



CREACIÓN DE EMPRESA 1

HOGAR QUALITY

PRESENTADO POR:

LEONEL ALBERTO CASTAÑEDA MARTINEZ

SANDRA PATRICIA GOMEZ RUBIANO

DANNICA FERNANDA GIL MORENO

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

BOGOTÁ – 2020



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	3
OBJETIVOS	4
ANÁLISIS DEL ENTORNO	5
OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	6
VALOR COMPARTIDO	
DOFA	
ANALISIS PESTEL	
IDENTIFICACION DEL PROBLEMA	
ARBOL DE PROBLEMA	
CONDICIONE POSITIVAS	
LLUVIA DE IDEAS	
ESTRUCTURA DE LA IDEA	
ESTRATEGIAS	
FUERZA DE LA IDUSTRIA	
ANALISIS DE LA OFERTA	
COMPETENCIA	
SEGMENTACION DE CLIENTES	



PROPUESTA DE VALOR-----

FICHA TECNICA-----

CADENA DE DISTRIBUCION-----

CARACTERISTICAS DELSERVICIO-----

PROTOTIPO-----

CLIENTE FINAL-----

LIENZO LEAN CANVAS-----



INTRODUCCION

La importancia que ha alcanzado la formación integral de las personas en su cultura y conducta en el mundo de hoy, nos hace reflexionar sobre nuestra labor social y amor al prójimo.

Una sólida meta para aquellas personas que deseamos mejorar en lo social, profesional y económico buscamos el camino del emprendimiento para labrarnos un futuro de éxito, esperanza y bienestar.

Estamos ante un contenido riguroso, ya que el concepto de creación de empresa agrupa todo el conocimiento para desarrollar una empresa sólida e innovadora.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Ser una empresa innovadora en servicios integrales de Limpieza, liderando por su profesionalismo e implementación tecnológica, llegando a todos los sectores a nivel residencial, comercial, educativo, industrial, y empresarial, reconocida por sus estándares de calidad y cumplimiento al cliente, transformando la manera en que se presta el servicio, mejorando la calidad de vida de las personas que lo realizan.

OBJETIVO ESPECIFICOS:

- Velar por la seguridad de nuestras profesionales
- Prestar un servicio de excelente calidad
- Utilizar productos amigables con el medio ambiente
- Ser una empresa sólida y fuente de empleo para todo el país



ANÁLISIS DEL ENTORNO Y CONTEXTO DE LA IDEA

HOGAR QUALITY es un emprendimiento de servicios de limpieza profesional, nace para brindar apoyo y oportunidades a todas las mujeres, madres cabeza de hogar, víctimas del conflicto y desplazamiento forzado, la necesidad que tienen estas mujeres cuando trabajan en casas de familia como informales, sus pagos no son el adecuado y sus condiciones laborales no son dignas, su horario laboral es extenso y el trato al servicio doméstico es denigrado por su oficio.

En estos tiempos vemos el valor, la importancia de la limpieza y el profesionalismo que este requiere, es uno de los servicios primarios en la sociedad y requerido en todos los sectores, en todas las regiones, esto nos permite promover empleos dignos, bienestar para estratos sociales 1,2,3.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

El objetivo es formalizar la prestación del servicio de limpieza profesional, por medio de la celebración de contratos en donde se les garantice a las colaboradoras todo lo establecido por la ley, en cuanto al ámbito laboral; así como a los clientes de la empresa, se les garantiza la disposición de un personal idóneo y capacitado para la labor contratada. Capacitamos a todo el personal en todas las áreas tanto en el aseo como en servicio al cliente, etiqueta y protocolo, de esta manera las empoderamos también y les resaltamos su importancia.

VALOR COMPARTIDO

El valor compartido es nuestra matriz ya que Hogar Quality es nuestro proyecto con los mejores resultados en cuanto al modelo de negocios por ser:

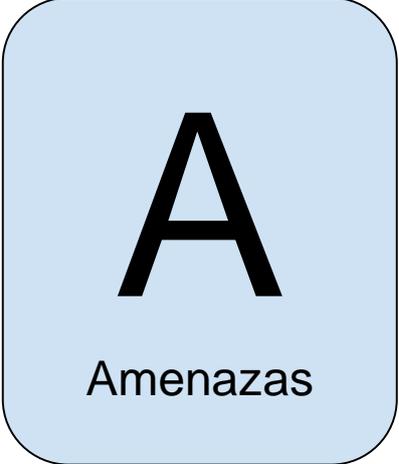
Social: Comprometidos con nuestro apoyo a todas aquellas mujeres; madres cabeza de familia, víctimas del desplazamiento forzado, en condición de discapacidad y es fundamental que pertenezcan a estratos vulnerables.

Ambiental: Tenemos como base al cuidado del medio ambiente, a nuestra capa de ozono porque nuestros productos son biodegradables y amigables con el medio ambiente.

Económico: Establecimiento de alianzas estables con proveedores y mano de obra nacional.

Ahora para fortalecer nuestro valor compartido estamos estableciendo alianzas para afianzar nuestro compromiso social, económico y ambiental ya que es fundamental mantenernos vigentes y activos ante un mercado tan demandante, el cual podemos manejar y ser relevantes comercialmente.

 <p>D Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none">● Bajo reconocimiento en el mercado.● Competencia con gran trayectoria	 <p>O Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">● Gran interés de empresas potenciales.● Amplia plaza para la acogida de nuestro servicio.
---	--

 <p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Propuesta de crecimiento profesional. • Inclusión a población vulnerable. • Capacitación profesional. • Posicionamiento estratégico 	 <p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una competencia que implemente nuestro servicio.
---	--

ANÁLISIS PESTEL

FACTORES POLÍTICOS	FACTORES ECONÓMICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Impuestos. • Políticas fiscales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inflación. • Ingresos de los clientes.
FACTORES SOCIALES	FACTORES TECNOLÓGICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Niveles de educación. • Demografía de la población. • Condición de vulnerabilidad de la población. • Edad de la población. 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación. • Tecnologías tendientes

FACTORES ECOLÓGICOS	FACTORES LEGALES
<ul style="list-style-type: none"> • Leyes de protección del medio ambiente. • Compromiso social. • Regulación del consumo de energía. • Utilización de artículos biodegradables. • Actitud de la gente hacia el medio ambiente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Normatividad laboral. • Salud y seguridad social. • Documentación en regla.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA, NECESIDAD, RETO U OPORTUNIDAD.

Teniendo en cuenta que la prestación del servicio doméstico en Colombia, se da de manera informal y esporádica; se observa una oportunidad de regular la prestación de los servicios profesionales de limpieza, brindando la oportunidad de emplear a personas en situación de vulnerabilidad y ofreciendo un servicio confiable, garantizado y acorde a las necesidades de los clientes.

¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

Comunidad: El problema que afecta a la comunidad es la discontinuidad laboral y falta de oportunidades laborales, por ámbitos como escolaridad, edad, ubicación residencial.

Clientes: El problema que afecta a los clientes es la confiabilidad de las personas que efectúan las labores y los costos que deben asumir por el servicio.

Entorno: El problema que afecta al entorno es la utilización de productos que afecten el medio ambiente.

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
	<p>Teniendo en cuenta que la prestación del servicio doméstico en Colombia, se da de manera informal y esporádica; se observa una oportunidad de regular la prestación de los servicios profesionales de limpieza, brindando la oportunidad de emplear a personas en situación de vulnerabilidad y ofreciendo un servicio confiable, garantizado y acorde a las necesidades de los clientes.</p>		
Conocimiento o experiencia	4		
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	3		
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos	3		

acceso a información/datos/cifras?, ¿puedo darle alguna solución?)			
Tiempo (posible solución)	5		
Costos (posible solución)	4		
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4		
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5		
TOTAL	28		

ÁRBOL DE PROBLEMAS

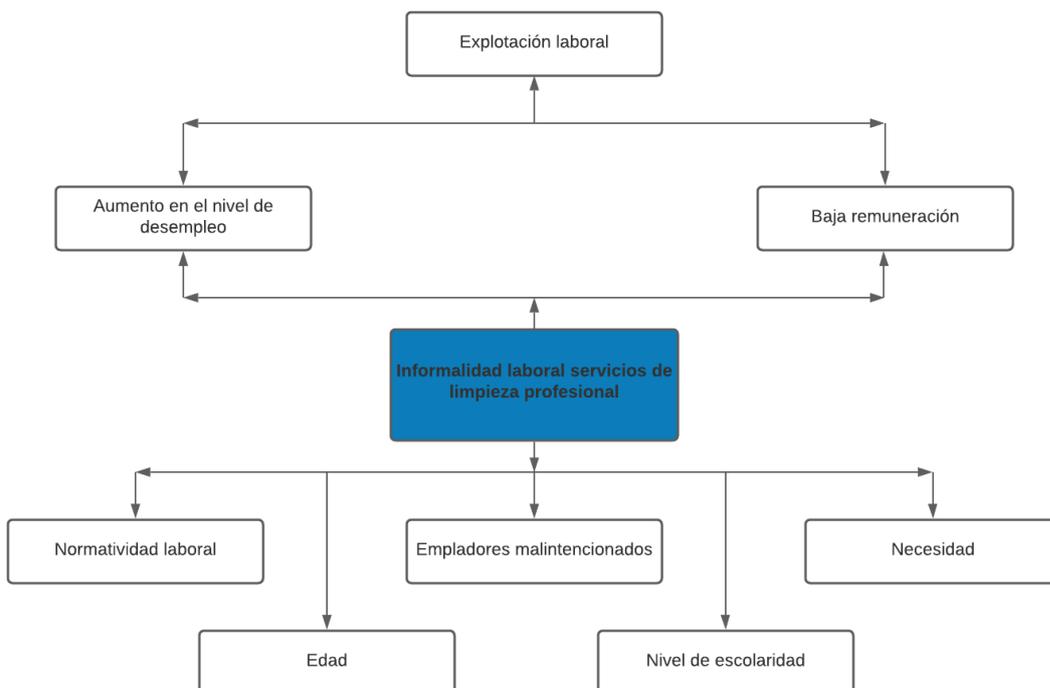
¿Quiénes son los involucrados?

Mujeres cabeza de familia, en situación de vulnerabilidad, que no cuenten con un empleo formal; así como, familias y empresas que requieran de un servicio profesional de limpieza.

* ¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?

Para el caso de las mujeres en situación de vulnerabilidad, se observa que, al prestar sus servicios, por la necesidad que presentan, son explotadas laboralmente y mal remuneradas siendo empleadas de manera esporádica sin que cuenten con un contrato laboral y los beneficios de ley que el mismo conlleva.

En cuanto a las familias y empresas, las condiciones negativas que se identifican es la desconfianza que produce el emplear una persona la cual puede que no cumpla las expectativas de servicio o incluso que pueda tener malas intenciones.





¿Por qué la informalidad laboral en los servicios de limpieza?

Continuando, en el Árbol de Objetivos los problemas en el Árbol de Problemas se convierten en objetivos o soluciones a dichos problemas

- La informalidad se da por motivos tanto de cultura del ser humano como de desempleo en el país. Es por ello que queremos brindar una solución generando empleo con garantías, condiciones dignas, tanto en la retribución económica como en el trato a las mujeres profesionales de la limpieza.
- No solo se les brinda garantías a las colaboradoras, también ofrecemos calidad en el servicio, honestidad y cumplimiento a nuestros clientes.
- La tranquilidad de quien está en el hogar es una persona debidamente y cuidadosamente seleccionada, que cumple con todos los procesos de selección y de más pruebas psicológicas y técnicas para la prestación del servicio.

CONDICIONES NEGATIVAS EN OBJETIVOS (CONDICIONES POSITIVAS)

Explotación laboral: Promover empleo decente, de calidad e igualitario, para las colaboradoras, conviniendo contratos de trabajo acordes a la legislación laboral, en donde se garantice la estabilidad y formalidad del mismo.

Aumento en el nivel de desempleo: Estableciendo alianzas con empresas y convenios con hogares, se buscará posicionar la mayor cantidad de colaboradoras, contribuyendo así a la disminución de los índices de desempleo en el país.

Baja remuneración: Contar con personal con contratos laborales convenidos entre las partes, en donde se brinde una remuneración justa por la prestación de los servicios, garantizando así el mínimo vital y una calidad de vida óptima.

Informalidad laboral en servicios de limpieza profesional: Formalizar laboralmente los servicios de limpieza profesional, promoviendo la vinculación por medio de contratos laborales, de 48 horas de trabajo.

Normatividad laboral: Respetando las leyes laborales, las vinculaciones se efectuarán de acuerdo a las directrices que establece el código sustantivo del trabajo, para así dar tranquilidad y garantías a nuestras colaboradoras.

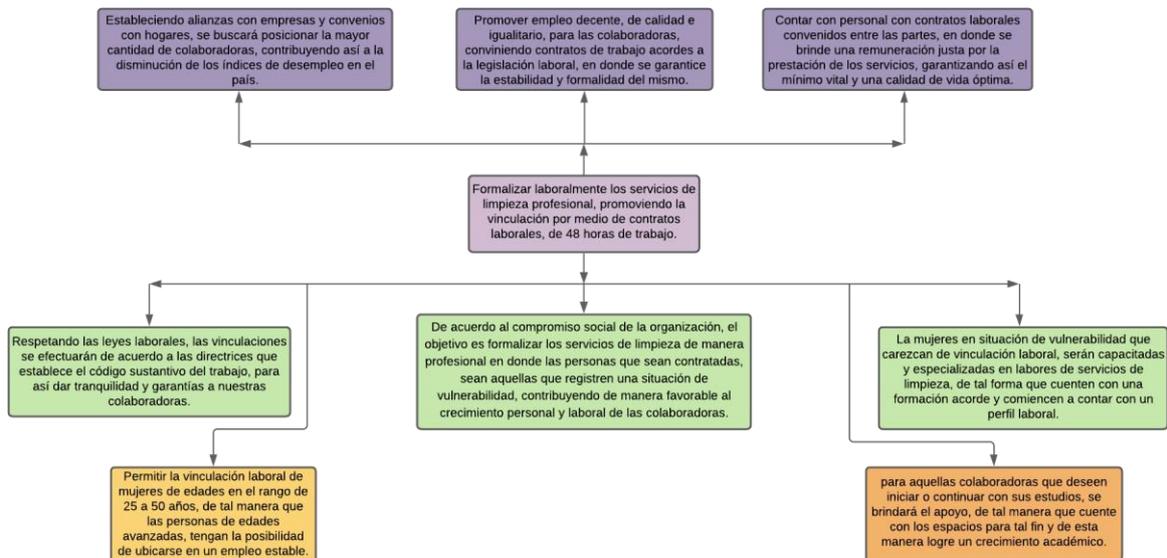
Empleados malintencionados: De acuerdo al compromiso social de la organización, el objetivo es formalizar los servicios de limpieza de manera profesional en donde las personas que sean contratadas, sean aquellas que registren una situación de vulnerabilidad, contribuyendo de manera favorable al crecimiento personal y laboral de las colaboradoras.

Necesidad: La mujer en situación de vulnerabilidad que carezcan de vinculación laboral, serán capacitadas y especializadas en labores de servicios de limpieza, de tal forma que cuenten con una formación acorde y comiencen a contar con un perfil laboral.

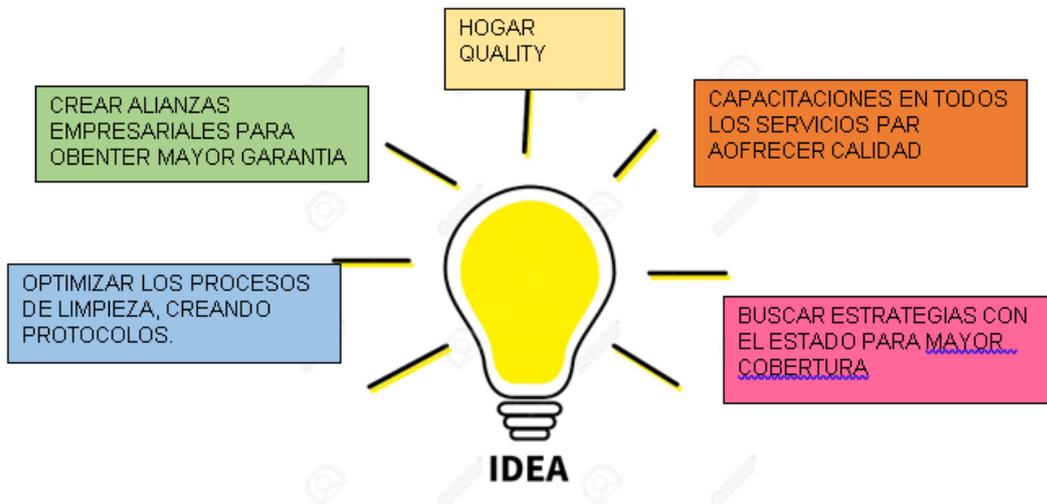
Edad: Permitir la vinculación laboral de mujeres de edades en el rango de 25 a 50 años, de tal manera que las personas de edades avanzadas, tengan la posibilidad de ubicarse en un empleo estable.

Nivel de escolaridad: para aquellas colaboradoras que deseen iniciar o continuar con sus estudios, se brindará el apoyo, de tal manera que cuente con los espacios para tal fin y de esta manera logre un crecimiento académico.

* las relaciones medio-fin.



LLUVIA DE IDEAS



* autoevaluación de la idea de negocio con el siguiente cuadro:

INTERESES /DISPOSICION /AFIRMACION	ESCALA DE VALORACION				
	(F)				(V)
La idea de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer					5
No me incomoda decir a otros que me dedico a esa actividad					5
estoy dispuesto a dedicar tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio					5
Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando				4	
TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:				1	3
	A		B		C
AFIRMACIONES VALORADAS EN 1	0		1		0
AFIRMACIONES VALORADAS EN 2	0		2		0
AFIRMACIONES VALORADAS EN 3	0		3		0
AFIRMACIONES VALORADAS EN 4	1		4		4
AFIRMACIONES VALORADAS EN 5	3		5		15
					19

Podemos decir que nuestra idea de negocio es viable y continuar en óptimo desarrollo.

ESTRUCTURA DE LA IDEA

¿Cuál es el servicio?	Limpieza profesional
¿Quién es la clientela potencial?	Todos los hogares, las oficinas.
¿Cuál es la necesidad?	Una desinfección profesional por temas de contaminación, riesgos de virus, comodidad y orden.
¿Cómo funciona el servicio?	Garantizamos la correcta desinfección a las áreas ya sea hogar o de trabajo por la profesional en limpieza
¿Por qué lo preferirían?	Estamos en una emergencia sanitaria y es cuando más valoramos el hecho de mantenernos saludables y libres de todo tipo de virus. El aseo y desinfección son prioridad en cualquier sitio.

* idea de negocio estructurada"

¿Cómo podemos..



Para que las...

Mujeres de 25 a 50 años, en situación de vulnerabilidad

Mejoren

su calidad de vida, en cuanto a lo académico, personal y laboral y a la vez pertenezcan a la población activa laboral en el país.

¿Qué es Innovación? y Estrategias de Innovación.

- ✓ 4 alternativas a tu idea de negocio inicial, incluyendo las estrategias de innovación presentadas, teniendo en cuenta que una nueva idea puede salir de combinar diferentes estrategias.
- Procesos de Selección por medio de plataformas y tecnología.
- Capacitaciones empresariales según el cargo.
- innovación en maquinaria industrial para la limpieza.
- Empoderamiento a mujeres vulnerables.

- ✓ Otras empresas brindan soluciones al mismo problema que quieres resolver o están haciendo productos/ servicios similares (competencia).

CASALIMPIA SAS	Brindar a nuestros clientes soluciones integrales en la prestación de servicios empresariales de aseo y cafetería, servicios especializados, mantenimiento técnico locativo, administración de activos, pymes y hogares, con altos estándares de calidad y oportunidad, cumpliendo rigurosamente nuestra promesa.
SODEXO	Mejorar la Calidad de Vida no es tan solo un sueño. Para Sodexo es una misión, las Organizaciones sean más eficientes y productivas. Y, como líderes mundiales en más de 100 servicios, creemos que la Calidad de Vida se crea al integrar nuestros servicios de alimentación, gestión de instalaciones, ventajas para empleados y otros... Pero vamos aún más lejos. Nuestra guía y el núcleo de nuestra misión es llevar a cabo negocios de forma adecuada. Y nuestra ambición es influir de forma positiva en un millón de consumidores de todo el mundo.
HOME & CARE	Somos una empresa de aseo con enfoque social que busca oficializar el servicio doméstico, cuidar el medio ambiente y prestar servicios de limpieza de la más alta calidad en tu hogar o empresa.
ASEOYA!	¡Aseo Ya! Es una empresa especializada en soluciones de limpieza en propiedad horizontal, empresas y hogares. Hacemos parte de una nueva generación apasionada por el bienestar integral de las personas, la tecnología y la innovación, siendo pioneros en la modernización y humanización del servicio.
FULLER	Por más de 50 años, hemos liderado los avances tecnológicos y científicos en limpieza profunda y minimización del riesgo biológico. Diseñamos un servicio personalizado que se ajusta a las necesidades de cada industria.



- ✓ Conclusión de nuestras estrategias, que en realidad se ha venido trabajando y llevado de la mano.
- Procesos de Selección por medio de plataformas y tecnología.
- Capacitaciones empresariales según el cargo.
- Innovación en maquinaria industrial para la limpieza.
- Empoderamiento a mujeres vulnerables.

Con nuestros procesos es para el aprovechamiento de los canales en su plenitud es darle ese valor agregado del compromiso y calidad humana en su gestión. Como se evidencia en la capacitación, en los lugares de desarrollo, en el tiempo dedicado a cada una de las tareas.

Porque hemos comprobado que el hecho de combinar es potencializar el recurso de la estrategia.

- ✓ Descripción de la idea más prometedora e innovadora.

Es muy bien conocido que el conocimiento te hace verdaderos sabios, partiendo de este concepto, hemos evidenciado que tenemos un gran potencial en nuestro personal, que se identifica por comprender la importancia del aseo, si para nuestros clientes es de agrado la limpieza de su oficina, hogar, casa y demás espacios; para nosotros es una prioridad generar esa tranquilidad de tus sitios de confort.

Hemos evidenciado el mal manejo al aseo y la pulcritud de nuestro entorno por el tema del Covid-19 puesto que la mayoría de las personas no saben que es sanitizar correctamente los espacios, para evitar la contaminación y propagación del mismo.

Fuerzas de la industria

A) Contextualización de la empresa:

Nombre De La Empresa: HOGAR QUALITY

Actividad Económica: Servicios.

Tamaño: 10 Colaboradores.

Lugar de ubicación: Bogotá D.C.



B) Análisis de la demanda:

¿Cómo es la personalidad de mis usuarios?

Son personas exitosas en sus campos laborales y muy ocupadas, cuya imagen resalta y les encanta mantener el orden y la limpieza, tanto en su faceta como en su entorno.

¿Cómo se comportan?

El comportamiento varía en ocasiones según los estratos sociales, algunos son amables y sociales y otros son altaneros. Tiene una vida llena de compromisos y la mayor parte del tiempo no permanecen en sus hogares. Para las empresas es importante un lugar agradable de trabajo.

¿Cuáles son sus creencias?

Como pilar principal, consideran que el orden es la base de todo buen proceso, comparten en familia, su día a día lo distribuyen en otras actividades menos en el aseo.

¿Cuál es el tamaño del mercado?

La participación en el mercado que podría tener la compañía, sería del 50%, teniendo en cuenta la media de participación de las empresas que ofrecen servicios similares.

¿Habrá espacio para mi idea de negocio?

Teniendo en cuenta la situación generada por la pandemia del covid 19, las empresas que gestionen sus procesos de manera presencial, deben contar con medidas de bioseguridad y limpieza, las cuales Hogar Quality puede garantizar; así mismo los hogares colombianos que requieran de limpieza profesional.

C) Análisis de la oferta:

¿Quién más está haciendo lo mismo que usted está intentando hacer?

Summar Procesos, Casalimpia, Elite, Easyclean G&E, Cleaner, Grupo Empresarial Seiso, Ladoinasa, Serviaseo, Uno-A Aseo Integrado, Brillaseo, J M Martínez, Eminser, Induaseo, Conserjes Inmobiliarios, Elis Colombia, sodexo, Home & care, Aseoya!, Fuller, Aseraseo, Bioservicios, Universal de Limpieza, Lavanser, Servimax Servicios.

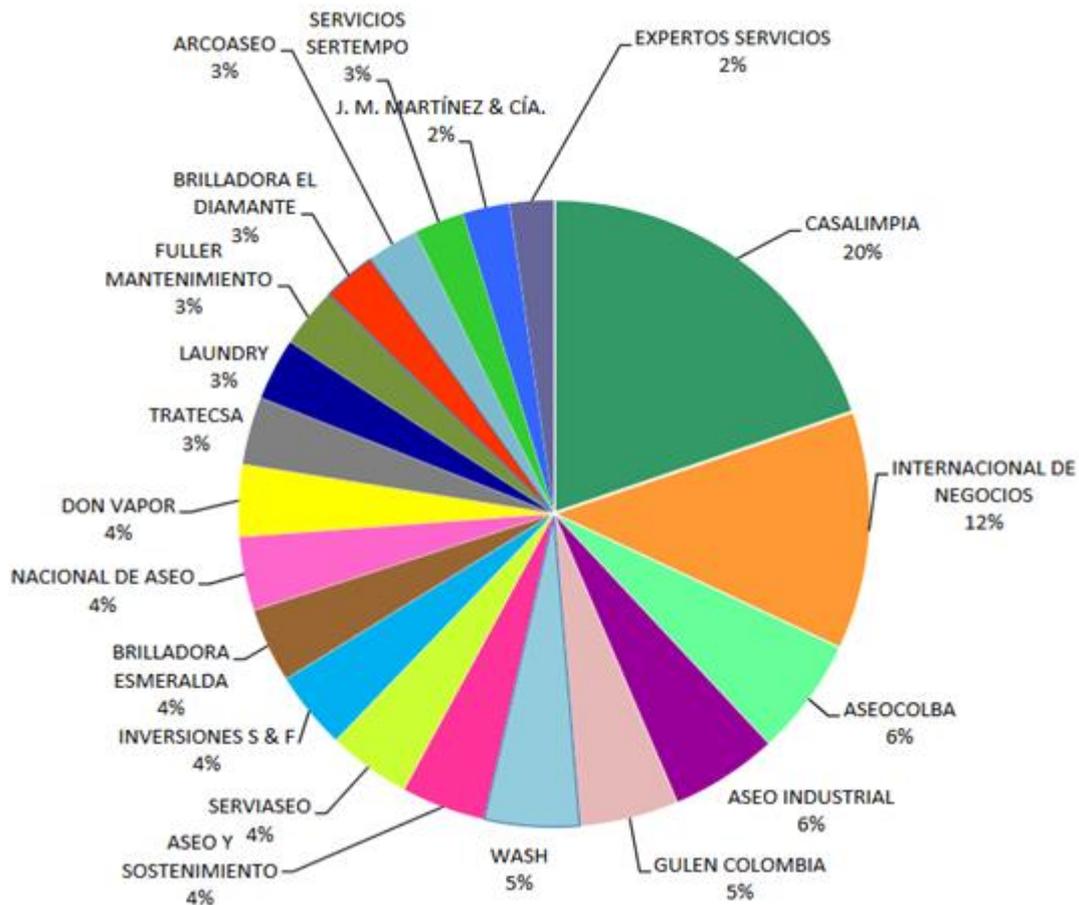
¿Cuántas empresas existen?

En la ciudad de Bogotá, existen aproximadamente 41 empresas que prestan servicios de limpieza en hogares y empresas.

¿Cuáles son sus estrategias?

Sus estrategias son la prestación de servicios de limpieza en hogares y empresas, mediante la contratación de los servicios por paquetes de días o meses.

¿A qué porcentaje del mercado llega cada uno?



Fuente: DANE



¿Cuáles son sus puntos fuertes y sus puntos débiles?

Su fortaleza radica en que son empresas consolidadas en el mercado, por lo cual ya son conocidas y sus clientes las recomiendan de voz a voz.

Su debilidad podría presentarse en los procesos de limpieza ya que estos son muy antiguos y los insumos que utilizan son químicos muy fuertes, lo que puede traer complicaciones para los colaboradores y las personas que transiten por los espacios intervenidos.

¿Qué puede aprender de la manera en que hacen negocios, de sus enfoques en cuanto a precios, publicidad y marketing general?

De las empresas enunciadas se puede tomar como enseñanza, el método como canalizan los valores de los servicios, teniendo en cuenta el servicio profesional que se requiera y el tiempo que se necesite el servicio.

De igual forma, estamos en la era digital, por lo que un excelente canal de publicidad, son las redes sociales y de igual manera, la implementación de una página web es de gran importancia.

¿Cómo espera competir?

Estableciendo de manera legal la empresa, cuyo propósito está encaminado a prestar un servicio de calidad, garantizando la satisfacción de nuestros clientes y protegiendo a nuestros colaboradores.

¿Cómo espera hacerlo mejor?

Por medio de capacitación al capital humano, sobre los servicios a efectuar, esto con el fin de brindar un verdadero servicio especializado. Así mismo, utilizando productos más amigables con el medio ambiente.

¿Qué competencia indirecta afrontará, y que bienes sustitutos existen en el mercado?

Una posible competencia indirecta, podría ser la prestación de servicios de manera informal, por parte de personas sin un empleo fijo.

¿Cuáles son las barreras de acceso?

Las posibles barreras de acceso a la ejecución de la idea de negocio, podría ser las normativas actuales, la propia competencia y el mercado.

¿Cómo se mantendrá al día en la tecnología y las tendencias cambiantes que pudieran afectar a su negocio en el futuro?

Estamos en un momento en donde la tecnología de punta, es un factor importante en todas las compañías, por ello, si las tendencias avanzan, no nos podemos detener, para el caso del servicio de limpieza y aseo, se procurará estar actualizados los más que se pueda en cuanto a las herramientas tecnológicas (maquinaria y equipos).

¿Existen amenazas de nuevos bienes entrantes en el sector?

Como amenaza, se podría considerar la entrada de una nueva empresa que sea competencia directa, esto teniendo en cuenta que, al ser un servicio, no se observa un sustituto.

VALORES DE LA COMPETENCIA

EMPRESA	VALOR 4 HORAS	VALOR 8 HORAS	SERVICIOS	UBICACIÓN
CASALIMPIA	\$ 63,500	\$ 89,900	ASEO Y CAFETERIA	NACIONAL
Hogaru	\$ 64,700	\$ 90,900	ASEO HOGAR	BOGOTA
ASEO INDUSTRIAL	SOLO POR MESUALIDAD		CONJUNTOS	BOGOTA
LADOINSA	SOLO POR MESUALIDAD		CONJUNTOS	BOGOTA

D) Análisis de la comercialización y de los proveedores:

Para el desarrollo del servicio de limpieza profesional, se requiere de proveedores de utensilios de aseo; así como maquinaria para tal fin.

De igual forma, proveedores de dotación para los colaboradores y papelería para la sede administrativa.

Bondades del servicio:

- 1) Agilizamos la carga administrativa en diferentes compañías.
- 2) Garantizamos en los hogares tranquilidad, orden, y eficiencia.



- 3) Desarrollamos planes de aseo, limpieza y mantenimiento a la medida de las necesidades de nuestros clientes.
- 4) Así mismo esperamos poder seguir contribuyendo socialmente al país garantizando condiciones de empleo dignas.
- 5) Excelente imagen y presentación personal
- 6) Tecnología
- 7) Maquinaria
- 8) Capacitaciones empresariales sobre medio ambiente y reciclaje

2. Buyer Persona:

<u>TIPO DE CLIENTE</u>	<u>MIEDOS, FRUSTRACIONES.</u>	<u>DESEOS ANHELOS, SUEÑOS</u>
HOGARES	INSEGURIDAD. MALA CALIDAD DEL SERVICIO. DAÑOS. ROTACIÓN DE LAS EMPLEADAS.	CONFIANZA HONESTIDAD EFICIENCIA PERSONAL IDÓNEO Y CAPACITADO.



HogarQuality

Profesionales en limpieza

<p><u>DEMOGRÁFICOS</u> <u>GEOGRÁFICOS</u></p> <p>UBICADOS INICIALMENTE EN BOGOTÁ</p> <p>EDAD ENTRE 25 Y 60 AÑOS</p> <p>PROFESIONALES QUE TRABAJEN Y ESTUDIEN</p> <p>CON Y SIN HIJOS</p> <p>ESTRATO 4 EN ADELANTE</p>	<p><u>NECESIDADES</u></p> <p>POR FALTA DE TIEMPO DE REQUIEREN COLABORACIÓN EN LAS LABORES DEL HOGAR</p> <p>CUIDADO DE SUS HIJOS</p> <p>DESCANSAR EL FIN DE SEMANA</p>	<p><u>COMO LOGRAN LAS METAS, BARRERAS EN EL CAMINO</u></p> <p>TIENEN ORGANIZADO SU TIEMPO,</p> <p>SE PROPONEN METAS A CORTO Y MEDIANO PLAZO</p> <p>MANTIENEN UNA VIDA MUY OCUPADA</p>
<p><u>FRASES QUE MEJOR DESCRIBEN SUS EXPERIENCIAS</u></p>	<p>CALIDAD</p> <p>HONESTIDAD</p>	
<p><u>EXISTEN OTROS FACTORES PARA TENER EN CUENTA</u></p>	<p>PRECIOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	

3. Describa lo siguiente:

a. En donde encuentra personas similares a su cliente ideal?

Podemos observar que nuestros clientes ideales son empleados de tiempo completo, empresarios (as), y adicional a ello tiene otras actividades.

b. ¿Qué valores destacan a su cliente ideal?.



1. Trabajo
2. Valoran y respetan al personal del aseo
3. Son profesionales
4. Reconocen la importancia de un lugar limpio y ordenado
5. Son conscientes y reconocen que el valor económico es digno.

c. ¿Qué encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?.

Se encuentra un ambiente laboral (empresa) o personal (hogar) muy propio, el cual requiere de un cuidado con sentido de pertenencia.

d. ¿Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?.

Mantener un hogar limpio y ordenado es una prioridad para muchos, es por ello que HOGAR QUALITY nace para brindar a nuestros clientes eficiencia y calidad, orden, brillo y armonía en sus hogares.

1. Tome nota de los otros actores del mercado que ofrecen cosas similares a su producto.

Nuestra competencia ofrece similares servicios, la diferencia con HOGAR QUALITY es que por medio de nuevos procesos y con la maquinaria adecuada logramos desarrollar con mayor agilidad un servicio de calidad.

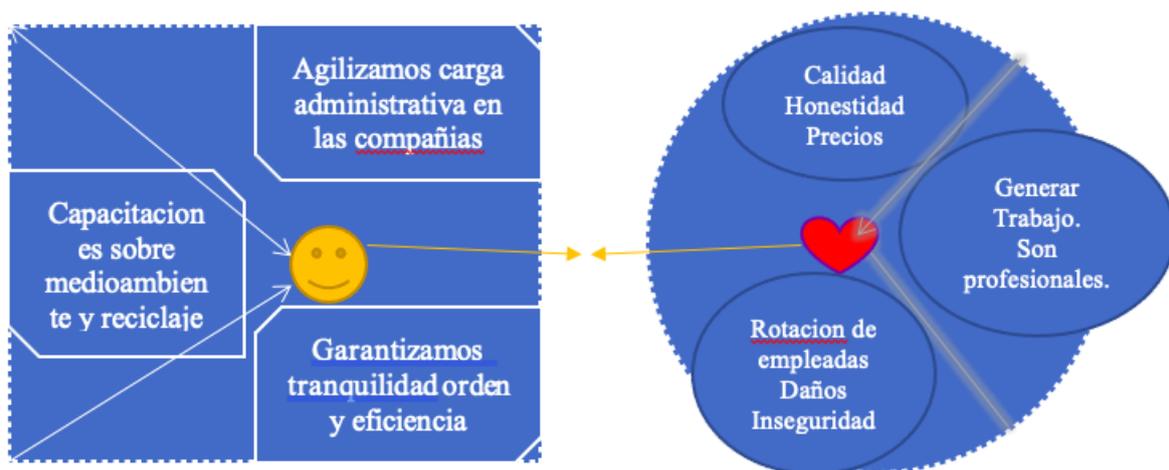
2. Cuál es la población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto o productos similares al suyo.

En Colombia más del 60% de la población trabaja, generan ingresos, no tiempo y requiere ayuda al menos 1 día a la semana, por otro lado en toda oficina requiere un servicio de cafetería y limpieza. Un lugar de trabajo ordenado genera mayor productividad y ambientes agradables, lo mismo sucede en el hogar, en nuestro lugar de descanso siempre queremos ver las cosas en su orden, tranquilo.

3. Cuantas personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al suyo.

Más del 6.5% de la población Colombia requiere los servicio de Limpieza. (Fuente DANE).

Mapa de valor para tu idea de negocio



Declaración de la propuesta de valor

Empodera a las mujeres que pertenecen a esa población vulnerable, dale la oportunidad de crecimiento a aquellas empresas que con los pequeños cambios de valor compartido con nuestra forma de darle valor a las tareas, estamos diseñando una estrategia diferente y con sentido humano.

Definición estratégica

Decreto 2981 del 20 de diciembre de 2013, Por el cual se reglamenta la prestación del servicio público de aseo.

Norma de Gestión Ambiental NTC ISO 14001

Ley 142 de 1994, por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios.

Decreto único reglamentario 1077 de 2015 nivel nacional

Diseño de concepto

Materiales	Maquinaria
<ul style="list-style-type: none"> · Escobas · Recogedor · Traperos · Jabón líquido · Desengrasante · Guantes de domésticos · Clorox · Desinfectante · Cera · Sellante · Escoba de suelo de madera 	<ul style="list-style-type: none"> · Hidrolavadora · Brilladora industrial · Desinfectante · Cera · Sellante · Tapabocas · Ambientador · Bayetillas · Balde exprimidor · Balde · Carro transportador de utensilios · Limpiavidrios · Jalador limpiavidrios

- Desarrolle la ficha técnica del producto o servicio.

FICHA TÉCNICA	
DENOMINACIÓN DEL SERVICIO	La prestación del servicio profesional de limpieza y con altos estándares de calidad y técnica.
DENOMINACIÓN TÉCNICA DEL SERVICIO	Integra la limpieza eficaz del área o sitio en el cual se pacte hacer la actividad de limpieza profesional, es decir usamos todos nuestros recursos para hacer efectiva nuestra misión de pulcritud.
UNIDAD DE MEDIDA	PERSONAL: Nuestro grupo femenino es estrictamente capacitado y orientado a generar la mayor satisfacción al cliente por su ética en el desarrollo de las tareas de aseo.
	EQUIPOS: Estamos en equipos como la: Hidrolavadora y la brilladora industrial. Con las funciones principales de herramientas como la: Escoba, traperos, baldes, guantes, trapos. Las medidas personales de bioseguridad.
DESCRIPCIÓN GENERAL	Prestación del servicio integra toda la actividad de jornada de aseo y de desinfección, por lo cual incluimos todo tipo de técnicas y estrategias con los insumos correspondientes para efectuar nuestra misión, y de esta forma satisfacer la necesidad.

- Grafique y describa la cadena de distribución.



A) La capacitación es nuestro lema, el capacitarse es ahondar en el conocimiento del tema a desarrollar de una técnica y aplicación de las mismas.



B) El compromiso del cuidado para un aseo profesional es primordial para nuestras colaboradoras, ya que son nuestro músculo para continuar con nuestras metas. Es por lo cual siempre cumplimos los protocolos de bioseguridad.



Los elementos para asegurarnos de cumplir a cabalidad son vitales ya que sin estos insumos no se garantiza la pulcritud de nuestro.



Validación y verificación:

- Ya satisfacción del cliente.
- Coste de adquisición de clientes.
- Indicadores estratégicos.
- Retención de clientes.
- Volumen de quejas.
- Tiempo de atención.
- Aumentar rentabilidad.
- Evaluar indicadores.
- Establecer presupuestos.
- Tiempos promedios de efectuar el servicio con calidad.

Producción:

- Costos fijos.
- Rotación de personal.
- Productividad.
- Personal especializado.
- Procesos tecnológicos.
- Variación de mercado.



CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO:

- Personal idóneo.
- Presentación personal de nuestras profesionales
- Calidad en los servicios de limpieza
- Protocolos y modelos de limpieza
- Capacitaciones en insumos y procesos de limpieza
- Capacitaciones de bioseguridad
- Implementación del SSTG
- Aseo con maquinaria especializada.
- Cumplimientos de pagos (prestaciones de ley).



CARACTERÍSTICAS DEL PROTOTIPO

- Encuesta virtual (formulario)
- El voz a voz

INTERACCIÓN CLIENTE CON EL PROTOTIPO

Realizamos una encuesta para determinar cuántas personas requieren el servicio de Limpieza ya sea para sus hogares y/o empresas. Podemos observar que más del 60% de los encuestados, si solicitan el servicio al menos una vez a cada 15 días para sus hogares y en cuanto a las empresas prefieren una empleada al menos 4 horas diarias toda la semana. La mayoría tienen jornadas laborales extensas y reconocen que no les pagan prestaciones, eps, arl.

(Anexo Información)

<https://forms.gle/eeVLneapNWdF5BDJ8>

Encuesta.

Formulario sin título
HOGAR QUALITY
*Obligatorio

NOMBRE *
Tu respuesta

EDAD *
Tu respuesta

SEXO *
Elige

OCUPACION *
Tu respuesta

<https://hogarquality.com/> página web

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CON CLIENTES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<p>nuestros socios claves son las empresas productoras de elementos de aseo, los cuales mediante alianzas, nos servirán como proveedores y la vez nos permitirán contar con productos de excelente calidad, para desarrollar nuestros procesos garantizando 100% la calidad de la gestión.</p>	<p>Al ser nuestro valor agregado un servicio especializado y de calidad, las actividades clave de hogar quality es la capacitación que se le brinda a nuestros colaboradores, de tal forma que los mismo fortalezcan sus habilidades laborales y puedan implementarlas en sus gestiones.</p>	<p>nuestra propuesta de valor, esta presente que el servicio prestado por hogar quality es 100% especializado, efectuado por personal capacitado, que generará que el servicio prestado sea realizado de manera más óptima, mejorando el rendimiento de los procesos efectuados.</p>	<p>La relación con nuestros clientes, se fundamenta en en la fidelización, endonde se busca que una vez nuestros clientes nos den la confianza de prestar nuestros servicios para ellos, se sientan tan satisfechos que continúen requiriendo de los mismos y de manera reciproca, se otorgaran beneficios en los contratos de servicios.</p>	<p>dentro del segmento de mercado, se encuentran las empresas que requieren de servicios de limpieza profesional en sus oficinas y puntos de ventas, centros comerciales, hospitales, conjuntos residenciales, bancos; así mismo, los hogares de familia.</p>
	<p>RECURSOS CLAVE</p> <p>Para que se pueda ejecutar a conformidad la función de nuestra empresa, se requiere de recursos físicos tales como las sedes administrativas, donde se atenderán nuestros clientes, maquinaria la cual será vital para el servicio de limpieza; así mismo recursos humanos, los cuales se encargan de efectuar las actividades administrativas y operativas y recursos económicos, con los cuales se pueda mantener en marcha la compañía.</p>		<p>CANALES</p> <p>Los canales mediante los cuales la empresa se da a conocer y tiene contacto directo con los clientes, son redes sociales, página web.</p>	
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>la estructura de costos que maneja la empresa, tiene en cuenta las disposición horaria requerida por nuestros clientes, en donde se manejan servicios por horas (4 y 8 horas), días o mensualidades.</p>			<p>FUENTES DE INGRESO</p> <p>las fuentes de ingreso de hogar quality, serán por pagos puntuales de nuestros clientes, los cuales, una vez contratado el servicio, se efectuará el pago de acuerdo a la tarifa del mismo.</p>	

Realice el test del prototipo del producto o servicio desarrollado:

- **Según qué miden**
(dimensiones del desempeño):
 - Eficacia
 - Calidad
 - Eficiencia
 - Economía
- **Según etapa del proceso productivo:**
 - Insumos
 - Procesos
 - Productos
(bienes y servicios)
 - Resultados (intermedios y finales)

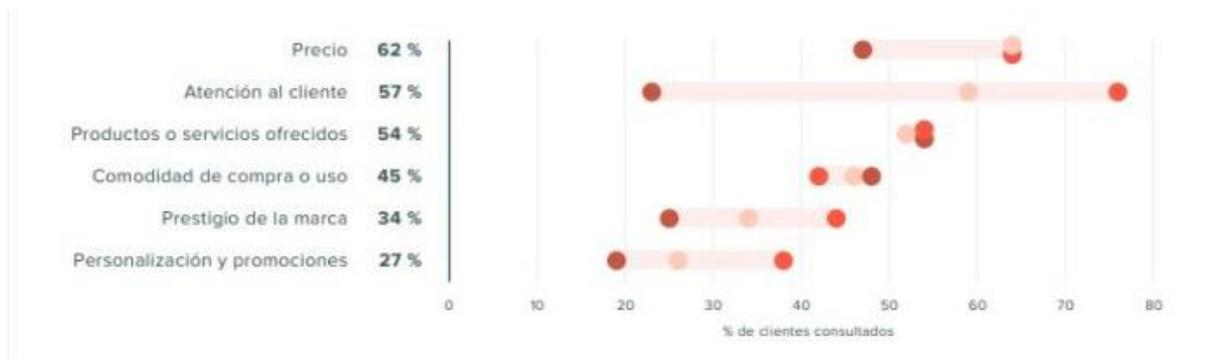
1. Objetivo de la investigación:



4. Determine tamaño de la muestra:

Los resultados del informe muestran que los clientes prefieren que las empresas tengan sus datos a mano si esto se traduce en mejores experiencias; más del 75% de los clientes quiere experimentar la personalización a la que se puede llegar con mejores insights. Ser capaz de gestionar e interpretar los datos es crucial para entender a los clientes e identificar proactivamente las oportunidades para darles un mejor servicio.

ATRIBUTOS CON RESPECTO AL SERVICIO



Realizar la tabulación y Análisis de la información; Las gráficas permiten visualizar los datos procesados brindando facilidad para su interpretación.

Recuerda realizar el gráfico de los resultados encontrados en el test o entrevista que realizaste y desarrollar el análisis de cada uno.

Tabulación y el análisis de la información

Deben realizar la respectiva tabulación, incluir gráfico y análisis por cada pregunta.

Es importante tener en cuenta lo siguiente:

Cada tabla, imagen y figura debe tener el título de la pregunta, fuente (elaboración propia) y análisis detallado que les permita evidenciar el propósito de la investigación.



HogarQuality

Profesionales en limpieza