde está a detalle todo el proceso de captación de clientes empresariales e individuales.

Figura 9

La siguiente figura nos muestra el proceso de servicio

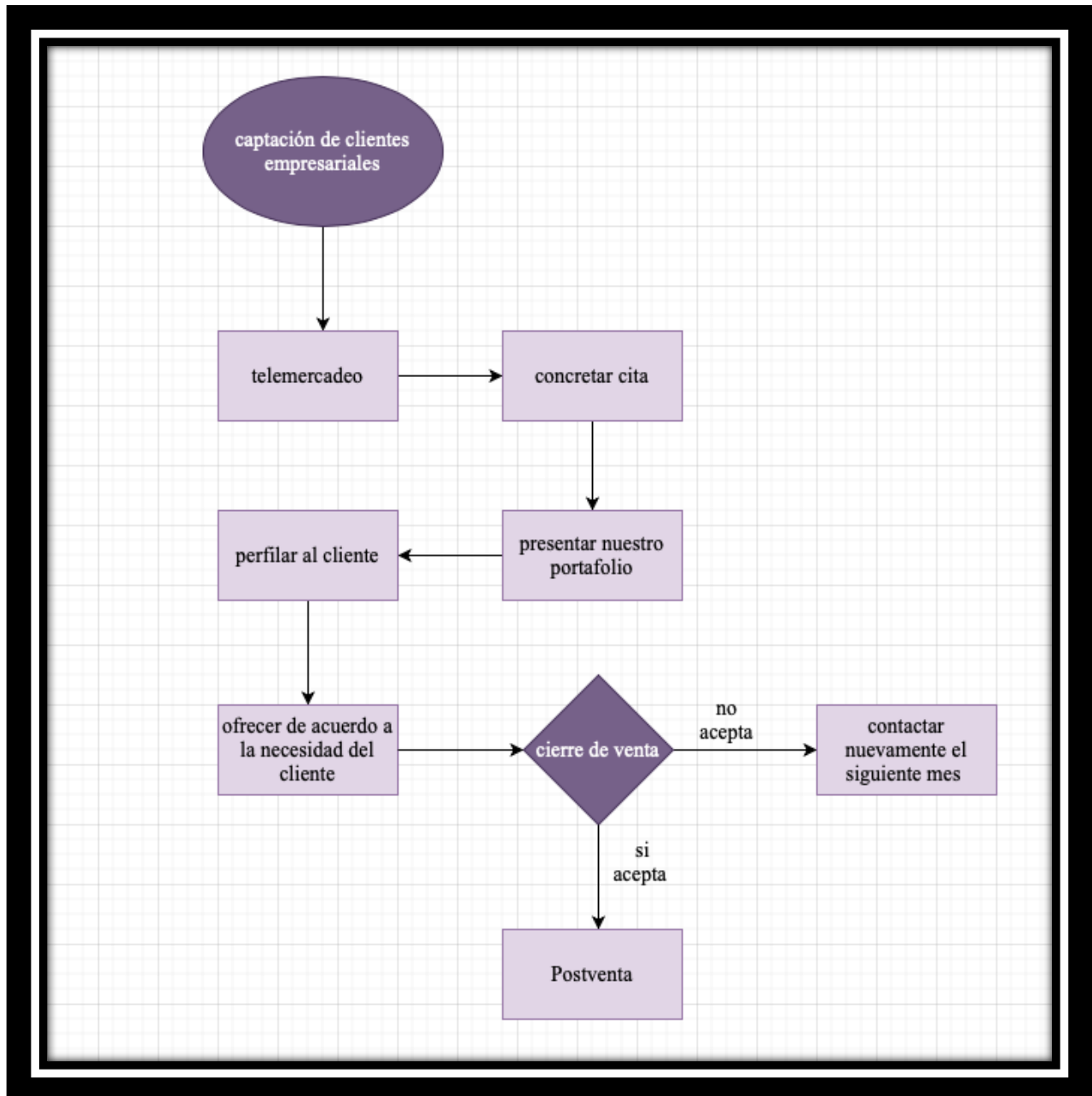


Figura9. Proceso de servicio (fuente propia)

Figura 10

La siguiente figura nos muestra la cadena de Distribución

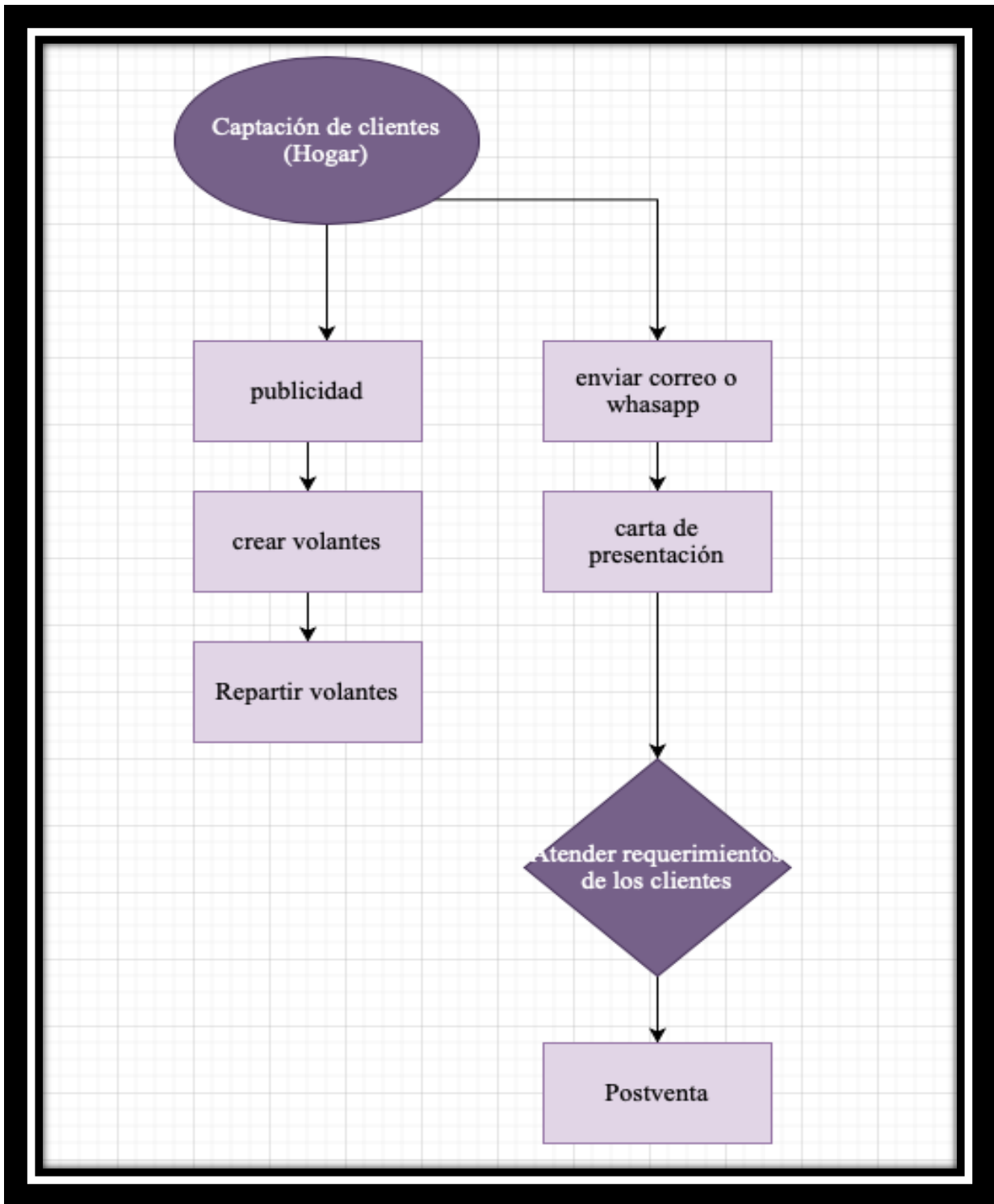


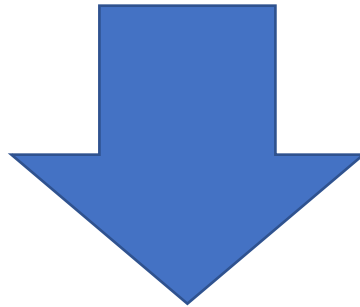
Figura 9. Cadena de distribución (fuente propia)

12. CADENA DE DISTRIBUCION



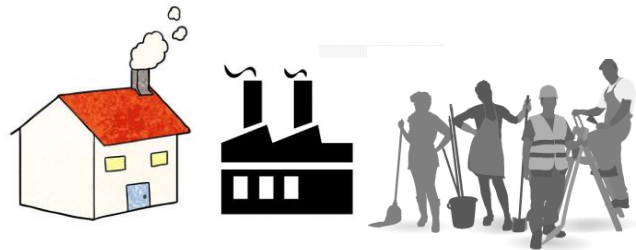
BDSLIMPIO SA

Es una empresa que presta servicio de aseo para empresas y hogares y tiene un alineamiento de negocio basado también en asistencias como por ejemplo: cuidado de mascotas, gasfitería y cerrajería.



Proveedor de insumos:

Aliado y proveedor de insumos de limpieza.



Servicio al cliente

12.1 Costo de producción y precio de venta:

Tabla 9

La siguiente tabla nos muestra los costos de producción

COSTO DE PRODUCCION		
+	COSTO UNITARIO DE MATERIALES	\$70.000
+	COSTO UNITARIO DE MANO DE OBRA	\$1.500.000
+	COSTO UNITARIO DE CIF	0
+	COSTO TOTAL UNITARIO	\$1,570.000

Tabla9. Costos de producción (Fuente propia)

Precio de venta:

$$PV = 1,549.684 / 0,85 = 1.847.058,82$$

Ese sería el precio por con contrato con una empresa para el personal de limpieza fijo.

12.2 Validación y verificación

En este punto mostraremos 10 indicadores de calidad donde se evaluara el servicio antes de salir al mercado.

Tabla 10

La siguiente tabla nos muestra los indicadores de calidad.

ESTRATEGIAS	CUMPLE O NO CUMPLE
Tener un servicio de calidad	OK
Ofrecer nuestros servicios hogares y empresas(pymes) / Bogotá	OK
Dotación completa y de calidad para los empleados	OK
Reconocimiento por nuestro servicios	OK
Que nuestro servicio de cuidado de mascotas sea el plus sobresaliente	OK
Personal capacitado en el manejo de herramientas de aseo	OK
Página web y app disponibles	OK
Infraestructura funcionando completa	OK
Afiliación de todo el personal al sistema de seguridad social	OK
Herramientas e insumos de aseo de calidad	OK

12.3 Producción

En este enlace se encontrara nuestro Brochure de servicios:

[https://drive.google.com/file/d/1gT1iMU3TzoPJJFzo3JHOUmLQ_I76VEzU/view?usp=sha
ring](https://drive.google.com/file/d/1gT1iMU3TzoPJJFzo3JHOUmLQ_I76VEzU/view?usp=sharing)

Tabla 11

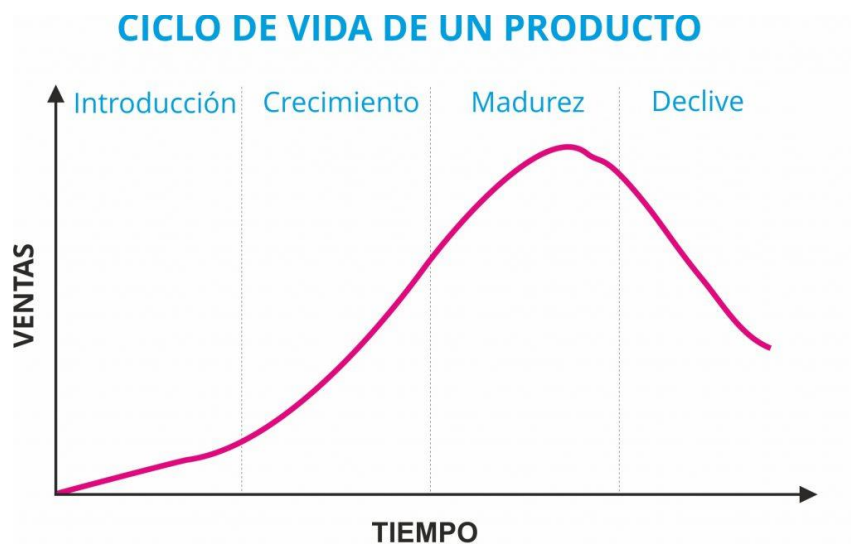
La siguiente tabla nos muestra la ficha técnica

FICHA TECNICA DEL SERVICIO	
a)	Nombre del servicio: aseo para el hogar y empresas
b)	Composición del servicio: servicio de aseo para el hogar o empresa. Servicio de asistencia: cerrajería, cuidador de mascotas, gasfitería, cocinera.
c)	Presentación comercial: Paquetes de servicio: Servicio de aseo + insumos Servicio por 4 horas: 1 vez a la semana, cada 15 días o 1 vez Servicio por 8 horas: 1 vez a la semana, cada 15 días o una vez
d)	Publicidad: contamos con carta de presentación indicando las características de nuestro servicio.
Elaboró: Sandra Gómez Rico	
Reviso: Bahiana Medina	
Aprobó: Blanca Marcelo Ruiz	

Tabla 11. Ficha técnica (Fuente propia)

Figura 11

La siguiente figura nos muestra el ciclo de vida de un producto



Fuente: www.reobertoespinoza.com

La empresa en estos momentos se encuentra en la etapa de introducción ya que recién estamos iniciando y nos estamos adentrando al mercado, tenemos claro que al principio va ser complicado ya que entraremos a competir con empresas ya reconocidas; sin embargo consideramos que nuestro equipo de trabajo se unificara y trabajara para conseguir y cumplir con las metas esperadas y trazadas para este inicio de apertura de la empresa.

13. PROTOTIPO

13.1 Características del producto o servicio.

Somos una empresa especializada en la prestación de servicios varios en aseo y limpieza para inmuebles y otros espacios, comprometida con el medio ambiente y las satisfacciones de nuestros clientes.

Contamos con personal con experiencia y formación específica y especializada de acuerdo con el alcance de las tareas y funciones que tiene encomendadas.

Ofrecemos servicios especiales de alta calidad, prestado por un excelente equipo humano

Ofrecemos servicios de:

- ✓ Aseo a domicilio
- ✓ Servicios de aseo residencial
- ✓ Servicios profesionales de limpieza para MIPYMES

- ✓ contamos con personal capacitado y disponible las 24 hr del día
- ✓ servicio de aspirado general
- ✓ Limpieza de manchas
- ✓ Lavado de alta calidad
- ✓ -lavado anti bacterias
- ✓ servicio de limpieza de oficinas y despachos
- ✓ -Servicio de limpieza de cristales y ventanas
- ✓ -servicios de limpieza a particulares
- ✓ -limpieza por horas a domicilio

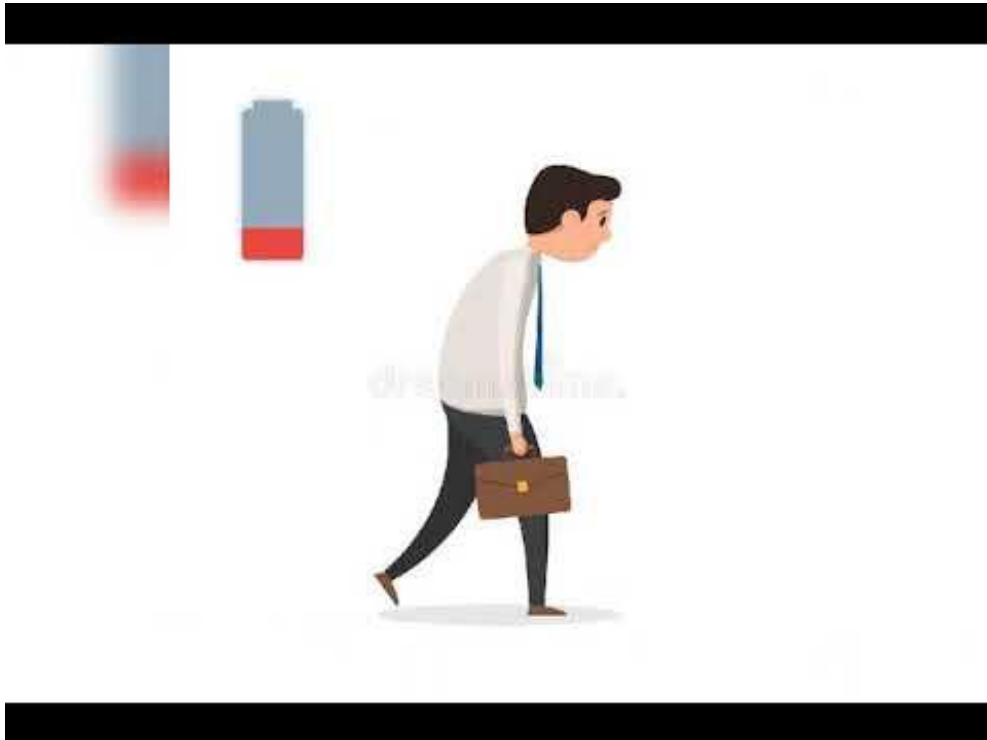
13.2 Características del prototipo

Vamos a realizar un prototipo storytelling, donde vamos a plasmar por medio de imágenes cotidianas y a vos los servicios y beneficios que ofrecemos, de tal manera que capturemos la atención del cliente y se cree un vínculo.

Cómo va interactuar el cliente con el prototipo

Una de las razones por las cuales elegimos el storytelling es porque es una potencial estrategia en la que por medio de una historia podemos ganar clientes, al empatizar con ellos, creamos un vínculo, " las buenas historias nos marcan y las recordamos", por medio de nuestra historia nos enfocamos en que la persona que la ve y escucha se identifique, lo informe y motive a adquirir nuestro servicio. Nuestra historia se publicará y podrá ser vista por redes sociales, difundida y compartida por medio de WhatsApp de tal manera que

podamos no solo dar a conocer nuestra empresa, sino q también se interesen por adquirir nuestro servicio.



14. MODELO RUNNING LEAN

14.1 Segmento de clientes

Perfil familiar: Hombres, mujeres o familias de estrato 4, 5 y 6, que lleven una vida muy ocupada o personas mayores de edad que requieran de este servicio por su condición, con poco tiempo libre para los oficios de la casa. Personas profesionales, con trabajos muy

exigentes de tiempo y que el poco tiempo libre que tienen lo dedican para estar con sus seres queridos o para dedicar tiempo a sí mismos. Deben contar un nivel de ingresos promedio a 4 s.m.l.v, con una necesidad de organización y limpieza del hogar.

Perfil empresarial: Empresas, consultorios, colegios y conjuntos pequeños que soliciten ayuda de terceros para la labor de aseo ya que surgen muchos trámites y afiliaciones que exige la ley.

14.2 Problema principal del cliente

El principal problema es la falta de tiempo para realizar el aseo del hogar, el no contar con las maquinas especializadas para limpieza de muebles, alfombras, etcétera, igualmente se necesita personal capacitado para esta labor. Son clientes que desean un ambiente libre de microorganismos, limpio, evitando enfermedades. Otro problema es el de la contratación de personal independiente, pues estas personas generan poca confianza y su cumplimiento en el horario no es el mejor.

Con nuestro servicio queremos brindarles a estos clientes la tranquilidad en cuanto a las labores domésticas del hogar, como lo son: limpieza general, planchado, lavado de baños, pisos, alfombras, cortinas, cristales, limpieza de cocina, cuidado de las mascotas, jardinería etc., con personal altamente calificado y de confianza, quienes se encargaran de toda la limpieza que ellos necesiten. Esto les ayudara a que en sus tiempos libres puedan aprovechar al máximo su familia o sus cosas personales. En cuanto a las empresas les ahorraremos el proceso de contratar personal y ahorraran dinero.

14.3 Diferencia en el mercado

Lo que nos hace diferentes es que daremos a nuestros clientes una excelente propuesta de valor, velaremos porque siempre queden satisfechos con los servicios solicitados, la limpieza con nuestros insumos de aseo será biodegradable y ecológicos, brindaremos un acompañamiento y seguimiento postventa para escucharlo y saber sus sugerencias, estaremos siempre atentos dándole solución a cada uno de los problemas que se puedan presentar buscando la manera más viable para tener la satisfacción que el cliente necesita. Contaremos con varios paquetes de acuerdo a la necesidad de cada cliente, como lo son:

- ✓ Limpieza general (medio tiempo/ completo)
- ✓ Lavado de muebles, alfombras y cortinas
- ✓ Jardinería
- ✓ Limpieza especializada canina
- ✓ Empleadas domésticas internas y externas
- ✓ Limpieza con insumos y sin insumos de aseo

14.4 Características principales de nuestro servicio

- ✓ Mi servicio genera seguridad y confianza
- ✓ Puntualidad
- ✓ Costos asequibles

14.5 Canales de servicios

Contaremos con una estrategia de ubicación de nuestro personal, de tal manera que el desplazamiento de este, no quede muy lejos de los clientes y así no generar ningún tipo de retraso.

Tendremos los canales digitales para la solicitud del servicio como los son página web, app, correo y teléfonos fijos y celular para brindar atención personalizada.

Inicialmente para dar a conocer nuestra empresa realizaremos volantes con la información de los servicios que ofrecemos en puntos estratégicos de entrega, nuestras redes sociales, teléfonos etc.

14.6 Flujo de ingresos

Ganaremos dinero por el servicio prestado, el cliente deberá cancelar el servicio una vez finalizado ya sea por transferencia bancaria o pagos PSE, los precios serán fijos, no tendremos ningún tipo de descuento por ubicación geográfica ni segmento de clientes, los pagos se harán de acuerdo al convenio con el cliente, dependiendo la cantidad de días que necesite el servicio, si solo requiere un día a la semana, el pago debe ser una vez finalice la limpieza, en caso que el servicio sea por más de 2 días a la semana el pago se hará anticipado. Podemos realizar una alianza con alguno de nuestros proveedores con el fin de generar algún tipo de publicidad de sus productos.

Tabla 12

La siguiente tabla muestra la estructura de costos que se tendrían inicialmente

Costos fijos		Costos variables	
Local	\$ 500.000	Página Web	\$ 350.000
Sueldo empleados	\$ 11.000.000	Comisión por venta	
Insumos de aseo	\$ 2.500.000		
servicios públicos	\$ 100.000		

Tabla12. Estructura de costos (fuente propia)

A este punto le adicionamos la compra de maquinaria por un valor \$8.000.000 que sería una economía de campo, ya que se realiza una inversión al principio, pero no me altera los costos fijos.

14.7 Medición para la Toma de decisiones

Para la toma de decisiones tenemos que tener en cuenta es decir medir los siguientes elementos como lo son: La cantidad de veces que el cliente solicita el servicio por mes, a que cantidad de clientes les está llegando nuestra información, esta medición la podemos realizar por medio del volanteó. El ratio de conversión, debemos medir el porcentaje de clientes que toman nuestro servicio con el público objetivo al que hemos segmentado.

Validar la fidelización de los clientes y sus recomendados. Que tanto tiempo nos demoramos en tener un cliente nuevo.

14.8 Ventaja competitiva

Queremos brindarles a nuestros clientes la mejor solución eficaz para tener un hogar o una empresa limpia y organizada, con ambientes libre de microorganismos, espacios relucientes, agradables a la vista y brindando completamente seguridad y confianza, porque sabemos lo importante que abrir las puertas su hogar o patrimonio. Igualmente dándoles un fácil acceso a solicitar sus servicios sin complicaciones y con atención 24/7 tanto telefónico como por la web.

Personal altamente calificado, dispuestos a brindar el mejor servicio y con alta experiencia en servicios generales y mantenimientos locativos. Para aquellos clientes que tomen nuestro servicio con insumos de aseo, se les dará a conocer nuestros productos biodegradables, estos son especialmente para el cuidado del medio ambiente. Nos encargaremos de satisfacer al máximo las necesidades de los clientes para que puedan vivir en un ambiente agradable a la vista, limpio de bacterias y encargarnos de esos trabajos pesados como limpiar las alfombras, corinas fachadas etc.

15. Modelo Running Lean de la empresa: BDS LMPIO

Problema <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de tiempo para los oficios del hogar ✓ No se cuenta con la maquinaria de limpieza ✓ La contratación de personas independientes generan inseguridad e incumplimiento. 	Solución <ul style="list-style-type: none"> ✓ Limpieza del hogar o empresa a costo asequible ✓ Aprovechamiento de tiempo para otras labores ✓ Confianza y seguridad 	Propuesta de Valor única <p>Queremos brindarles a nuestros clientes la mejor solución para tener un hogar o una empresa limpia y organizada, con ambientes libres de microorganismos, espacios relucientes.</p> <p>Contamos con personal de plena confianza para su mayor seguridad porque sabemos lo importante que es para cada uno su hogar o patrimonio</p>	Ventaja injusta <ul style="list-style-type: none"> ✓ Atención personalizada 24/7 ✓ Paquetes de acuerdo a la necesidad de cada cliente ✓ Insumos de aseo biodegradables y ecológicos 	Segmento de clientes <ul style="list-style-type: none"> ✓ Hogares estrato 4,5 y 6 ✓ Que devenguen más de 4 s.m.l.v. ✓ Poco tiempo libre ✓ Necesidad de ambientes relucientes ✓ Evitar trámites legales de contratación
Métricas Clave <ul style="list-style-type: none"> ✓ Adquisición de clientes ✓ Retención de clientes ✓ Frecuencia 			Canales <ul style="list-style-type: none"> ✓ Volanteo puntos estratégicos ✓ Página web ✓ App play store ✓ Redes sociales 	
Estructura de costos <ul style="list-style-type: none"> ✓ Inversión de maquinaria ✓ Pago de publicidad ✓ Sueldo del personal ✓ Dotación de personal ✓ Compra de insumos ✓ Pago de arriendo 			Fuentes de ingresos <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ventas de los servicios contratados ✓ Pago de proveedores por publicidad 	

16. VALIDACION IDEAS DE NEGOCIO

Este punto nos ayudara a definir nuestra idea de negocio, realizando una investigación a fondo la cual nos lleva y nos ayuda a la toma de decisiones. Igualmente nos permite analizar desde un punto de vista objetivo si la demanda de nuestro servicio sirve para el sostenimiento de nuestro emprendimiento.

16.1 Objetivo de investigación

El objetivo general de esta investigación nos lleva a evaluar la cantidad de ciudadanos que están dispuestos a adquirir nuestro servicio, cuanto están dispuestos a pagar por él y que esperan de nuestra empresa.

16.2 Objetivos específicos

Ofrecer nuestros productos y servicios de aseo, limpieza de alta calidad logrando satisfacción de nuestros clientes y mayor acogida en el mercado.

Aumentar paulatinamente nuestro portafolio de servicios, productos de aseo y limpieza para los hogares y empresas con precios asequibles.

Cautivar a los clientes potenciales con nuestro servicio de asistencia para sus mascotas, logrando con este plus la acogida más rápida en el mercado.

16.3 Tipo de investigación

La investigación que realizamos será de forma cuantitativa. Por medio de una encuesta, cuestionarios, ect., haremos una medición matemática que nos permita evaluar que tan dispuestos están los ciudadanos en adquirir un servicio de limpieza para el hogar o empresa, si prefieren realizar este tipo de actividades personalmente o delegarle esa función a un tercero evitando trámites legales. De igual manera podemos determinar con qué frecuencia nuestros posibles clientes solicitarían nuestros servicios y cuanto estarían dispuestos a pagar por este.

Esta investigación se debe realizar con un segmento de población que sea estadísticamente representativa en la ciudad de Bogotá, a personas de estratos 3 en adelante, para así obtener resultados valiosos de información.

17. ENCUESTA

Las preguntas de la encuesta lo encontrarán en el siguiente enlace:

<https://forms.gle/ZCku8UtwJiApDKCy7> nuestra muestra es de 26 personas.

18. TABULA Y ANALIZA LA INFORMACION

Los siguientes gráficos representan el número de personas interesadas en nuestro servicio y del modelo diferenciador que viene a ser el cuidado de las mascotas.

Figura13

La siguiente figura nos muestra la cantidad de personas encuestadas que tomarian nuestro servicio.

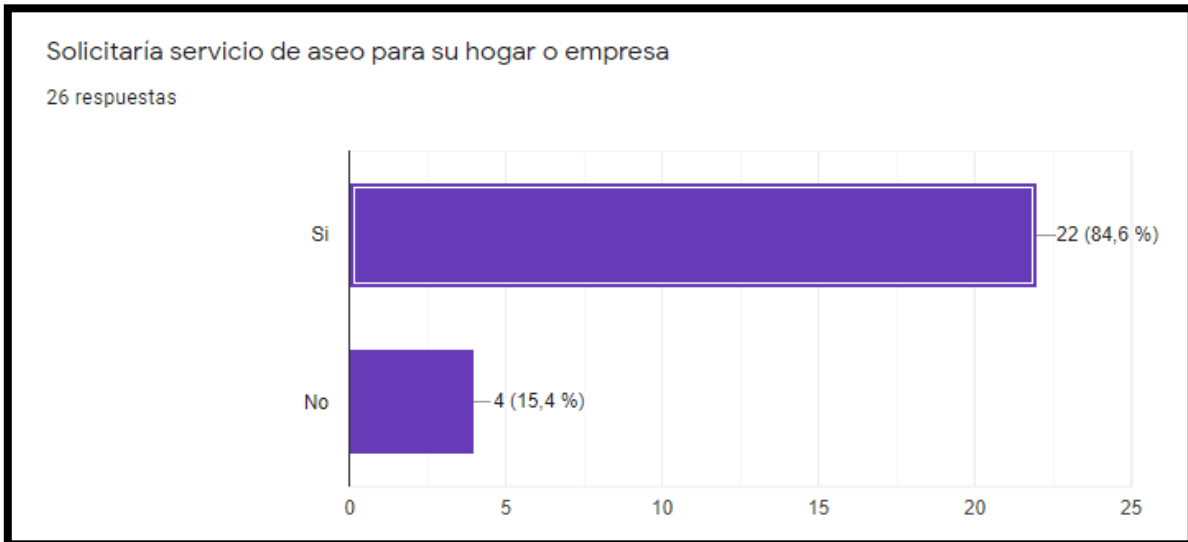


Figura13. Encuesta realizada (fuente propia)

Analisis propio: Evidenciamos que de las 26 personas encuestadas el 84% de ellas estarían dispuestas a solicitar un servicio de aseo para el hogar o empresa, esto nos arroja un resultado positivo ya que es mas del 50% de los encuestados los que lo solicitarían.

Figura14

La siguiente figura nos muestra el estado civil de las personas encuestadas

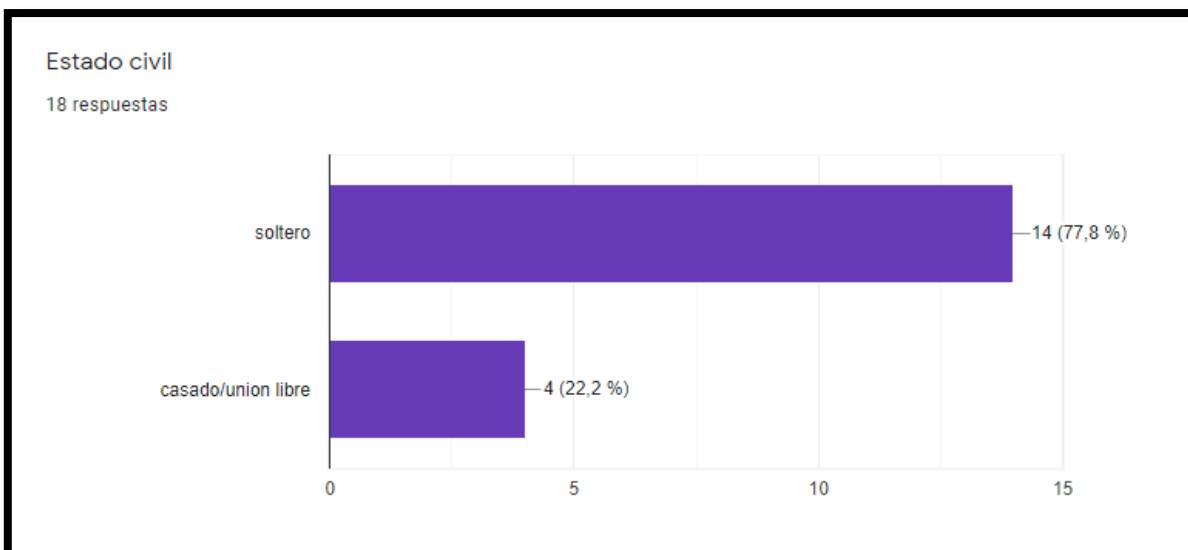


Figura14. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura 15

La siguiente figura nos muestra el rango de edad de las personas encuestadas

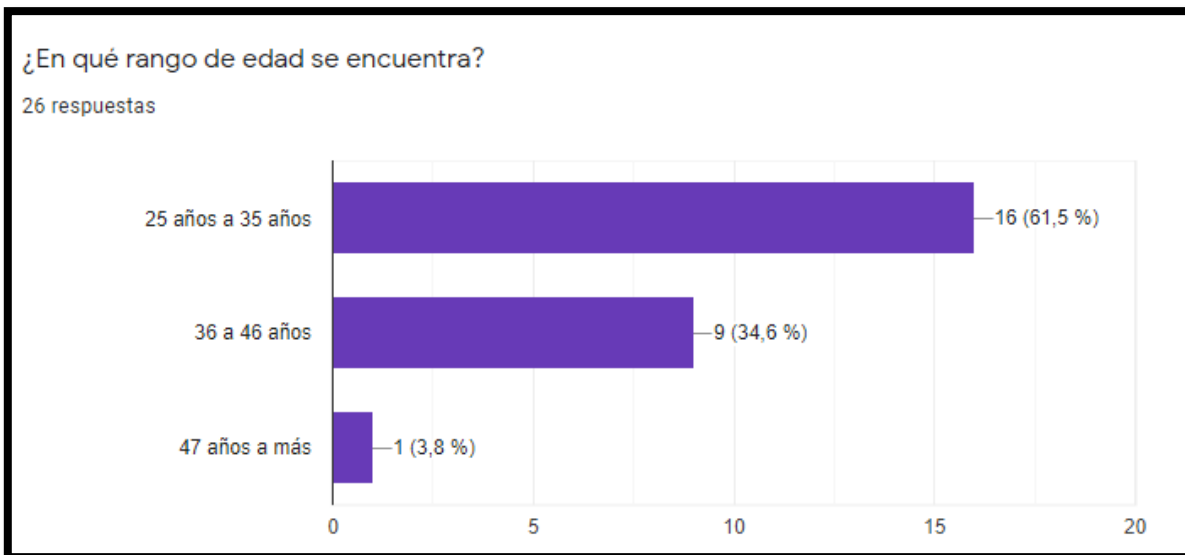


Figura15. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura16

La siguiente figura nos muestra el estrato socioeconómico de las personas encuestadas

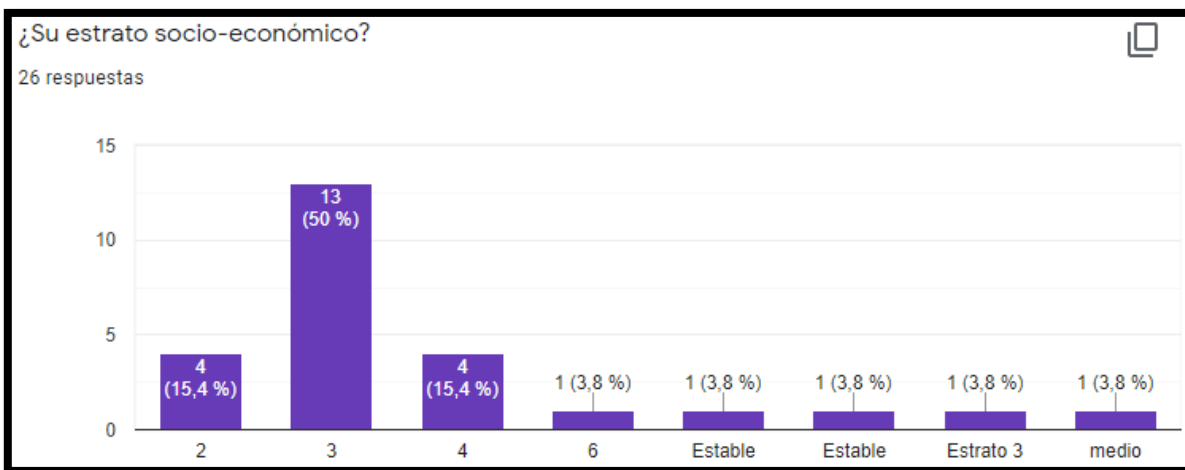


Figura16. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura 17

La siguiente figura nos muestra con que frecuencia tomarian nuestros servicios las personas encuestadas.

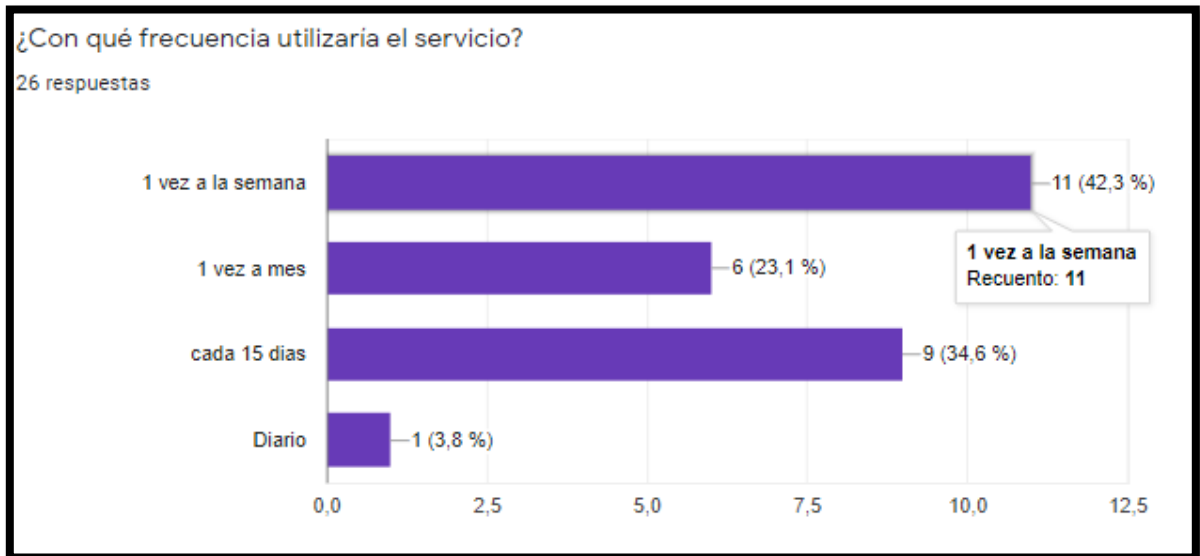


Figura17. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura 18

La siguiente figura nos muestra el tiempo de servicio que tomarían las personas encuestadas

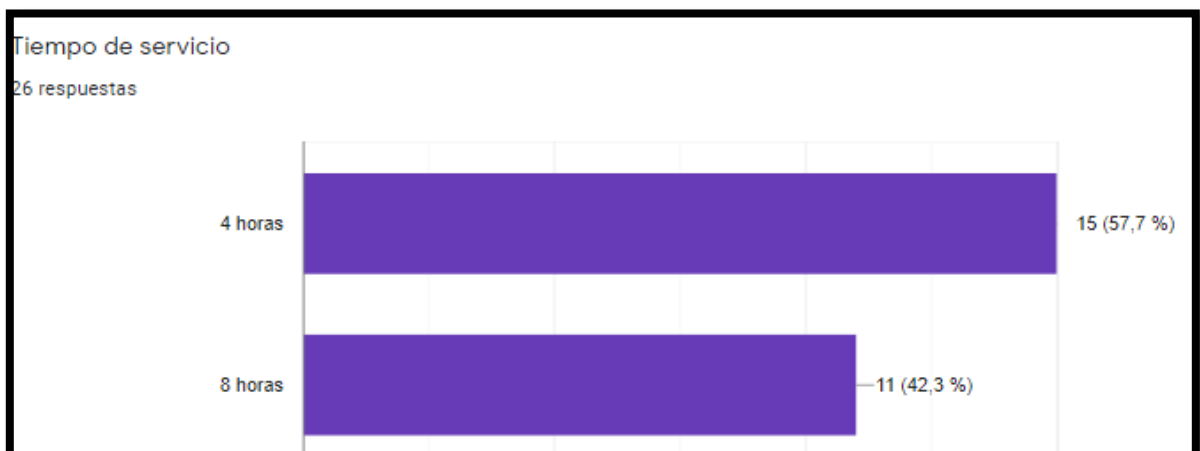


Figura 18. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura 19

La siguiente figura nos muestra la cantidad de personas que desean incluir los insumos de aseo en su servicio de limpieza

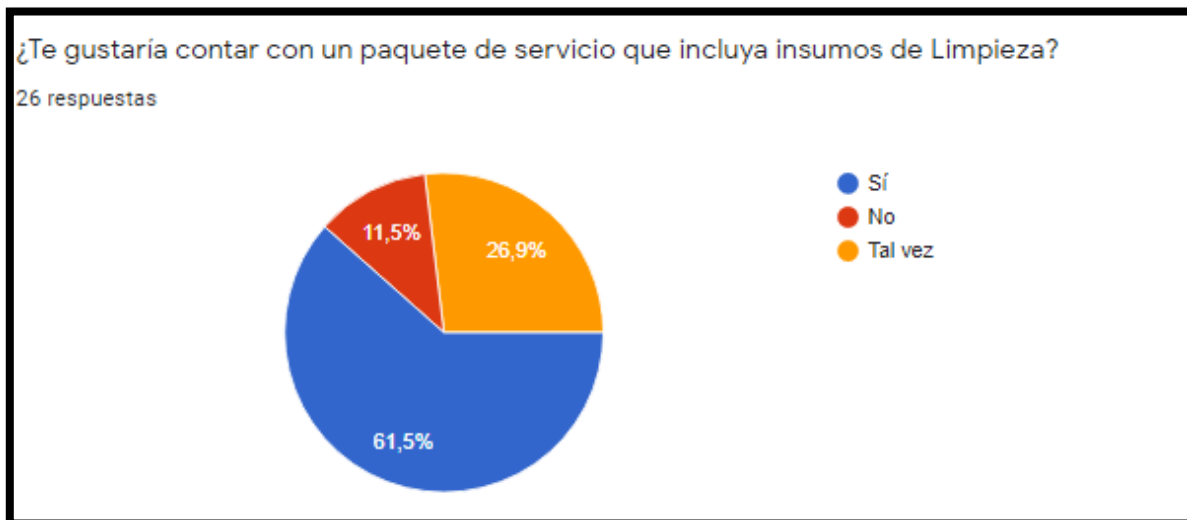


Figura19. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura20

La siguiente figura nos muestra el valor que está dispuestos a pagar por nuestro servicio

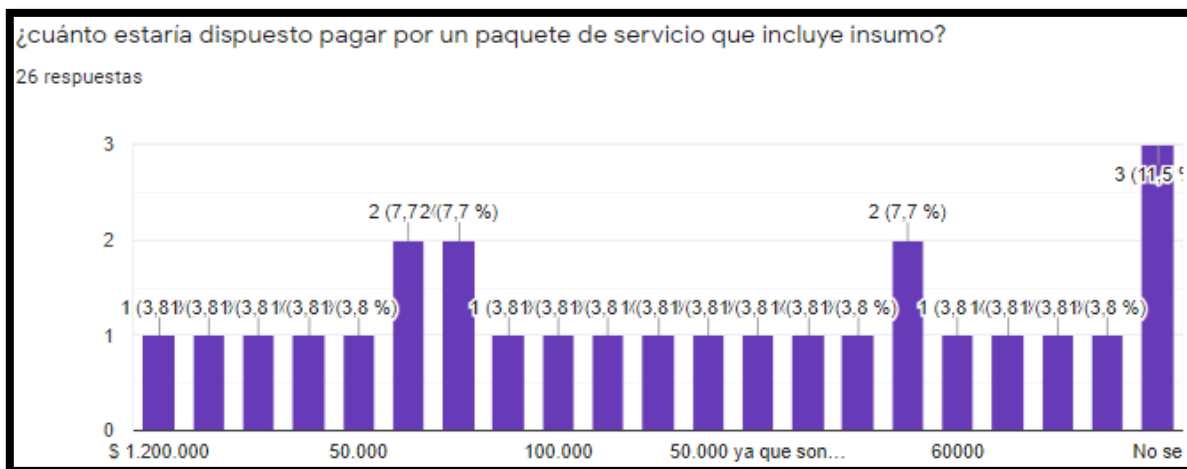


Figura 20. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura 21

La siguiente figura nos muestra de las personas encuestadas que cantidad cuenta con mascotas en su hogar.

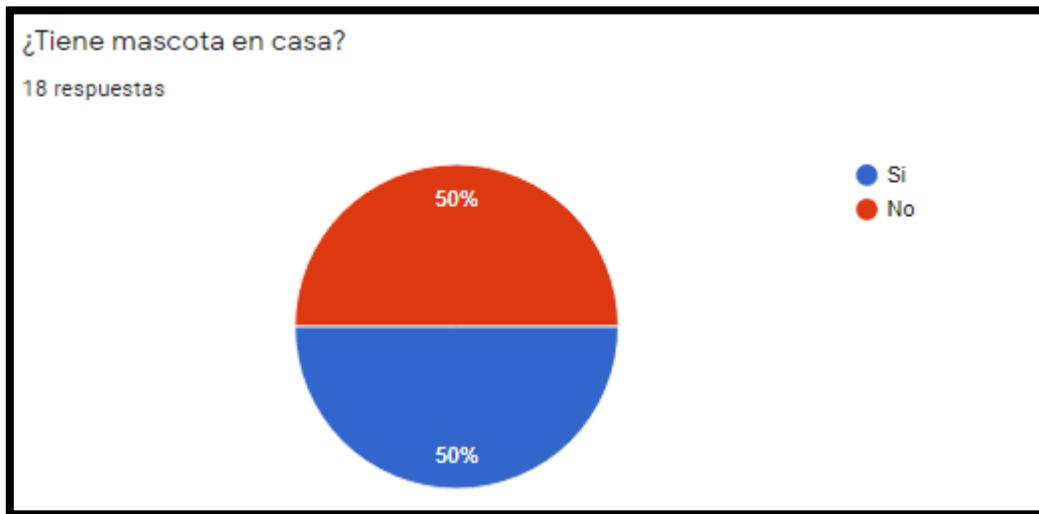


Figura 21. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura 22

La siguiente figura nos muestra que cantidad de personas encuestadas desean el servicio de asistencia para sus mascotas.

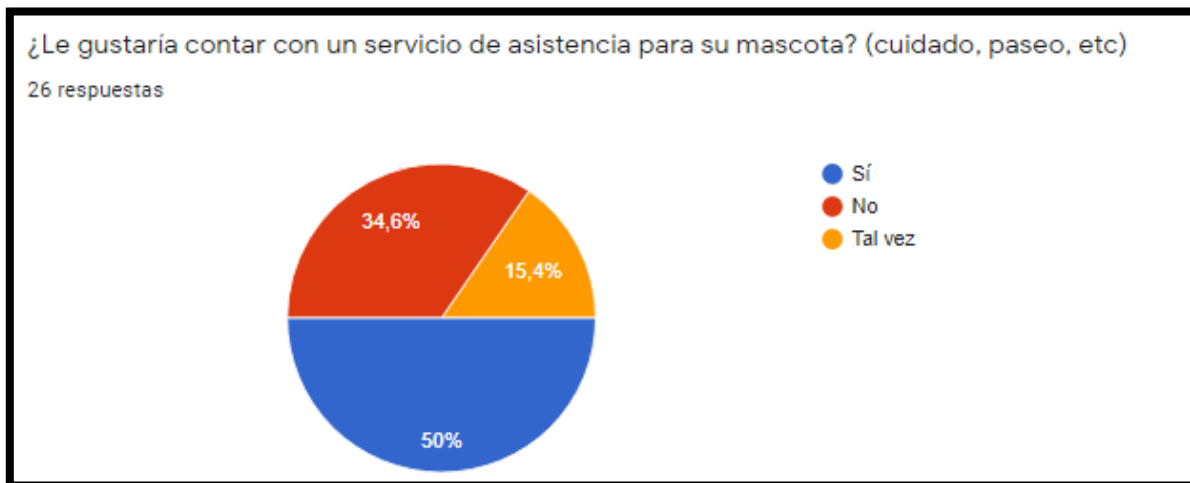


Figura 22. Encuesta realizada (fuente propia)

Figura 23

La siguiente figura nos muestra la frecuencia con la que las personas encuestadas usarían el servicio de asistencia para las mascotas.

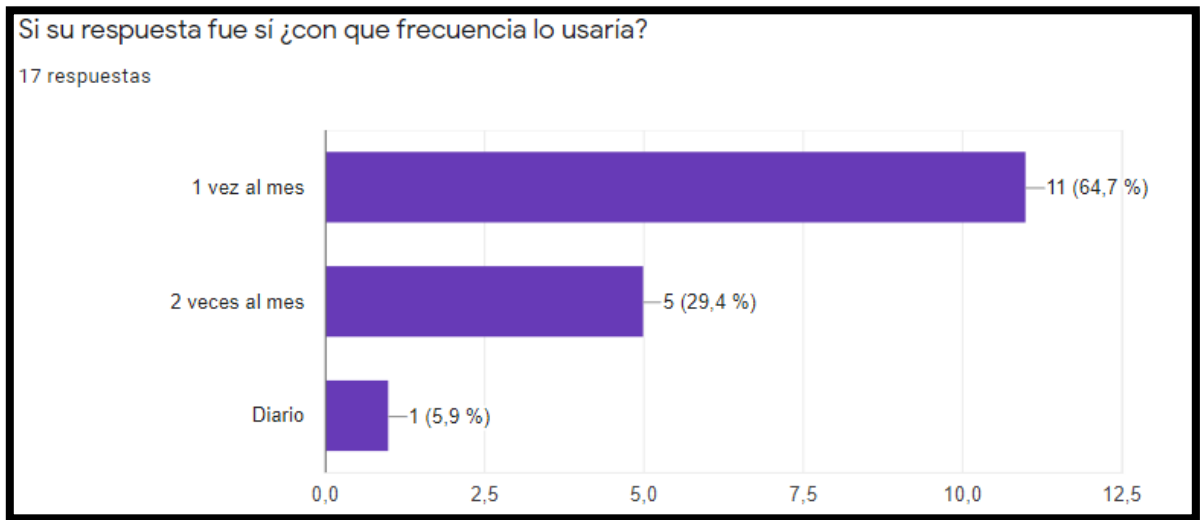


Figura 23. Encuesta realizada (fuente propia)

19. CONCLUSIONES

El trabajo de investigación presentado anteriormente tuvo como objetivo validar la viabilidad de creación de una empresa de servicios de limpieza doméstica y empresarial en la ciudad de Bogotá,

Se realiza un análisis de entorno para observar la viabilidad de la idea de negocio, utilizando metodologías de investigación y estudio de varios factores, entre ellos esta identificar la oportunidad de negocio mediante las herramientas que nos ayudan a desarrollar un conjunto de problemas, necesidades y oportunidades.

Igualmente se realiza un análisis financiero que nos arroja que presupuesto se debe tener para iniciar esta idea de negocio y validar que tan rentable es emprender con una nueva

empresa de prestación de servicios de limpieza teniendo en cuenta la alta competencia que ya hay en el mercado hoy en día.

Se precisa de manera puntal los pasos a seguir para llevar a cabo el inicio del negocio como los materiales, maquinaria y personal que se requiere para prestar un servicio de alta calidad.

Con este proyecto se logró estudiar que la mayoría de personas estarían dispuestas a contratar un servicio de este tipo e identificar qué valor están dispuestos a pagar.

Por todo este análisis realizado se considera que se ha cumplido con la investigación necesaria para ver altamente viable este proyecto.

20. RECOMENDACIONES

Este proyecto está dirigido para dar más opciones de trabajo a aquellas personas madres o padres cabeza de familia, para brindarles una mejor fuente de empleo con todas las condiciones ideales para mejorar su calidad de vida.

Es necesario realizar año tras año un análisis de la empresa que nos ayude a identificar las amenazas y oportunidades que podemos encontrar en el transcurso de su trayectoria.

No se debe dejar de capacitar al personal siempre enseñando un trabajo en equipo y dándoles a entender la importancia del capital humano para nuestra compañía, igualmente en estas capacitaciones debe ir incluida el manejo de herramientas brindándoles seguridad a ellos.

Bibliografía cibergrafía

<https://www.eempleo.com/co/noticias/noticias-laborales/pasos-para-crear-empresa-en-colombia-1673>

<https://accounter.co/normatividad/conceptos/requisitos-que-deben-reunir-las-empresas-de-servicios-temporales.html>

<https://accounter.co/normatividad/conceptos/licencia-de-funcionamiento-para-empresas-que-prestan-el-servicio-de-aseo-y-cafeteria-empresas-de-servicios-temporales-cooperativas-de-trabajo-asociado.html>

<https://encolombia.com/medio-ambiente/normas-a/hume-acuerdo68901/>

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing>

<https://www.datos.gov.co/>