

Proyecto de emprendimiento social CerCon

Alvarado, Miguel Ángel

Jején, Jorge Andrés

Jerez, Luisa Fernanda

Mora, Sandra Patricia

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios -ECACEN

Programa de Tecnología en Gestión Comercial y de Negocios

Bogotá

Noviembre 2021

Página de aceptación

Alain De Lahoz

Director Trabajo de Grado

Jurado

Jurado

Resumen

Muchos hogares en la actualidad, trabajan tanto padre como madre, ellos no cuentan con el tiempo, la disposición de atender las tareas del hogar y adicionalmente existe una percepción de inseguridad que no permite confiarle a cualquier persona el ingreso a los hogares para atender estas labores domésticas. Es por esto que presentamos CerCon, un proyecto de emprendimiento que busca poder ayudar a madres cabeza de hogar dedicadas a realizar labores domésticas en casas de familia por días, que no cuentan con un ingreso justo y condiciones laborales dignas, que les permitan tener una mejor calidad de vida para ellas y sus familias.

Esta propuesta de emprendimiento permite ofrecer un servicio de calidad en aseo a hogares de estratos entre el 4 y 6, en la ciudad de Bogotá, contando con el apoyo y capacitación de la empresa para desempeñar un servicio de excelente calidad y con el beneficio de que la empresa incluye los productos de aseo amigables con el medio ambiente, necesarios para atender el servicio en el hogar.

Este modelo de emprendimiento social busca priorizar a las mujeres madres cabezas de hogar que son profesionales en una labor tan indiferentes para muchos, pero tan necesaria en los hogares. Es por esta razón que se identifica un potencial de clientes que necesitan encontrar un servicio de calidad, confianza y lo mejor que se incluyen los insumos necesarios para atender todos los requerimientos de los clientes.

Palabras claves: Emprendimiento social, innovación social, emprendimiento, sostenibilidad.

Abstract

Many households today, both father and mother work, they do not have the time, the willingness to attend to household tasks and additionally there is a perception of insecurity that does not allow anyone to entrust the income to the homes to attend to these tasks domestic. That is why we present CerCon, an entrepreneurial project that seeks to help mothers who are heads of households dedicated to doing domestic work in family homes for days, who do not have a fair income and decent working conditions, which allow them to have a better quality of life for them and their families.

This entrepreneurial proposal allows us to offer a quality service in cleaning to homes of strata between 4 and 6, in the city of Bogotá, counting on the support and training of the company to perform an excellent quality service and with the benefit that The company includes the environmentally friendly cleaning products necessary to serve the service at home.

This model of social entrepreneurship seeks to prioritize women heads of households who are professionals in a job so indifferent to many, but so necessary in the home. It is for this reason that a potential customer is identified who need to find a quality service, trust and the best that includes the necessary inputs to meet all customer requirements.

Keywords: Social entrepreneurship, social innovation, entrepreneurship, sustainability.

Tabla de contenido

Introducción	11
Problema	12
Descripción del Problema.....	12
Planteamiento del Problema.....	12
Justificación	14
Objetivo General	15
Objetivos Específicos	15
Presentación de la propuesta de emprendimiento social.....	16
Sustentación de la Selección	23
Proyecto: Empresa CERCON plataforma digital	25
Población afectada.....	27
Oportunidades para la Formulación de un Proyecto de Emprendimiento Social	30
Proyecto de emprendimiento social para la problemática seleccionada	32
Descripción de la Problemática	33
Nombre del proyecto:.....	33
Propuesta valor	33
Factor innovador	34
Impacto social	35
Pertinencia.....	36
Mercado objetivo:	37
Financiamiento:	39
Análisis del plan de financiamiento.....	40
Factor Productivo	41
Capacidad empresarial	41
Recursos tecnológicos	42
Modelo de negocio mediante la metodología Desing Thinking	43
Empatizar	43
Definir	55

Definición del Problema desde la perspectiva del mercado objetivo.....	55
Definición del Problema desde el enfoque Social.....	56
Idear.....	57
Prototipado	58
Testear	60
Storyboard De La Página Web Estudio De La Etapa Prototipado	61
Estrategias de mercadeo.....	62
Atributos De Marca.....	62
Beneficios Del Producto.....	62
Grupo objetivo del proyecto.....	63
Segmentación	64
La competencia	65
Aliados claves para CerCon	66
Estratégicas de mercadeo	67
Estrategia de comunicación.....	67
Estrategia de Posicionamiento.	67
Estrategia de Diferenciación	68
Estrategias y acción a desarrollar	68
Proyección operativa y financiera.....	70
Recursos operativos.....	70
El tamaño del Proyecto:.....	70
Disponibilidad de insumos	72
Descripción técnica del servicio.....	72
Descripción de instalaciones	75
Distribución de la planta	76
Descripción de los cargos.....	77
Organigrama de la empresa CerCon	79
Descripción de equipos de oficina.....	82
Procesos preoperativos	83
localización del proyecto.....	87
Proyecciones de ventas.....	88

Precio de venta	90
Proyección de ventas	93
Capital de trabajo	95
Inversiones	97
Conclusiones	99
Referencias Bibliográficas	102

Índice de tablas

Tabla 1.Presentación de la propuesta de emprendimiento social	16
Tabla 2.Mercado objetivo	37
Tabla 3.Análisis del plan de financiamiento	40
Tabla 4.Análisis de la Segmentación	64
Tabla 5.Estrategias y acción a desarrollar	68
Tabla 6.Capacidad instalada	71
Tabla 7.Disponibilidad de insumos:	72
Tabla 8.Descripción de Servicios	74
Tabla 9.Descripción de maquinaria para las instalaciones	75
Tabla 10.Proyecciones de salario del personal de la empresa	80
Tabla 11.Proyecciones de salario del personal de la empresa con deducciones	80
Tabla 12.Proyecciones de salario del personal de empresa con Apropiaciones de nomina	81
Tabla 13.Descripción de maquinaria para operar	82
Tabla 14.Procesos preoperativos	86
Tabla 15.Evaluación demanda	88
Tabla 16.Proyecciones de ventas	88
Tabla 17Costos Fijos mensuales	90
Tabla 18.Costos Variables mensuales	90
Tabla 19.Valor servicios ofrecidos mes	91
Tabla 20.Costos Promedio unitario	91
Tabla 21Promedio Valor servicio	92
Tabla 22.Punto de Equilibrio	92
Tabla 23.Proyección de ventas	93
Tabla 24.Proyección de ventas Año 1 expresado en miles.	93
Tabla 25.Proyección de ventas Año 2 expresado en miles.	94
Tabla 26.Proyección de ventas Año 3 expresado en miles.	94
Tabla 27.Capital de trabajo	95
Tabla 28.Saldos acumulados expresado en miles.	96
Tabla 29.Inversión y capital de trabajo.	98

Índice de imágenes

Ilustración 1 empoderamiento de la mujer	26
Ilustración 2 incidencia de la pobreza monetaria	28
Ilustración 3 dimensiones clave para la innovación social	35
Ilustración 4 grafico pregunta 1.	44
Ilustración 5 grafico pregunta 2	45
Ilustración 6 grafico pregunta 3	45
Ilustración 7 Grafico pregunta 4	46
Ilustración 8 grafico pregunta 5	47
Ilustración 9 grafico pregunta 6	47
Ilustración 10 grafico pregunta 7	48
Ilustración 11 grafico pregunta 7	49
Ilustración 12 grafico pregunta 8	49
Ilustración 13 grafico pregunta 9	50
Ilustración 14 grafico pregunta 10	50
Ilustración 15 grafico pregunta 11	51
Ilustración 16 grafico pregunta 12	52
Ilustración 17 Grafico pregunta 13	53
Ilustración 18 Grafico pregunta 14	53
Ilustración 19 Causa efecto a la hora de contratar servicios	55
Ilustración 20 causa efecto condiciones laborales	56
Ilustración 21 dentro	57
Ilustración 22 fuera	58

	10
Ilustración 23 bosquejo página web	59
Ilustración 24 bosquejo 2 página web	59
Ilustración 25 Storyboard testear	60
Ilustración 26 Storyboard página web	61
Ilustración 27 Planos y Planta de la empresa	76
Ilustración 28 Planos y Planta de la empresa	76
Ilustración 29 Organigrama CerCon	79

Introducción

En el presente trabajo se busca proporcionar un método para desarrollar un proyecto de emprendimiento social que tiene como finalidad el trabajo formal y crecimiento económico de las familias madres cabeza de hogar. En primer lugar, se identificó una problemática social en la ciudad de Bogotá y se dio paso a realizar un análisis profundo sobre la descripción de la problemática, la población afectada, las oportunidades para la formulación y ejecución de este y por último se identifican las conclusiones de esta investigación.

Al desarrollar un planteamiento de emprendimiento social, se podrá definir las problemáticas de la sociedad y como desde una propuesta de solución se pueda generar un proyecto de emprendimiento que permita generar una oportunidad laboral para muchas personas y ayudar a mitigar una realidad social en la ciudad de Bogotá.

En cada fase de desarrollo de este diplomado se pudo aplicar conceptos vistos a lo largo del programa de tecnología en gestión comercial y de negocios, que fueron claves para desarrollar de manera eficaz una propuesta de emprendimiento capaz de generar una solución, con una viabilidad de acción, haciendo que pueda ser posible el proyecto.

Problema

En Colombia existe un problema de formalización de un trabajo tan relegado para muchos como lo es el servicio doméstico y más aún cuando solo se requiere por algunos días del mes, en la gran mayoría de hogares. Muchas mujeres madres cabezas de hogar no tiene las posibilidades de tener un trabajo estable y formal debido a que no cuentan el apoyo de empresas que les den oportunidades para poder desempeñar una labor por horas y poder atender sus hogares.

Descripción del problema

Para las madres cabeza de hogar las cuales responden económicamente por sus hijos, lograr tener ingresos formales, con prestaciones sociales y salario digno que permita que sus familias estén amparadas, es bastante complicado y más aun cuando no tienen una formación académica debido a su condición social y las pocas oportunidades de crecimiento académico que existe en este país.

Planteamiento del problema

En esta presentación de proyecto se implementa la descripción del problema u oportunidad con los siguientes ítems: necesidad u oportunidad identificada con su respectiva sustentación con cifras o datos, el factor innovador, la pertinencia, el factor productivo y la población beneficiada (mercado potencial).

Para generar una propuesta de valor es importante tener en cuenta las diferentes herramientas que permiten dar mayor valor en diferentes sentidos a la propuesta generada, por tal razón, se trabajara en el marco de la herramienta del desing thinking, método que se ha creado para

generar ideas innovadoras buscando centrar la eficacia de método en comprender a los usuarios y brindar la mejor solución a las necesidades presentadas por los mismos. (DESINGTHINKING.ES, SF)

Justificación

La intención por la cual se elabora esta propuesta de emprendimiento social, es con el fin de demostrar que se puedan dar una solución para afrontar una crisis económica que presenta el país; debido a que en Colombia hay un gran número de mujeres cabeza de familia desventajas laborales, de modo que este trabajo da inicio a la investigación, descripción y oportunidades de solución frente a una realidad que se presenta en muchos hogares colombianos y que partiendo de este punto promueve el inicio del desarrollo de un emprendimiento social que puede ayudar a muchas mujeres que necesitan mejorar su calidad de vida, un mayor crecimiento económico y formación profesional.

Por tal razón es importante hacer una consolidación de ideas y propuestas favorables para nuestro proyecto de emprendimiento social el cual se denomina: “CerCon” una empresa que ofrece servicios de aseo hogar de alta calidad en Ciudad de Bogotá. El plan de mercadeo de esta propuesta se divide en varios puntos los cuales nos ayudan a comprender y profundizar sobre esta herramienta de gestión empresarial organizada y estructurada, que analiza el modelo de negocio teniendo la siguiente información: Beneficios del servicio, identificación de los posibles consumidores, la segmentación, análisis de la competencia, evaluar las alianzas estratégicas, proyección de las estrategias de mercadeo y por último la imagen y toda la información más relevante para la puesta en marcha de esta propuesta.

Objetivos

Objetivo General

Construir una propuesta de emprendimiento social innovadora sostenible, sustentable y ambiental que contribuya a dar solución a una problemática social presente en su comunidad.

Objetivos Específicos

Justificar la innovación y pertinencia del emprendimiento social elegido por el grupo de estudio.

Identificar cada etapa del modelo de desing thinking y como se puede a través de sus herramientas llevar a cabo un proyecto de negocio.

Diferenciar en cada etapa el valor agregado en el desarrollo de cada método y como aumenta la ejecución en la propuesta de valor trabajada.

Identificar estrategias de marketing que permitan hacer competitivo el emprendimiento trabajado.

Ejecutar de forma clara y adecuada una correcta planeación financiera, que permita mejorar la ejecución del proyecto de emprendimiento social.

Presentación de la propuesta de emprendimiento social

Tabla 1. Presentación de la propuesta de emprendimiento social

Presentación de la propuesta basados en el modelo Lean Canvas

Nombre del proyecto	CerCon
Problema	<p>Las mujeres cabezas de hogar, que trabajan por días, no cuentan con oportunidades laborales adecuadas, pagos justos y una afiliación a seguridad social.</p> <p>Muy pocas empresas cuentan con la posibilidad de trabajar por horas y para muchas mujeres que son madres solas con niños pequeños es difícil poder emplearse.</p> <p>Es difícil encontrar personas de confianza para contratar por días u horas para trabajar en casas en estas labores.</p>
Solución	<p>CerCon es una empresa que permite optimizar el tiempo de las personas que necesitan un servicio de confianza en casa. permitiendo:</p> <p>Acceder a un servicio de calidad con personal calificado y de confianza para las labores del hogar.</p> <p>Brindar oportunidades laborales dignas y con un pago justo a las personas que trabajan por días o turnos para la empresa.</p>

Un trabajo decente para muchas mujeres cabezas de hogar logrando un crecimiento económico con capacitación integral con un enfoque ambiental que permite el desarrollo de sus habilidades que le permita mejores oportunidades a futuro.

¿Eres esclavo de tu hogar?

Propuesta valor única Libérate con CerCon ¡No es un sueño! Es una realidad encuentra ayuda de confianza, nuestros servicios están diseñados para garantizar el bienestar, satisfacer tus necesidades con un impacto ambiental en cada hogar atendido.

Concepto a un alto nivel CerCon facilita la gestión de las labores del hogar, jardinería y mantenimientos específicos para el hogar. A través de nuestra página web o app las personas podrán elegir el personal que necesiten, con la garantía de que son calificadas con estándares de calidad.

Al elegir el servicio, el cliente puede elegir por la plataforma la personal, puede ver perfil, calificación de otros clientes, experiencia, tiempo con la empresa.

La empresa garantiza que el personal que presta el servicio utilizara productos amigables con el medio ambiente, realizara la debida selección de residuos apoyando el reciclaje, motivando y enseñando a las familias el enorme impacto ambiental positivo que permite el reciclar.

De esta manera tendrá la **Certeza** y **Confianza** de contratar el mejor servicio en su hogar.

Ventaja injusta

Equipo de trabajo con experiencia en el área comercial y selección de personal calificado, comprometido con generar herramientas innovadoras cada mes para las colaboradoras que permitan ofrecer servicio siempre de calidad, para esto nos encargamos de capacitar constantemente al personal en diferentes áreas, con un énfasis en generar un impacto ambiental en cada hogar visitado. La Comunidad CerCon es más que una empresa, somos una familia que garantiza la confianza de prestar servicios de calidad y bienestar con personal feliz, comprometidas y con capacitación en diferentes áreas que garantiza personal calificado y con una formación integral.

Segmento de clientes

Nuestros clientes son mujeres y hombres entre 30 y 60 años, ubicados en Bogotá inicialmente en los estratos 4 ,5 y 6 que necesitan servicios para su hogar con profesionales en:

Limpieza de hogar

Jardinería

Mantenimientos varios a hogares.

Que les permita facilitar la gestión de su hogar.

Nuestra competencia directa son empresas que ofrecen servicios similares como:

Alternativas existentes Hogaru

Zolvers

Alianza

Quienes ofrecen un servicio similar a un costo elevados en algunos casos.

Como competencia indirecta las personas que de manera particular ofrecen sus servicios y van accediendo a nuevos clientes por recomendación y por la voz a voz.

Cumplimiento de la proyección de servicios contratados mensuales que permita el sostenimiento de la empresa y una formación y crecimiento económico a sus colaboradoras.

Solicitudes de servicios recurrentes, fidelización del servicio semanal, quincenal o mensual de cada servicio contratado.

Métricas claves

Número de clientes adquiridos por fuente.

Porcentaje de conversión de interesados en clientes por fuente.

Porcentaje de clientes que dejan de utilizar nuestro servicio por mes.

Indicadores de gestión administrativa y financiera.

Canales

CerCon es una empresa que no requiere una infraestructura grande y puede ser operada de manera administrativa por poco personal, al cual se accede de manera online desde un smartphone, Tablet o computador. Nuestra estrategia de comunicación incluye un portal web con información relacionada con la empresa y Comunidad CerCon que reúne a todas las madres cabezas de hogar que hacen parte de la empresa y aquellas interesadas en mejorar su calidad de vida, crecimiento económico, profesional. Por otro lado, los clientes satisfechos que recomiendan y califican el servicio para hacer crecer y dar Certeza y confianza a nuevos clientes de los servicios prestados.

Contará con perfiles en las siguientes redes sociales: Twitter (Con tips de mejoras para su hogar, seguridad y bienestar e información de los servicios prestados por la empresa), Instagram (Con frases de motivación personal y familiar para nuestras colaboras y clientes e información de los servicios prestados por la empresa, estrategias ambientales que se puede ejecutar desde casa), Facebook (Artículos relacionados con el hogar: (seguridad, bienestar para toda la familia, Condiciones del entorno, reciclaje, técnicas de feng shui para la casa), WhatsApp (En el estado se publicaran testimonio de clientes, servicios prestados por la empresa, recomendaciones para mejorar el bienestar de su hogar). YouTube con publicidad de la empresa, servicios, recomendaciones ambientales y testimonios de los clientes satisfechos.

Estructura de costos Talento Humano (Gerente, Departamento de Recursos Humanos, Marketing Digital, Diseñador, Desarrollador, y Contador), Seguro todo riesgo, Software Contable, Seguridad y gestión del trabajo, arriendo, servicios públicos, publicidad, Teléfono, Internet, Transporte, Hosting y Dominio. Nuestro recurso clave más costoso es el Talento humano, las actividades claves más costosas son el Desarrollo y el Marketing.

Flujo de Ingresos Al ser una empresa de Servicios, se perciben ingresos por los pagos de los clientes directos que requieren los diferentes servicios a la empresa de forma diaria, semanal, quincenal o mensual. Adicionalmente se presentará una suscripción, ofreciendo descuentos por pagos mensuales, trimestrales, semestrales o anuales. De acuerdo con el estudio del mercado realizado con el segmento de clientes objetivos y análisis de la competencia se han establecido tres planes: Silver, Gold y Diamond con precios desde los \$200.000 COP dependiendo el servicio, se planea implementar la plataforma de pagos online para agilizar el proceso. A partir del segundo año se tiene proyectado generar ingresos por publicidad en la aplicación.

Marketing Ambiental El marketing ambiental de CerCon es el reciclaje adecuado de los productos que ya no se usan como las botellas plásticas, el plástico, los residuos orgánicos, vidrio, cartón, y demás materiales que se pueden reciclar y crear nuevos productos. Nuestras colaboradoras tienen la capacitación del Sena, este certificado es aceptado por todas las empresas y garantiza que los procesos sean los correctos. Cada colaboradora de

CerCon debe contar con esta certificación de esta manera la empresa se compromete a cuidar del medio ambiente y que sus empleados tengan los conocimientos para garantizar un servicio de calidad y con un valor agregado la utilización de productos amigables con el medio ambiente y motivar a cada familia a realizar la debida separación de residuos en cada hogar visitado, generando una cultura ambiental y un impacto en la sociedad. Nuestros clientes tendrán la Certeza y la Confianza de que CerCon está comprometida al 100% con nuestro compromiso de cuidar nuestro planeta.

Sustentación de la selección

Dentro de las problemáticas asociadas a los ODS en la población para la que se desea plantear una posible solución encontramos que es importante enfocarnos en el **Objetivo 8: “Trabajo decente y crecimiento económico”**, debido a que en diferentes sectores del país los derechos de los trabajadores están siendo vulnerados.

Considerando que este objetivo tiene una gran importancia porque se puede evidenciar que las condiciones de pobreza y las oportunidades de un empleo digno son cada vez más escasas. Las desigualdades laborales crecen para las mujeres y las oportunidades de crecimiento y formación profesional son menores cuando ya se es madre y cabeza de familia es muy difícil poder trabajar, cuidar de sus hijos y crecer profesionalmente. De esta manera la gran mayoría de estos niños no tienen oportunidades de formación y acompañamiento adecuados en su niñez y adolescencia

Por tanto, es importante mencionar que en el país en el periodo 2019-2020 más de un millón de mujeres que resultaron sin empleo por causa de la pandemia resultaron en el hogar sin recibir pago alguno. (SEMANA, 2021)

De acuerdo con esta información es importante resaltar que en este periodo de tiempo en DANE registro 10.6 millones de mujeres sin una actividad remunerada económicamente, y de este total aproximadamente 6.5 millones realizan actividades en el hogar. (SEMANA, 2021)

Consideramos que adicionalmente la crisis económica que ha traído la pandemia por la migración de la educación al seno del hogar, ha impactado bruscamente la economía de las mujeres cabezas de familia obligándolas a retornar a los que haceres del hogar, por tanto

consideran las diferentes cifras, optamos por enfocarnos en la propuesta **Cercon** que funcionaría como una empresa con una robusta plataforma digital que permite la vinculación de madres cabezas de familia para que puedan trabajar a domicilio en diferentes oficios como: servicios generales, jardineras, esteticistas, el Cuidado de niños, el cuidado de personas de la tercera edad, enfermeras y de más oficios que requieran los clientes, donde el trabajo se realizara por días.

Proyecto: Empresa CerCon

Las madres que cabeza de hogar que no tiene formación profesional por diferentes factores, ya sea, haber tenido hijos a muy corta edad o por haber estado sometidas a parejas violentas que no les permitían formarse y trabajar, hace que este tipo de mujeres sean vulnerables al enfrentarse a sacar a delante sus hijos. Por esta razón al tomar el rol de jefas de hogar se enfrenta a una realidad difícil que les permita acceder a empleos estables, con pagos justos y horarios acordes a las necesidades de estas mujeres que necesitan poder estar más presentes en el hogar.

Este proyecto nace de la problemática actual que tiene las mujeres cabezas de hogar, es de aclarar que este nombre se les da a las familias donde hay ausencia de un varón adulto, responsable de la provisión económica, en donde la mujer sola y con hijos se encuentra con unos niveles de vulnerabilidad por su condición, asumen toda la responsabilidad de su hogar, sostenimiento y crianza de sus hijos. (Alfonso, s.f)

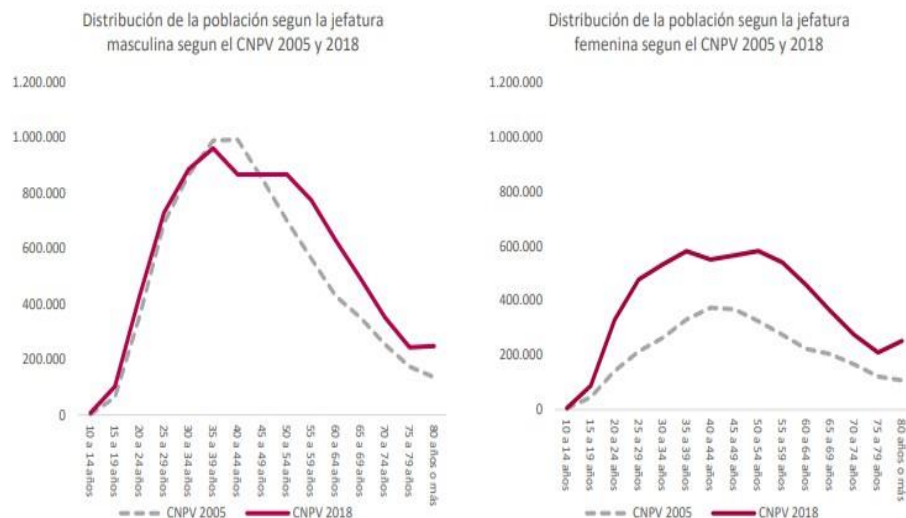
De acuerdo a los resultados del censo nacional de población y vivienda 2018, realizado por el DANE encontramos que, de la población total censada, el 51,4% son mujeres y que la incidencia de jefatura femenina para el 2018 era el 40,9%. Por lo de este porcentaje es alto y muchas de estas mujeres por su condición se les dificulta poder tener una formación académica y a su vez un trabajo decente. (DANE, 2018)

Ilustración 1 empoderamiento de la mujer

D INFORMACIÓN PARA TODOS / RESULTADOS CNPV - 2018

Empoderamiento de la mujer: jefatura de hogar según sexo

El porcentaje de jefatura masculina en 2005 es 70,1% y en 2018 es 59,3%. Con relación a las mujeres se paso de un 29,9% a 40,7%. Se observa un incremento del **36,1%** en la declaración de la jefatura de hogares femeninos.



Fuente: consulta al informe del resultado Censo Nacional de Población y Vivienda 2018

Por esta razón, como podemos evidenciar desde el año 2005 paso de 29% al 40,7% para el 2018, observado un incremento del 36,1%. De estas mujeres que se sienten en la capacidad de poder sacar adelante su hogar sin la ayuda económica de un hombre, de acuerdo a esto, es que la visión que tenemos hoy en día es muy diferente para las madres cabeza de hogar ya que la desigualdad generada se va acumulando a lo largo de toda la vida y con el paso de las generaciones. Las mujeres en el desarrollo de las diferentes etapas de su vida, a menudo son objeto de discriminación por razones de género, y deben soportar así el peso de actitudes y prácticas discriminatorias en los diferentes entornos en los que participan. Lo que genera la necesidad de velar por la igualdad de oportunidades y del trato digno en el trabajo, este tipo de

trato no de darse sólo cuando una persona entra en el mercado laboral, sino también desde el inicio de su vida en el área de la salud, la alimentación, la educación y la formación.

En el trabajo, la discriminación fundada en el género de una persona puede revestir la forma en que las leyes excluyen específicamente a las mujeres del desempeño de algunos trabajos, o que establecen edades de jubilación diferentes para hombres y mujeres. Aunque con el pasar del tiempo ha disminuido la discriminación directa por ser de un género u otro, la discriminación indirecta perdura en variadas formas. Este tipo de situaciones sucede cuando la aplicación de medidas con intenciones neutrales en un ámbito más profundo conlleva a consecuencias altamente negativas para un grupo específico de la población. Al mismo tiempo, es posible localizar y mitigar algunas de las desventajas causantes de la discriminación.

Población afectada

La población afectada por la situación de ser mujer cabeza del hogar afecta todas las posiciones socioeconómicas de Colombia. Pero realmente los estratos 1,2 y 3 son los más afectados y estas mujeres tienen a cargo afectiva, económica o socialmente de manera permanente a menores de edad lo cual hace que se incremente el desempleo y es por esta razón se han creado beneficios para las mujeres que son cabeza del hogar como se explica en la ley 82 de 1993 en esta misma ley en el artículo 3 y artículos 13 y 43 nos dice que se debe velar por el bienestar de las mujeres cabeza del hogar.

En Colombia para el año 2015 el 36,4% de los hogares las mujeres son cabeza del hogar. El DANE en el censo que se hizo en el año 2018 se logró determinar que el 40,7% de los hogares en Colombia las mujeres son cabeza del hogar, es evidente que se ha incrementado a

comparación del censo que se realizó en el año 2005 el cual el resultado fue de 29,9%. (Porras, 2019)

De igual manera se puede identificar en el boletín técnico de pobreza monetaria departamental del año 2019 que en Bogotá, tuvo una incidencia de 27,2% durante el 2019, por debajo de otras ciudades que presentan mayores índices. Haciendo una revisión de esta pobreza para los hogares de acuerdo al sexo del jefe de hogar, podemos evidenciar que la incidencia de pobreza monetaria es superior en hogares donde la jefatura de hogar está a cargo de las mujeres. (DANE, Pobreza monetaria por departamentos en Colombia, 2020)

Ilustración 2 incidencia de la pobreza monetaria

Tabla 2. Incidencia de la pobreza monetaria de acuerdo al sexo del jefe de hogar Total nacional y departamentos. Cifras en porcentaje. Año 2019

Departamento	Sexo	
	Hombre	Mujer
Chocó	67,9	69,0
Cauca	59,3	60,0
La Guajira	58,5	65,3
Córdoba	55,4	51,9
Magdalena	52,5	55,7
Nariño	52,3	47,9
Norte de Santander	51,5	52,7
Huila	51,1	51,4
Cesar	50,3	54,5
Sucre	48,2	53,9
Caquetá	46,6	53,7
Bolívar	44,9	48,0
Tolima	38,5	41,0
Boyacá	35,2	36,6
Meta	31,2	35,6
Quindío	30,1	38,0
Santander	29,3	34,6
Antioquia	27,9	32,9
Risaralda	27,6	30,4
Caldas	27,4	31,0
Bogotá D.C.	25,6	29,9
Atlántico	25,1	31,4
Valle del Cauca	20,9	28,9
Cundinamarca	19,7	21,8
Total nacional	34,4	38,2

Fuente: DANE, cálculos con base en la Gran Encuesta Integrada de Hogares (2019).

Nota: (*) variaciones estadísticamente significativas. Ordenado según la incidencia departamental.

Es triste que los estratos más bajos se ven notorio que las mujeres sean cabeza del hogar. La pregunta que se debe de hacer es ¿Por qué está sucediendo esto? En realidad, muchas veces se

ve la falta de oportunidades de un trabajo, el alcohol es muchas veces el culpable de esta situación lo cual como podemos analizar está incrementando cada año.

Las mujeres cabeza del hogar tienen una edad promedio de 27 a 41 años de edad y como mencionamos anteriormente los estratos más afectados son del 1 al 3.

Oportunidades para la formulación de un proyecto de emprendimiento social

Basados en los anteriores análisis se puede identificar que el segmento de población que se puede ayudar con la ejecución de este proyecto es bastante representativo, esta problemática social abre una gran posibilidad a mejorar la calidad de vida de muchas mujeres que necesitan un apoyo mayor por tener la responsabilidad de tener a cargo solas un hogar, de esta manera se puede generar mejores oportunidades para estas mujeres de tener acceso a un trabajo decente y crecimiento económico.

Como oportunidad para la formulación de este proyecto es clave resaltar que este, cumple con principios básicos para ser social: tener un impacto económico y social para la comunidad. Es por esto que este proyecto busca optimizar los recursos y planificar una ruta que permita generar impactos sociales, ambientales, emocionales, económicos para aquellas personas beneficiadas con esta empresa.

CerCon Una empresa con una plataforma digital que vincule a madres cabezas de familia que puedan trabajar a domicilio como: Aseadoras, Jardineras, Esteticistas, Cuidadoras de niños, Cuidadoras de personas de la tercera edad, Enfermeras y de más oficios que requieran las personas para trabajar por días. A través de la empresa puedan garantizar un salario justo, afiliación a una seguridad social, puedan planificar su tiempo.

De esta manera con este proyecto no solo se busca mejorar las condiciones laborales de muchas mujeres que trabajan solo por días en algunos pocos lugares, sin un pago justo y sin condiciones laborales adecuadas, sino que también se puede mejorar la calidad de vida, bienestar, accesibilidad a nuevas oportunidades a esos niños y jóvenes que son el futuro de esta nueva sociedad.

El propósito de la empresa debe ser siempre buscar el bienestar de estas mujeres y sus hijos, brindando capacitaciones y posibilidad de formación en diferentes áreas que les permita ser integrales y poder tener mejores oportunidades laborales haciendo crecer la empresa, ya que se brindarían servicios de calidad, con mujeres capacitadas en áreas de atención al cliente, servicio con un impacto ambiental en cada hogar visitado.

La empresa CerCon busca que los servicios que se prestan contribuyan a cuidar el medio ambiente de la siguiente manera:

Cada servicio que prestan sus colaboradoras a los hogares que solicitan el servicio de aseo serán atendidos por mujeres con una formación certificada en Técnicos en Reciclaje y educación ambiental, que permite que estas mujeres tengan una conciencia y generen en cada hogar visitado una cultura ambiental

La empresa presta el servicio incluyendo los elementos de aseo necesarios para la atención del servicio, estos productos utilizados por las colaboradoras con amigables con el medio ambiente 100% biodegradables.

Proyecto de emprendimiento social para la problemática seleccionada.

Dentro de las problemáticas asociadas a los ODS en la población para la que se desea plantear una posible solución encontramos que es importante enfocarnos en el Objetivo 8: “Trabajo decente y crecimiento económico”, debido a que en diferentes sectores del país los derechos de los trabajadores están siendo vulnerados.

Por tanto, es importante mencionar que en el país en el periodo 2019-2020 más de un millón de mujeres que resultaron sin empleo por causa de la pandemia resultaron en el hogar sin recibir pago alguno. (SEMANA, 2021)

Descripción de la problemática

Proyecto: Empresa CERCON plataforma digital.

Las madres que cabeza de hogar que no tiene formación profesional por diferentes factores, ya sea, haber tenido hijos a muy corta edad o por haber estado sometidas a parejas violentas que no les permitían formarse y trabajar, hace que este tipo de mujeres sean vulnerables al enfrentarse a sacar a delante sus hijos. Por esta razón al tomar el rol de jefas de hogar se enfrenta a una realidad difícil que les permita acceder a empleos estables, con pagos justos y horarios acordes a las necesidades de estas mujeres que necesitan poder estar más presentes en el hogar.

Este proyecto nace de la problemática actual que tiene las mujeres cabezas de hogar, es de aclarar que este nombre se les da a las familias donde hay ausencia de un varón adulto, responsable de la provisión económica, en donde la mujer sola y con hijos se encuentra con unos niveles de vulnerabilidad por su condición, asumen toda la responsabilidad de su hogar, sostenimiento y crianza de sus hijos. (Alfonso, s.f)

Nombre del proyecto:

CerCon encuentra con **Certeza** una mano amiga de **Confianza** para tu hogar.

Propuesta valor:

¿Eres esclavo de tu hogar?

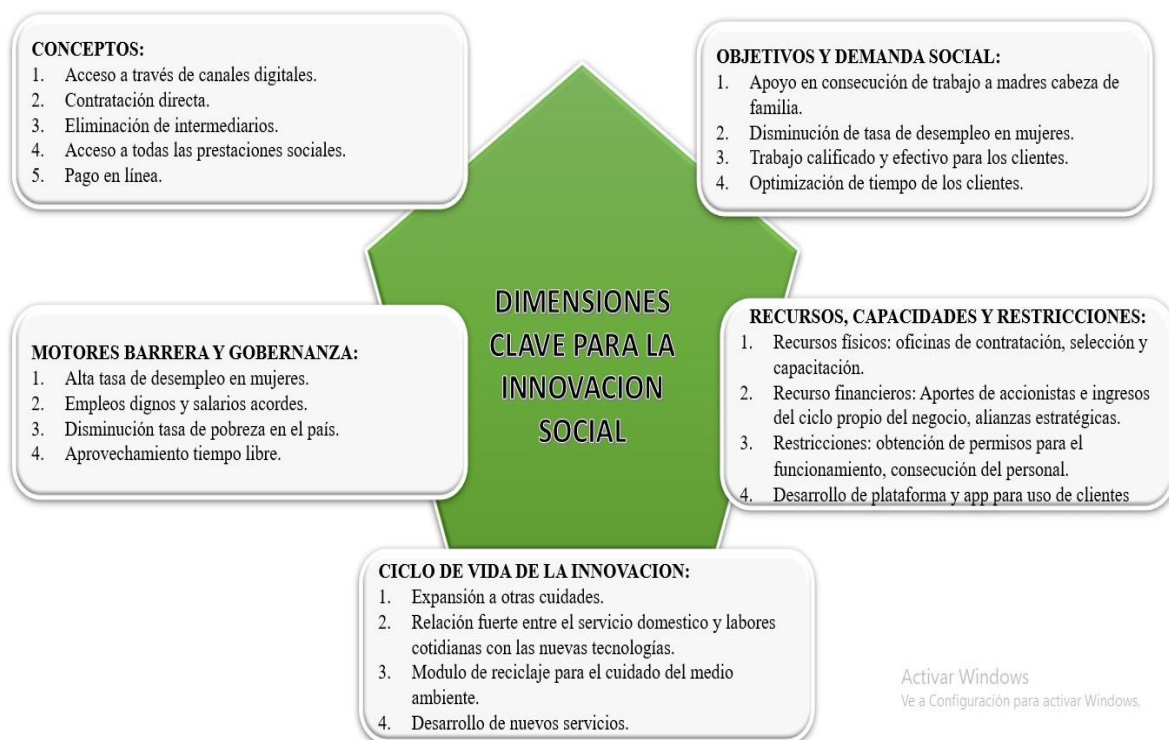
Libérate con CerCon ¡No es un sueño! Es una realidad, encuentra con Certeza una mano amiga de confianza para tu hogar, nuestros servicios están diseñados para garantizar el bienestar, satisfacer tus necesidades con un impacto ambiental en cada hogar atendido.

Factor innovador:

CerCon es una empresa que vincula a madres cabeza de hogar, con estrictos filtros de selección de personal que garantiza que las mujeres que laboran en la compañía están capacitadas y recomendadas para ejecutar las tareas del hogar con altos estándares de calidad. El desarrollo de esta propuesta propende como objeto innovador el acercamiento a través de los diferentes canales digitales, en donde se puede encontrar la plataforma de la compañía y los diferentes servicios ofrecidos por la compañía, eliminando así los intermediarios de contratación para los servicios comunes y necesidades de los hogares, optimizando los tiempos de respuesta.

Todas las colaboradoras deben tener una certificación especial en manejo de residuos, reciclaje e impacto ambiental. Nuestro servicio incluye los productos de aseo para el hogar, que son llevados por el personal, garantizando la utilización de productos amigables con el medio ambiente; realizaran la separación de residuos, generando en cada familia visitada inculcar una cultura ambiental y la Confianza de que CerCon está comprometida al 100% con nuestro compromiso de cuidar nuestro planeta. La empresa está dispuesta a dar garantía de calidad por los servicios dando cumplimiento a sus requerimientos y responder con un seguro contra daños que puedan ser ocasionados en el hogar visitado.

Ilustración 3 dimensiones clave para la innovación social



Impacto social:

CerCon es una empresa con triple impacto porque dentro de su propuesta presenta una base de rentabilidad, es decir tiene un impacto económico porque genera ingresos tanto para la empresa como una mejor calidad de vida para sus colaboradoras, Social, porque su compromiso es ayudar a madres cabezas de hogar que necesitan de un trabajo por horas que les permita poder atender a sus hijos brindándoles calidad de tiempo, el compromiso de la empresa es poder ayudar a muchas mujeres que necesitan un trabajo digno, con salarios justos, calidad de tiempo y capacitación integral; y Ambiental, porque está comprometida con el medio ambiente, ya que garantiza que su personal este certificado en manejo de residuos, reciclaje y solo utiliza productos que sean amigables con el medio ambiente.

Pertinencia:

De acuerdo al análisis realizado podemos identificar y establecer que Este proyecto de emprendimiento social CerCon es pertinente, porque cumple con lo que se necesita para desarrollar un emprendimiento social; social porque está presentando una solución a una problemática social presente en todo el territorio nacional que busca mejorar la calidad de vida de muchas mujeres cabezas de hogar, proporcionando un trabajo decente y apoyando un crecimiento económico a hogares con jefatura femenina. Ofrecer empleo a las madres cabeza de hogar las cuales tienen que sostener hijos, pagar un arriendo, pagar deudas y poder vivir dignamente recibiendo un sueldo justo y lo más importante es que estén con un empleo formal lo cual en Bogotá es muy difícil de encontrar con un trabajo formal.

Sustentable y sostenible ya que se prestará un servicio a hogares de estratos 4,5 y 6 que están dispuestos a pagar por un servicio de calidad y confiable para su hogar, generando ingresos tanto para la empresa como para sus colaboradoras. Y ambiental Actualmente es pertinente que se enseñe a reciclar a las familias ya que no todos saben reciclar adecuadamente y estamos viendo las consecuencias con el calentamiento global. Y es de esta manera que podemos cuidar un poco más nuestro planeta y todo empieza con reciclar adecuadamente. Entonces como vemos es pertinente que CerCon contrate a mujeres cabeza de hogar capacitadas en reciclaje adecuado de los desechos que nos rodean a diario como lo son los desechos orgánicos de los cuales nutren adecuadamente la tierra y así sembrar espinaca, coliflor, cebolla y muchos alimentos más que nos ayudan a nuestro cuerpo.

Es muy importante que CerCon marque la diferencia y llegue así a llegar a nuevos clientes y fidelizar a los nuevos. Entre todos podemos cuidar al planeta y evitar que el calentamiento global nos perjudique.

Mercado objetivo:

Análisis de segmentación de mercado.

Tabla 2. Mercado objetivo

Variables segmentación de mercado		
<p>Segmentación Geográfica</p>	<p>Región: Bogotá</p> <p>Tamaño de la ciudad: Bogotá es una región con un tamaño de 163.635 hectáreas, de las cuales el 23,3% son áreas urbanas, el 75% áreas rurales y 1,8% áreas de expansión. (Caracterización de usuarios, 2019)</p> <p>División Territorial: La ciudad está subdividida en 20 localidades, de ellas, el Sumapaz ocupa el 48% de todo el territorio y es completamente rural. (Caracterización de usuarios, 2019)</p> <p>Distribución de estrato-Localidad.</p> <p>Estrato 4: Teusaquillo (67,9 %), Suba (9,0 %) y Usaquén (13,7 %).</p> <p>Estrato 5: Suba (10,7 %) y Usaquén (12,6 %).</p> <p>Estrato 6: Usaquén (16,8 %), Chapinero (28,5 %) y Suba (5,7 %). (Caracterización de usuarios, 2019)</p> <p>Conclusión: Las localidades con mayor territorio de estratos 4, 5 y 6 son: Teusaquillo, Suba, Usaquén y Chapinero</p>	<p>Segmentación psicográfica</p> <p>Estilo de vida. La mayoría de los ciudadanos disfrutan pasear o caminar, seguido de la preferencia por socializar con amigos y familiares</p> <p>Preferencias de vivienda: En las localidades establecidas entre 75% y el 90% de las viviendas sin apartamentos, mientras que las de casa son están entre el 9% y el 35% (Encuesta multipropósito 2017)</p> <p>Situación laboral. Las localidades de Usaquén, Chapinero y Teusaquillo tienen la tasa de ocupación más altas de la ciudad con un 60% en promedio (Encuesta multipropósito, 2017).</p> <p>Asistencia escolar: El porcentaje de asistencia escolar de las personas de 26 años o más es:</p> <p>Usaquen:4,85%</p> <p>Suba: 5,16%</p> <p>Teusaquillo:6,40%</p> <p>Chapinero: 4,79%,</p> <p>La cuales están sobre la media de la ciudad (Encuesta multipropósito, 2017)</p>

Segmentación Demográfica

Edad y etapa del ciclo de vida: De acuerdo con el censo realizado en Bogotá entre el 2018 y 2019 se distribuye la población por edades de la siguiente manera:

Menor a 18 años: 1% que representan 429 personas.

29 a 55 años: 59%, correspondiente a 26.580.

18 a 28 años: 21% que corresponde a 9.216.

Mayor a 55 años: 19% que representan 8.564 personas.

Composición de los hogares.

El promedio de personas por hogar en las localidades es:

Usaquén: 2,55

Suba: 2,9

Chapinero: 2,12

Teusaquillo: 2,43

Promedio total: 2,5 personas por hogar.

(Encuesta multipropósito, 2017)

Población por estrato en las localidades:

Loc./ Estrato	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6
Usaquén	129.157	58.018	69.788
Suba	174.035	145.789	11.709
Teusaquillo	112.692	12.981	41
Chapinero	32.607	13.159	41.392
TOTAL	448.491	229.947	122.930

Fuente: Creación propia

Segmentación en función del comportamiento

De acuerdo con las segmentaciones demográficas, geográficas y psicográficas podemos concluir:

La población con estrato socioeconómico 4, 5 y 6 se encuentran ubicados en su mayoría en las localidades de Usaquén, Suba, Teusaquillo y Chapinero entre el nororiente y noroccidente de la ciudad de Bogotá y están compuestos por 2,5 personas en promedio.

Las personas de este segmento viven en su mayoría en apartamentos, tienen una ocupación alta en trabajo y estudio y prefieren usar su tiempo libre en actividades de ocio.

Por lo tanto, es un mercado potencial para adquirir los servicios de CerCon con una frecuencia de dos o más

Nivel de ingresos:

Género: En promedio el 53% son mujeres, y el 47% corresponden a hombres. (Caracterización de usuarios, 2019)

veces por semana, además de los interesados en los servicios tiempo completo.

CONCLUSIÓN: El total de población demográfica de los estratos 4, 5 y 6 es de 801.368 personas. Si tenemos en cuenta que los hogares en promedio están conformados por 2,5 personas, entonces en estas cuatro localidades hay 320.547 hogares.

Fuente. Elaboración propia

De acuerdo con la tabla anterior, definimos nuestro mercado objetivo como los hogares conformados por una o más personas de las localidades de Chapinero, Teusaquillo, Suba y Usaquén en Bogotá de los estratos 4, 5 y 6, los cuales son aproximadamente 320.547 hogares.

Financiamiento:

Para el desarrollo de este emprendimiento, iniciaremos por hacer un plan de financiamiento. En donde se estipulan las inversiones necesarias, para poner en marcha el proyecto, y los recursos necesarios para cubrir las necesidades básicas de la empresa. Esto se realiza con el objetivo de determinar la viabilidad del proyecto, asegurar un punto de equilibrio y ver que ajustes son necesarios para proveer riesgos. Por esta razón este proyecto lo inician 5 socios (compañeros de estudio) que aportaran recursos de acuerdo a sus ingresos apoyados con el siguiente plan:

Análisis del plan de financiamiento

Tabla 3. Análisis del plan de financiamiento

Plan de Financiación	Definición
Inversión inicial “triple F”	Esta inversión es la que se solicita a Familiares, amigos de los socios que les puedan prestar a iniciar el proyecto.
Ingresos propios	De acuerdo a sus capacidades financieras cada socio realizara un aporte que determinara las acciones de la empresa.
Venture capital o inversionistas ángeles	El emprendimiento será presentado en fondos que invierten en startup, convocatorias como idea de negocio en pitch. Para atraer posibles interesados y de esta manera solicitar recursos.
Incubadoras y aceleradoras	Este tipo de proyectos brindan apoyo en la etapa inicial del emprendimiento con asesorías, diseño de plan de negocios, marketing y finanzas
Préstamos bancarios	Crédito tradicional de los bancos donde apoyen a micro y medianas empresas.

Fuente. Elaboración propia

Factor Productivo

En primer lugar, se debe identificar que el factor productivo son todos los recursos que permiten producir bienes y servicios sean tierra, trabajo, capital y el empresario.

Tierra:

Esta empresa, para la prestación del servicio utiliza recursos naturales como el agua que son dispuestos por el hogar donde se presta el servicio. Las instalaciones de la empresa podrán estar ubicadas en un apartamento o casa de alguno de los socios iniciando el proyecto.

Trabajo:

CerCon al ser una empresa de servicios, su capital de trabajo es la fuente de ingreso, por tanto, el tiempo de trabajo de estas personas son el factor principal productivo de la empresa.

Capital:

En el capital encontramos los bienes que son durables y que permiten la prestación del servicio, en nuestro caso serían los equipos de cómputo que permite acceder tanto a la contratación, como al paso a paso de aceptación del servicio solicitado por los clientes. Ya que para el desarrollo de la actividad que se ofrece, toda es por la mano de obra de las mujeres que prestan el servicio. Evidentemente para que una empresa pueda existir se necesita un dinero inicial e inversiones que la empresa realiza a través de aquellos elementos que se puedan necesitar como se puede identificar en el punto de financiamiento.

Capacidad empresarial:

Actualmente es indispensable que todos los miembros de la empresa estén capacitados para solucionar problemas, ya sea en el área Administrativa en caso de incumplimiento de las

colaboradoras o si surge algún daño en el hogar en el que se realizó el servicio, como a su vez por parte de las colaboradoras al encontrarse con malos tratos o acoso en el ejercicio de sus funciones. Es por esto que CerCon estará en continua capacitación para poder enfrentar todos los retos y dificultades que presentan todas las empresas en la ejecución de sus actividades.

Así como también la capacitación integral y constante en temas ambientales para dar ese plus como empresa prestadora de servicio de aseo y mantenimiento a los hogares con productos amigables con el medio ambiente, excelente manejo de residuos para el aprovechamiento, mejorando el impacto ambiental dejando una huella y enseñanza en cada hogar visitado y atendido a satisfacción.

Recursos tecnológicos:

Aplicación Móvil: Las apps móviles han estado presentes en los teléfonos desde hace ya varios años de hecho las mismas ya han estado incluidas en los sistemas operativos de los celulares, esta aplicación de la empresa CerCon en esencia es un software el cual es el principal factor productivo para poder contactar e iniciar el proceso de contratación con la empresa y solicitar el servicio del hogar que se necesite.

Principal medio para poderse comunicar y adquirir el servicio del hogar que se desee lo más rápido posible y con la mayor confianza teniendo en cuenta las políticas éticas de la empresa.

Modelo de negocio mediante la metodología Desing Thinking

Empatizar

Para desarrollar el proceso de Desing Thinking la primera fase se desarrolló gracias un formulario de preguntas de Google con dieciséis preguntas las cuales dio a conocer la opinión y expectativas que tienen los futuros clientes potenciales que tendría CerCon.

Estas dieciséis preguntas son:

1. ¿Tiene o ha tenido la necesidad de obtener ayuda para sus labores domésticas?
2. ¿Cuántas personas conforman su hogar?
3. ¿De los adultos que conforman su hogar trabajan?
4. Indique su estrato socioeconómico
5. ¿Cuál es su localidad?
6. ¿Qué tan importante es para usted contratar servicios domésticos?
7. ¿Cuál es su metraje aproximado de su casa?
8. A la hora de contratar servicios domésticos ¿que considera más importante?
9. ¿Cuáles son las características más importantes que busca en una empleada doméstica?
10. Califique de menos importante (1) a más importante las siguientes actividades domesticas
11. ¿Qué es lo que más le preocupa a la hora de contratar servicios domésticos?
12. ¿Preferiría contratar los servicios domésticos?

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios domésticos?
14. ¿Qué medios preferiría para adquirir servicios domésticos?
15. ¿Qué edad preferiría que tengan sus empleadas domésticas?
16. ¿Con que servicios quisiera que se complementara el servicio domestica?

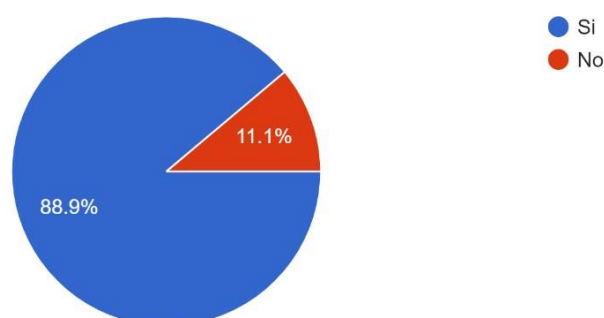
El enlace del formulario es <https://forms.gle/NCKJi1MqQ15f2g937> el cual conto con varias personas que respondieron y dio a conocer lo que espera el cliente el servicio que ofrece CerCon.

Con estas preguntas se recopiló la siguiente información la cual es muy valiosa para CerCon y así poder mejoras cada día y poder marcar la diferencia frente a la competencia

Ilustración 4 grafico pregunta 1.

¿Tiene o ha tenido la necesidad de obtener ayuda para sus labores domésticas?

9 respuestas



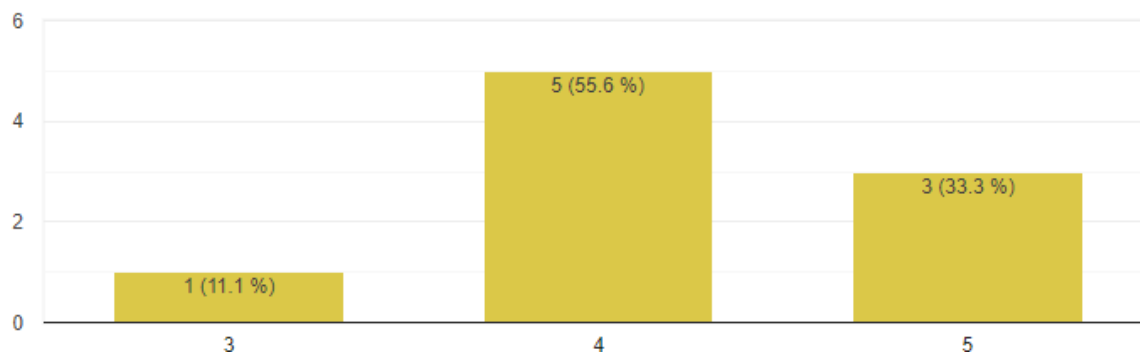
Como podemos darnos de cuenta el 88,9% de los encuestados dan a conocer que necesitan ayuda en sus labores domésticas ya que como son diarias y no tienen el tiempo libre

necesario para hacer dichas labores. Solo el 11,1% dicen que no necesitan ayuda en sus labores domésticas como en cocinar, lavar, arreglar la casa entre otras.

Ilustración 5 grafico pregunta 2

¿Cuántas personas conforman su hogar? Escriba su respuesta en números

9 respuestas

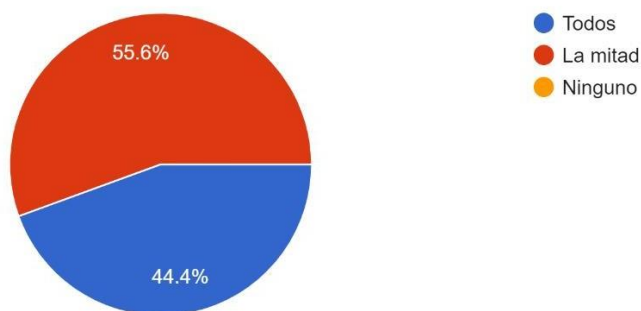


De las personas que respondieron el 55.5% de los encuestados sus familias las componen cinco personas y de esta manera se incrementa las labores domésticas, como lo son cocinar, lavar, arreglar la casa entre otras.

Ilustración 6 grafico pregunta 3

De los adultos que conforman su hogar, trabajan:

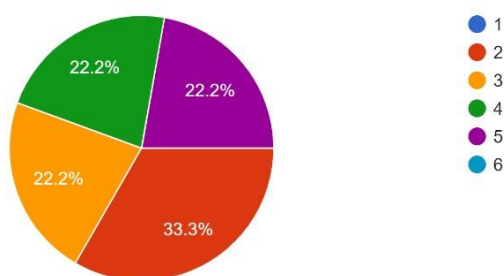
9 respuestas



En las familias el 55,6% la mitad de los integrantes de las familias trabajan es decir la carga de las labores domésticas se dividen en la mitad y aun así necesitan ayuda para cocinar, lavar, arreglar la casa entre otras. El 44,4% todos los integrantes de la familia trabajan y como se descubrió en la primera pregunta el 88,9% de los encuestados necesitan ayuda en sus labores domésticas.

Ilustración 7 Grafico pregunta 4

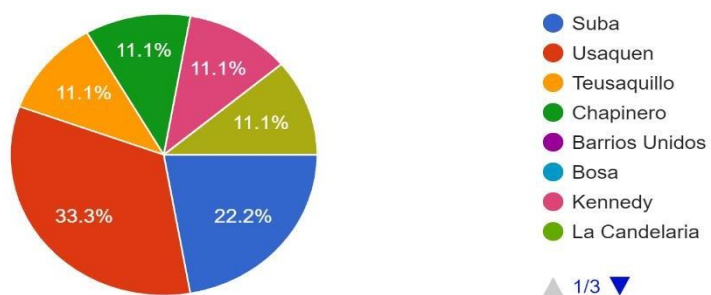
Indique su estrato socioeconómico
9 respuestas



En el estrato socioeconómico el estrato que más predomina es el 2 con un total de 33,3% y con el 22,2% de los encuestados son del estrato 3 al 5 aquí es donde nos damos cuenta que se puede llegar a los estratos más altos e incluso los bajos, aunque no son nuestro mercado principal, pero a un futuro se puede llegar a ese mercado el cual se puede explotar.

Ilustración 8 grafico pregunta 5

Cuál es su localidad
9 respuestas

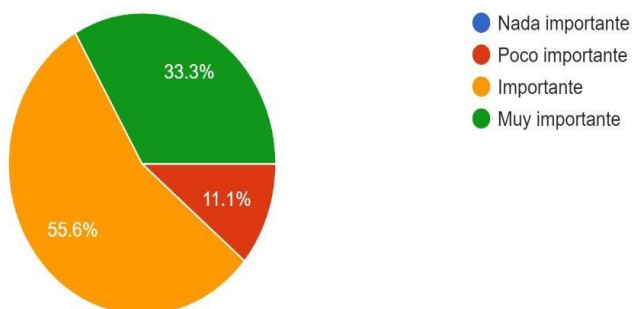


En ciudad de Bogotá que es donde se va a trabajar principalmente las localidades donde se encontró donde se necesita satisfacer esta necesidad están en las localidades de Usaquén donde el 33,3% de los encuestados viven en esta localidad.

La segunda localidad donde se puede satisfacer esta necesidad y con éxito es en Suba la cual el 22,2% de los encuestados viven en esta localidad.

Ilustración 9 grafico pregunta 6

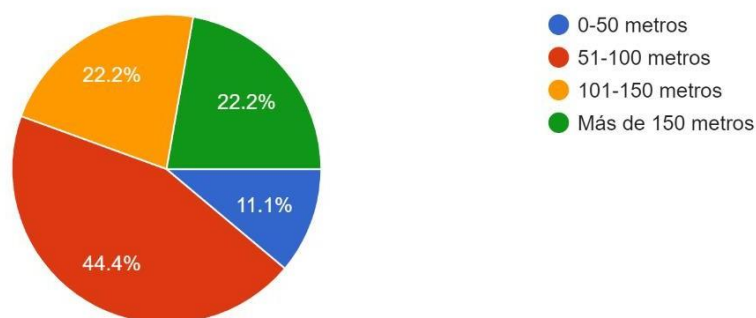
¿Qué tan necesario es para usted contratar servicios domésticos?
9 respuestas



El 55,6% de los encuestados nos dan a conocer que para ellos es importante y esto es igual a necesario contratar a una persona para que les ayude con las labores domésticas las cuales son cocinar, lavar, arreglar la casa entre otras. El 33,3% nos dicen que es muy importante tener a una persona en la casa que nos ayuden en las labores domésticas y tan solo el 11,1% declaran que es poco importante tener a una persona que les ayude con las labores domésticas.

Ilustración 10 gráfico pregunta 7

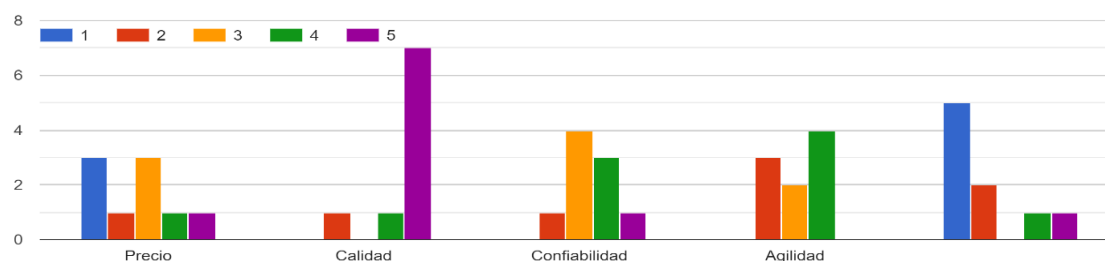
¿Cuál es el metraje aproximado de su casa?
9 respuestas



Para comprender un poco más las necesidades que vamos a satisfacer es importante para CerCon conocer cuanto mide las casas de nuestros clientes y encontramos que el 44,4% de los encuestados sus casas miden entre 51 a 100 metros cuadrados el 22,2% las casas miden entre 101 a 150 metros cuadrados y más de 150 metros cuadrados y solo el 11,1% las casas miden menos de 50% lo cual corresponde apartamentos. Como podemos ver es necesario satisfacer esta necesidad.

Ilustración 11 grafico pregunta 7

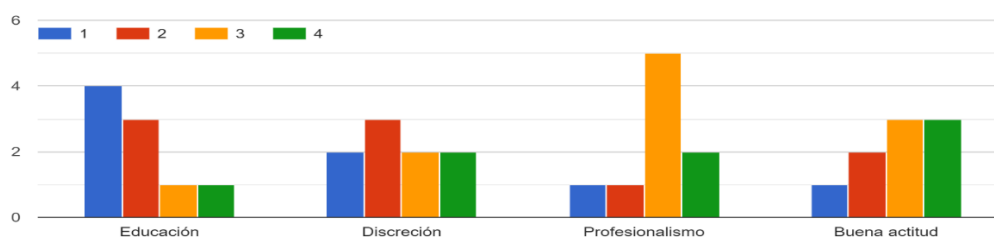
A la hora de contratar servicios domésticos ¿Qué consideras más importante?



En esta pregunta los futuros clientes potenciales de CerCon dan a conocer que la calidad de nuestros servicios es lo más importante seguido de la confiabilidad, agilidad y optimización de los servicios públicos y elementos de aseo. Por último, el precio no es tan importante como sucede como se esperaba.

Ilustración 12 grafico pregunta 8

¿Cuáles son las características más importantes que busca en una empleada doméstica?

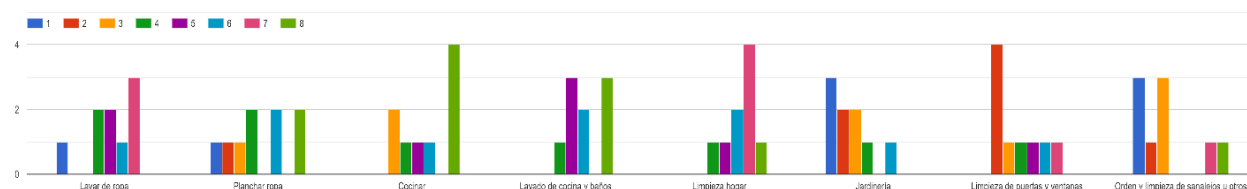


Las personas encuestadas nos dicen que lo más importante para ellos es que nuestras empleadas sean profesionales al ejercer las tareas asignadas por nuestros clientes seguido de una buena educación lo cual es importante para atender visitas, para ser corregidas, o para tener una compañía en las casas. Por supuesto que sean discretas es algo que nuestros clientes ven con

importancia ya que ellas tendrán que estar con total discreción y una buena actitud lo cual es muy importante para toda situación.

Ilustración 13 grafico pregunta 9

Califique de menos importante (1) a más importante (8) la siguientes actividades domésticas

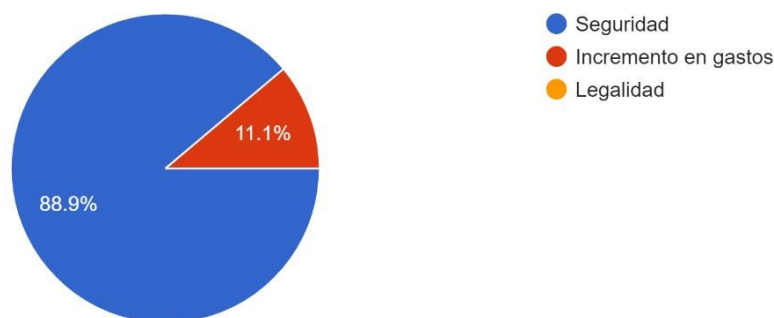


Para nuestros clientes potenciales podemos encontrar que las tareas más importantes está el cocinar, la limpieza general de la casa, limpieza de puertas y ventanas. Seguido de lavar ropa, lavado de cocina y baños, la jardinería, orden y limpieza de sana lejos y otros. Por último, el planchar la ropa no es tan importante pero aún se necesita esta tarea.

Ilustración 14 grafico pregunta 10

¿Qué es lo que más le preocupa a la hora de contratar servicios domésticos?

9 respuestas

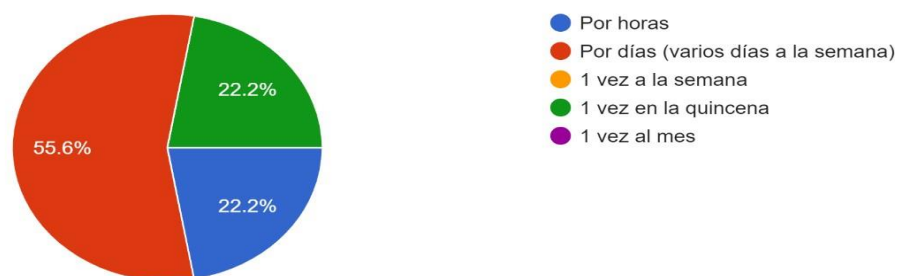


Lo más importante que ve un cliente a la hora de contratar un servicio doméstico es la seguridad ya que en sus casas tendrán acceso a objetos de valor e información privada de la

familia y muchas familias tendrán hijos pequeños lo cual hace que el 88,9% de los encuestados le den importancia a la seguridad. Solo el 11,1% de los encuestados le dan importancia al incremento de gastos a la hora de contratar un servicio doméstico.

Ilustración 15 grafico pregunta 11

Preferiría contratar los servicios domésticos
9 respuestas

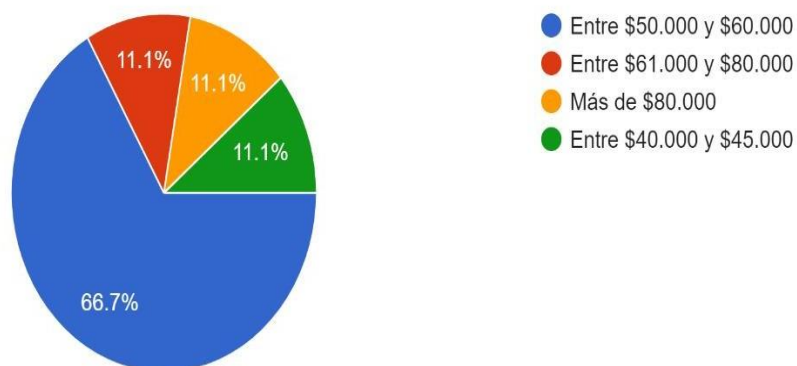


El 55,6% de los encuestados nos dicen que los clientes prefieren contratar nuestros servicios por días ya que es eficiente para las dos partes prestar los servicios por días. El 22,2% de los encuestados nos dicen que por horas es muy factible contratar los servicios. Y el 22,2% nos dicen que una vez en la quincena es muy factible prestar dichos servicios. Con esta información podemos analizar que se pueden crear varios tipos de contratos para nuestros clientes ya que tenemos varios servicios.

Ilustración 16 grafico pregunta 12

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio doméstico diario?

9 respuestas



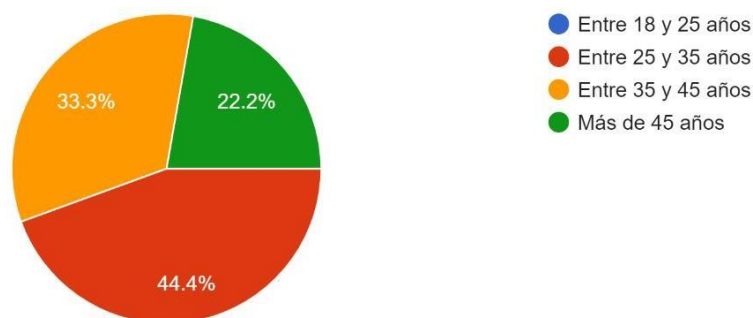
Podemos ver claramente que el 66,7% de las personas que se encuestaron están dispuestas a pagar entre \$50.000 a \$60.000 y el 11,1% entre los precios de \$40.000 a \$80.000 lo cual nos muestra que para un servicio de excelencia ven también el precio y es importante trabajar en facilidad de acceso a nuestros servicios.

En esta pregunta se dio algo muy peculiar y es que las tres opciones que se puedan contratar nuestros servicios mediante una aplicación para nuestros celulares, una empresa intermediaria, o una contratación directa a nuestros encuestados. Para nuestros encuestados estas opciones es igual de factible y no le dan tanta importancia a este punto.

Ilustración 17 Grafico pregunta 13

¿Qué edad prefiere que tengan sus empleadas domésticas?

9 respuestas

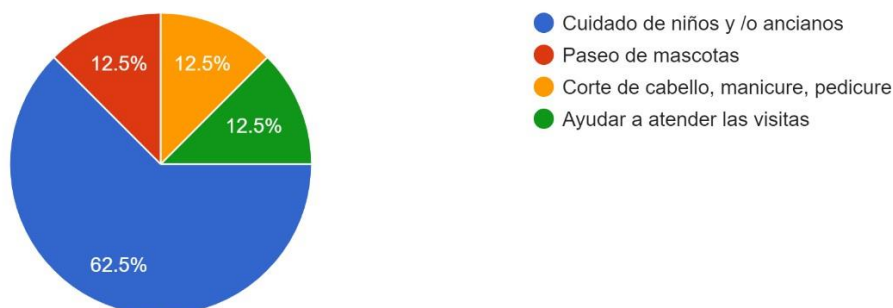


los futuros clientes potenciales de CerCon nos dicen con un 44,4% que las empleadas de CerCon deben de tener una edad de 25 a 35 años. Con un 33.3% las empleadas deben de tener una edad de entre las edades de 35 a 45 años. por último 22,2% de los encuestados nos dicen que las empleadas de CerCon deben de tener una edad de 45 años de edad en adelante. Por supuesto CerCon va a tener empleadas de las edades de este rango que nos dicen los encuestados.

Ilustración 18 Grafico pregunta 14

¿Con qué servicios quisiera que se complementara el servicio doméstico?

8 respuestas



El cuidado de niños y/o ancianos es muy importante para los encuestados el cual nos dio un resultado del 62,5% de importancia. Tan solo el 12,5% se le dio importancia al paseo de mascotas, corte de cabello, manicure y pedicure y ayudar a atender las visitas. Hoy en día los padres tienen que trabajar con horarios que les ocupan la mayor parte del día donde salen por la mañana y llegan por la noche y no pueden cuidar como debería ser a los niños y a los ancianos. Es por eso que CerCon debe de incluir en sus servicios el cuidado de niños y/o ancianos.

De aquí se desencadenan diferentes causas que conllevan a las injustas condiciones laborales de las empleadas domésticas. Con las altas tasas de desempleo, que son más altas en el género femenino, alcanzando el 61% para el segundo trimestre del 2020 (DANE, 2021), las mujeres se ven obligadas a buscar en la informalidad el sustento diario. Siendo las labores domésticas unas actividades culturalmente más abiertas para las mujeres, se encuentra en estas un posible empleo.

Otra de las condiciones que favorece las condiciones laborales injustas en este campo es la naturaleza de la oferta. En muchos hogares, aunque se hacen necesarios los servicios domésticos, la frecuencia con la que se requieren no alcanza a significar en muchos casos ni siquiera un medio tiempo laboral, así como lo pudimos observar en los resultados de las encuestas de la fase Empatizar, en donde el 88,9% requiere o ha requerido el servicio, el 89% lo considera importante o muy importante; pero el 55,6% lo requiere varios días a la semana, mientras que el 44,4% lo prefieren por horas o una vez a la quincena. De este modo pueden existir varios empleadores de una empleada doméstica en donde ninguno compensa las prestaciones y seguridad social.

Definir

Técnica: Diagrama de Ishikawa

Definición del problema desde la perspectiva del mercado objetivo.

El mercado objetivo fue definido en la fase anterior como los hogares conformados por una o más personas de las localidades de Chapinero, Teusaquillo, Suba y Usaquén en Bogotá de los estratos 4, 5 y 6, los cuales son aproximadamente 320.547 hogares.

Ilustración 19 Causa efecto a la hora de contratar servicios

Causas-Efecto a la hora de contratar servicios domésticos

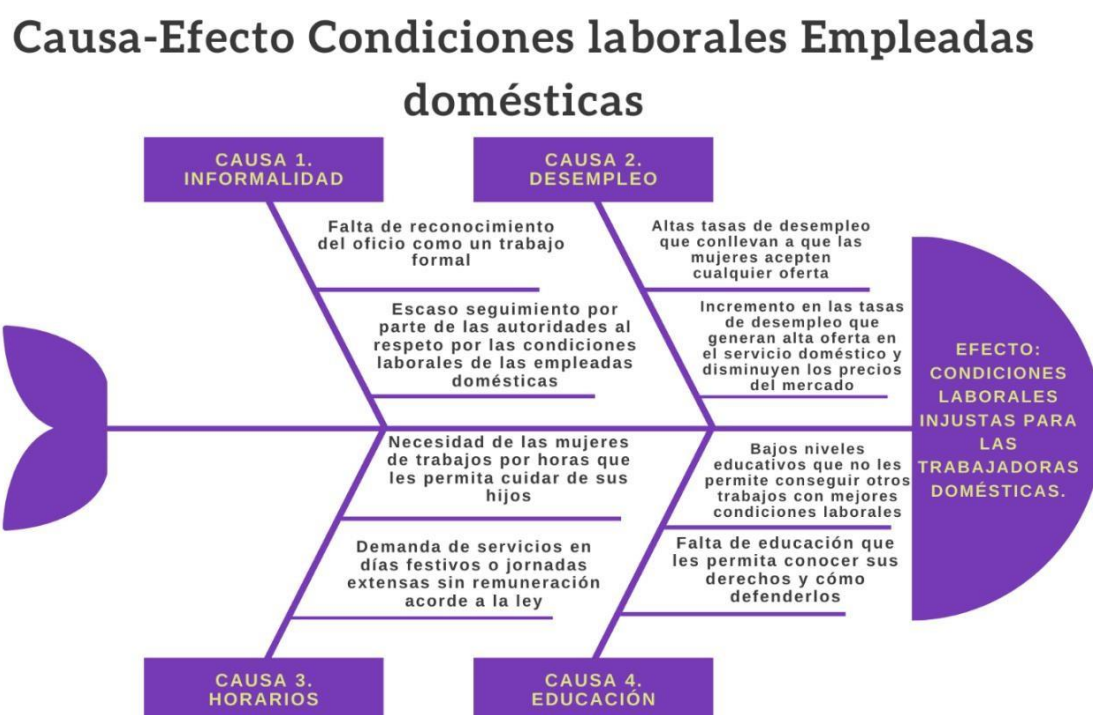


De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada en la fase Empatizar, podemos ver que la mayor preocupación de las personas a la hora de contratar servicios domésticos es la seguridad. Al 88,9% le preocupa la seguridad, lo más importante para ellos es encontrar empleados honestos y confiables. Se hace difícil contratar estos servicios sin alguna

recomendación directa en una ciudad como Bogotá en donde de acuerdo con el Boletín de Seguridad y convivencia van 4.922 hurtos a residencias de enero a agosto del 2021, frente al 65.207 hurtos a personas, 22,8% más que el año anterior en este mismo período (OAIEE, 2021).

Definición del problema desde el enfoque Social

Ilustración 20 causa efecto condiciones laborales



El trabajo doméstico ha sido históricamente desconocido como un trabajo, este ha sido definido culturalmente como las actividades domésticas que presta el ama de casa a sus hijos y/o esposo sin remuneración, por ser un “rol propio de las mujeres”. Esta definición ha sido transferida a mujeres ajenas al hogar que prestan los servicios domésticos a cambio de una remuneración, por lo tanto, su reconocimiento como trabajo quedó subvalorado (León, 2013).

Idear

Método a trabajar: “dentro - fuera”

Este tipo de modelo, es una herramienta que nos permite la toma de decisiones, en que a través del consenso del equipo se establecen los objetivos que van a quedar dentro o fuera de los objetivos de la idea de negocio.

Dentro:

Ubicamos objetivos importantes dentro del proyecto que le permitirán a la compañía generar una gran acogida en el sector de los servicios, también aspectos importantes y diferenciadores que permitan marcar un plus frente a la competencia,

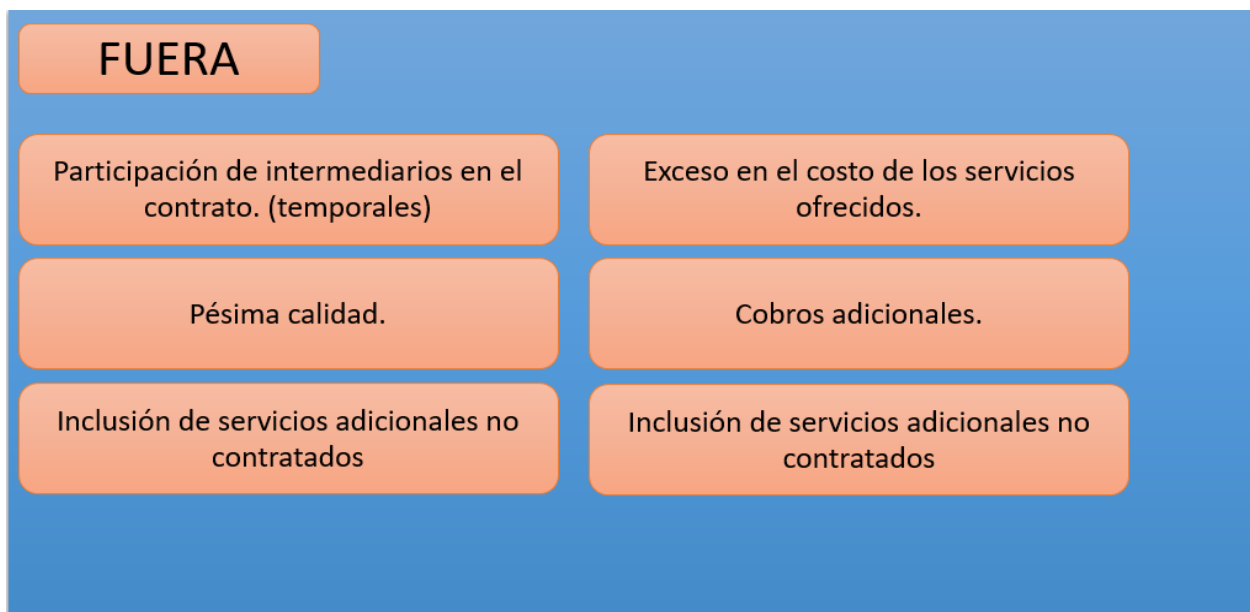
Ilustración 21 dentro



Fuera:

En esta sección se ubicarán todas aquellas que generen controversia o que disminuyan la credibilidad de la compañía, aspectos que pueden generar pérdida en la propuesta de valor.

Ilustración 22 fuera



Prototipado

La importancia de ejecutar un prototipo al iniciar un emprendimiento y proyecto de negocio es poder visualizar la manera en cómo se dará a conocer la empresa y todos los servicios que ofrece.

Dentro de las herramientas que nos brinda la página sugerida por el curso estaba la de Prototipado de Apps en papel. Pero como hay varias herramientas digitales sencillas de usar, preferí hacerla de una vez en una página que permite crear páginas web de manera gratuita.

En este caso se diseñó una página web básica en wix, para poder mostrar a los posibles interesados y ver si es fácil de manejar y acceder a la solicitud del servicio.

Como es una página gratuita, no fue posible ponerle todas las funciones que se requiere para este desarrollo, pero da una idea más clara de lo que es la empresa y los servicios que se ofrecen.

La idea es que desde la página se pueda realizar los pagos en línea, pero para esto, se debían inscribir unos datos que pedía pago, por lo tanto, estas funciones en la página de muestra no estarán disponibles.

Igualmente, la idea es en la página de Nuestro Equipo, pueda haber una opción para aquellas mujeres interesadas en pertenecer a nuestra empresa, puedan dejar sus datos.

Dejo a continuación el link de la página Web de la empresa CerCon para que puedan navegar en este prototipo y dar un inicio a lo que será el desarrollo de este emprendimiento.

<https://smora027.wixsite.com/website-1>

Ilustración 23 bosquejo página web

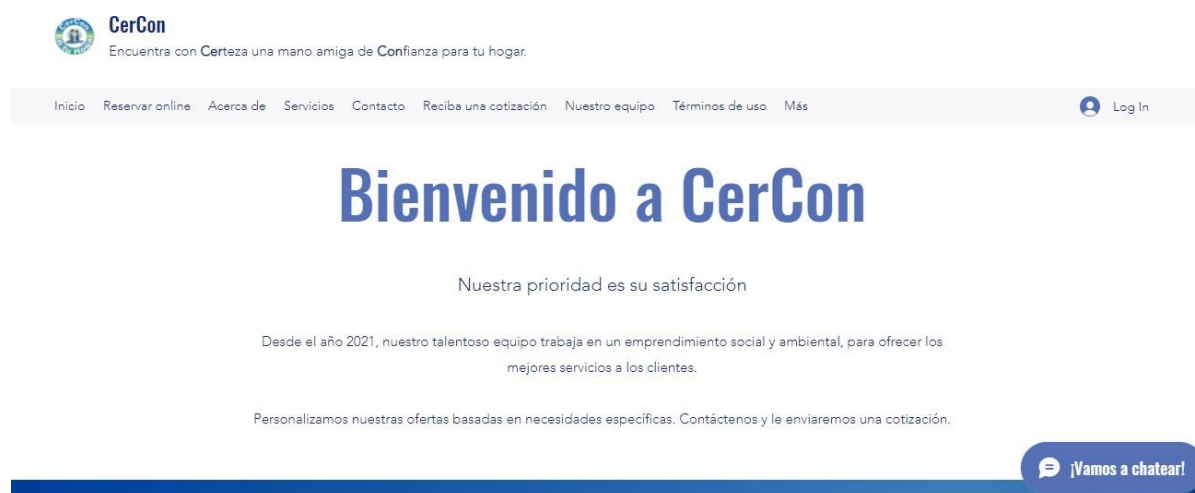


Ilustración 24 bosquejo 2 página web

Profesionalismo. Excelencia. Puntualidad.

Cercon es una empresa que vincula a madres cabeza de hogar, con estrictos filtros de selección de personal que garantiza que las mujeres que laboran en la compañía están capacitadas y recomendadas para ejecutar las tareas del hogar con altos estándares de calidad realizar los diferentes servicios ofrecidos por la compañía, eliminando así los intermediarios de contratación para los servicios comunes y necesidades de los hogares, optimizando los tiempos de respuesta.

La misión de CerCon es sencilla: proporcionar servicios de alta calidad en tiempo y forma. Nuestras colaboradoras se capacitan de manera integral dignificando esta profesión para mejorar la calidad de vida de nuestras madres cabezas de hogar; ellas están formadas para cubrir las necesidades específicas de cada cliente y poder garantizar la excelencia. Esperamos poder cubrir sus necesidades. Para obtener más información, contáctenos hoy mismo.

 ¡Vamos a chatear!

Testear

Según la información recolectada para la presente actividad se ha escogido como mejor opción de comprobación la técnica llamada Storyboard o guion gráfico.

Ilustración 25 Storyboard testear



The storyboard consists of five panels illustrating a customer's experience with CerCon:

- Panel 1:** A woman at a service counter asks, "Necesito ayuda con las tareas de mi hogar estoy interesada con los servicios de Cercon, pero que tan confiables son las personas que trabajan allí?"
- Panel 2:** The woman explains her decision: "He decidido contratar los servicios de esta empresa no solo por mi confianza sino por la calidad que necesito para las tareas de mi hogar".
- Panel 3:** A cleaning professional in a green uniform stands in a bedroom, stating: "He finalizado con la tareas del hogar asignadas el día de hoy, limpieza general, lavado de cocina, baños y limpieza de ventanas."
- Panel 4:** A close-up of the woman's face with a speech bubble: "Quedo impecable además me hez difícil depositar mi confianza pero he quedado muy feliz con el servicio brindado en mi casa".
- Panel 5:** The woman and the cleaning professional in a kitchen. The woman says, "Gracias, tuve varias dudas antes de contratar los servicios de esta empresa pero he quedado muy satisfecha". The professional replies, "Claro que si fue un gusto poderles ayudar con la limpieza de su hogar, gracias por confiar en nosotros".

STORYBOARD DEL SERVICIO DE CALIDAD Y CONFIANZA

NECESIDAD: Se satisface a el usuario con el servicio prestado como lo son las tareas designadas a el empleado con la mayor calidad posible y se rectifica que la confianza no puede estar en mejores manos que en nosotros con el profesionalismo de cada servicio.

Esta técnica genera mayor reconocimiento por parte del usuario, permite mejorar y dar solución a la necesidad que se está trabajando con la empresa CerCon, evaluando la experiencia que tuvo el cliente con nuestro servicio, es una técnica que permite visualizar una guía grafica que presentara soluciones a cada inconveniente que se podría presentar en esta labor dentro de los hogares.

Storyboard de la página web estudio de la etapa prototipado

Ilustración 26 Storyboard página web



Estrategias de mercadeo

Atributos de marca:

Confianza: la compañía les brinda a los consumidores de la marca la confianza, de que los servicios serán ejecutados por personal totalmente honesto y capacitado para el desarrollo de las labores contratadas.

Agilidad: la compañía se encarga de procurar que cada uno de los funcionarios enviados a desarrollar labores tengan la agilidad para cumplir a cabalidad con los servicios solicitados en el tiempo establecido.

Honestidad: CerCon velara por que el personal que se encuentre ejecutando cada labor asignada comprenda lo que significa este valor para a familia CerCon, brindará los servicios que puedan ser cumplibles dentro de los plazos solicitados por los clientes y la información será totalmente clara y transparente para los clientes.

Responsabilidad: la ejecución de cada labor asignada al funcionario debe ser ejecutada en los tiempos establecidos y acordados con cada cliente.

Beneficios del producto

Reciclemos: dentro de la compañía este proyecto enmarcara el compromiso social por ayudar a cuidar el medio ambiente, debido a la crisis que atraviesa el planeta, desarrollar una capacitación a todos los clientes acerca de la importancia de reciclar y dividir los desechos generados por el consumo de diferentes productos a diario.

Contratar con la compañía le dará la certeza de que el servicio adquirido será ejecutado por personal debidamente capacitado y con la responsabilidad suficiente para desarrollar cada tarea ejecutada.

Claridad: Cada funcionario de la compañía dará claridad al cliente sobre el servicio que decidió contratar y el tiempo en que se estipula se llevara a cabo.

Precio competitivo: los precios contratados serán lo suficientemente accesibles para poder competir con los diferentes costos del mercado, mejorando la propuesta de valor ofreciendo a los clientes la información del programa reciclamos.

Grupo objetivo del proyecto

El mercado objetivo fue definido en la fase numero 3 como los hogares conformados por una o más personas de las localidades de Chapinero, Teusaquillo, Suba y Usaquén en Bogotá de los estratos 4, 5 y 6, los cuales son aproximadamente 320.547 hogares.

Para determinar el segmento de mercado que están dispuestos y tienen la capacidad de adquirir nuestro servicio se estima que sean un grupo de consumidores que comparten necesidades y características comunes y al que la marca puede satisfacer, este está comprendido por las personas entre 25 años en adelante, sin discriminación de sexo. La experiencia de adquirir nuestros servicios de los cuales se pretende posicionar en el mercado y obtener un buen nivel de aceptación en el sector de la limpieza y así el valor las tarifas establecidas que estarían dispuestos a pagar los posibles consumidores por la prestación de este tipo de servicio.

Segmentación

Segmentación del mercado y estudio basado en los hogares: Se toma la ciudad de Bogotá como macrosegmento, debido a que la empresa CerCon está ubicada en esta ciudad. Este servicio que se va a ofrecer esta principalmente dirigido a los estratos, 3, 4 y 5 y a todas aquellas personas que deseen un servicio optimo y de confianza para su hogar.

Segmentación Geográfica de los Hogares: Localidades de Chapinero, Teusaquillo, Suba y Usaquén, esta concentración de población en las localidades mencionadas tienen una alta demanda de servicios públicos, salud, educación, vivienda, entre otros, de los cuales podemos deducir que se están estableciendo las características primordiales de estas zonas de la ciudad.

Tabla 4. Análisis de la Segmentación

Demográfica	Características
Edad	20 años en adelante
Sexo	Femenino - Masculino
Estado Civil	Solteros, casados, divorciados, viudos.
Nivel de Ingresos	Medio alto y alto
Vivienda con todas las características	Personas que se interesan por la limpieza de su hogar
Psico demográfica	Características
Estilo de Vida	Personas que se interesan por la limpieza de su hogar.
Conductual	Características
Motivos de compra	Falta de tiempo
Ocasión de uso	Frecuente
Frecuencia de Uso	Usuario potencial y de primera vez.

La competencia

La competencia que tiene CerCon en cuanto los servicios que ofrecemos son Hogaru y Zolvers.

Hogaru es una empresa la cual ofrece la limpieza de hogar, limpiar la oficina y cuidar los niños y ha hecho más de un 1.5 millones de limpiezas realizadas. Esta empresa esta su oficina principal en la ciudad de Bogotá en la calle 105#45^a-39 y en la página web podemos cotizar los servicios que presta y está la aplicación de Hogaru donde también podemos contratar uno o más de los servicios que presta.

Zolvers es una empresa que presta los servicios de empleada doméstica, plomeros, cuidados a adultos mayores y enfermeras para ellos, arreglos generales, gasistas y electricistas. Zolvers es una empresa que tiene servicios que complementa los servicios que ofrece CerCon y Hogaru.

Como podemos ver estas dos empresas ofrecen excelentes servicios y son competencias directas para los servicios que ofrece CerCon.

Serv: Ofrecen servicios de aseo para hogares y empresas, así como desinfecciones especializadas. Cuentan con seguros contra daños y accidentes, brindan servicios en días festivos y horarios nocturnos y cuentan con una verificación de antecedentes a nivel internacional por medio de Truora. (Ser, 2021)

Aliados claves para CerCon

Se buscará alianza estratégica con empresas relacionadas con el tema ambiental y que su enfoque sea el reciclaje, el que puedan brindar las capacitaciones a nuestros funcionarios y en reciprocidad nuestra compañía le entregue los productos que se puedan reciclar.

Se buscarán alianzas con cajas de compensación familiar para la obtención de algunos descuentos en la adquisición de nuestros servicios.

Las aliadas claves de CerCon son las mujeres bogotanas cabeza de hogar de bajos recursos que no cuentan con un trabajo estable y/o ingresos necesarios para tener una calidad de vida digna para ellas y sus familias.

Proveedores de los productos de aseo, ya que CerCon ofrece como única empresa en el sector el servicio de aseo e incluye los productos de aseo amigables con el medio ambiente. Por lo cual los proveedores deben ser muy bien seleccionados.

Alianzas con empresas que ofrecen servicios de enfermería, para poder atender solicitudes de enfermeras en casa, cuidado de adultos mayores o niños especiales.

Aseguradora de daños y robos por parte de las colaboradoras. Esto permitirá que podamos dar una garantía total por la prestación del servicio y en caso de cualquier incidente, estaremos respaldados por la póliza.

Con estas alianzas se generan unos beneficios para la empresa como:

Minimizar riesgos, expandir la empresa con otros servicios, mejorar las ganancias, tener un servicio de calidad y poder atender el servicio con productos biodegradables.

Estratégicas de mercadeo

Audiovisual: Se desarrollará a través de canales tradicionales como radio y televisión, para que los clientes de mayor edad que aun acostumbran a usar este tipo de medios se enteren de nuestros servicios y puedan contratar con nosotros.

Digital: A través de las diferentes aplicaciones, se utilizarán los métodos de marketing actual, es decir cuando una persona busca servicios de limpieza entre otros para su hogar las diferentes aplicaciones arrojaran nuestro banner de contacto para su conocimiento.

Voz a Voz: Este método tradicional sigue siendo un método muy efectivo y cuando finalice cada servicio se solicitará a nuestros clientes referidos de amigos o familiares que posiblemente deseen contratar alguno de los servicios ofrecidos por la compañía.

Estrategia de comunicación.

Aplicar estrategias de Social Media Marketing para dar a conocer la marca en las diferentes redes sociales, logrando más visualización aumentando la tasa de conversión.

Identificar nuestro Buyer Persona para conocer las preferencias de nuestro público objetivo y brindarles contenido atrayente.

Realizar campañas de volanteo en las localidades y barrios de nuestro mercado objetivo.

Estrategia de posicionamiento.

Ofrecer planes de descuentos que consisten en 50% de descuento para el primer servicio y 10% de descuento por referidos.

Contar con un mecanismo digital de calificación del servicio y testimonios de éxitos que actualice nuestras redes sociales, aplicación y página Web.

Estrategia de diferenciación.

CerCon contará con un servicio personalizado pre y pos servicio, enfocado en alcanzar los deseos y necesidades específicas de nuestros clientes a través de un pequeño test digital que hará a la hora de registrarse en la app o página Web.

Campañas digitales innovadoras y creativas enfocadas en la comunicación de nuestra estrategia diferenciadora descrita en el literal anterior.

Estrategias y acción a desarrollar

Tabla 5. Estrategias y acción a desarrollar

Red Social	Estrategia a desarrollar	Contenido
YouTube	Se utilizará una estrategia de comunicación, en donde se dé a conocer la marca, se llame la atención del mercado objetivo con elementos de originalidad, graciosos y creativos que impacte y tenga recordación.	Se subirán videos testimoniales semanales que den buena fe del excelente servicio de la empresa y videos publicitarios donde se puedan identificar cuáles son las actividades que desarrollan nuestras aseadoras en los hogares.
LinkedIn	El marketing de LinkedIn ayuda a interactuar con una comunidad de profesionales para dar impulso a acciones que son relevantes para la empresa.	Publicar contenido en una página de LinkedIn gratuita sobre el servicio completo que ofrece Cercon esto atare seguidores y genera conocimiento de la marca.
Facebook	La red social de Facebook permite que CerCon dé a conocer sus servicios a más personas y no solo de Bogotá, sino que también del resto del país.	Se publicará anuncios en el marketplace para promocionar nuestros servicios, estos serán impulsados monetariamente para obtener así un alcance más grande y efectivo con los espectadores.

Twitter

Twitter permite hacer publicaciones profesionales y nos permite que conocer la opinión de personas que han contratado el servicio de CerCon. Es cierto que Twitter es una herramienta muy útil para criticar a las empresas profesionalmente.

Trafico: se publicarán enlaces y estos dirigirán a los clientes a la página web de CerCon.

Conversaciones: CerCon va a tener una conversación y poder aclarar dudas e inquietudes.

Ventas: los propósitos del Twitter es crear confianza, respeto y fidelizar a los clientes.

Proyección operativa y financiera

Recursos operativos:

El tamaño del proyecto:

Es una empresa pequeña la cual en sus instalaciones tiene unos departamentos básicos necesarios para su operación, como lo son talento humano, servicio al cliente, marketing, tesorería, y el departamento de seguridad por último la oficina de gerencia y la entrada de la oficina la recepción donde se tiene comunicación con todos departamentos anteriormente mencionados. Tiene también una cafetería para que los colaboradores de la empresa puedan tomar su tiempo de almuerzo y su tiempo de break con tranquilidad. Las instalaciones de oficina principal de CerCon debe de tener un espacio adecuado para que los colaboradores guarden sus pertenencias (lockers) mientras cumplen con su horario de trabajo el cual debe de ser seguro. Las instalaciones de la oficina de CerCon debe de tener con dos baños adecuados para los hombres y mujeres.

La tecnología en sus instalaciones es básica, pero de alta calidad, es decir, que CerCon como podemos ver en la distribución física de la oficina de la empresa se encuentran divididos en dos pisos donde el primer piso se encuentra la recepción, la oficina de la gerencia y la oficina de talento humano. En el segundo piso se encuentran las oficinas de servicio al cliente, marketing, los baños de mujeres y hombres, la oficina de seguridad, la oficina de tesorería, la cafetería la cual tiene un espacio amplio para que los colaboradores puedan tomar su almuerzo y break con total comodidad y por último el lockers para guardas las pertenencias de los colaboradores.

En este sentido la tecnología que va a tener CerCon en sus instalaciones es de última generación unas cámaras de seguridad las cuales están grabando las 24 horas del día. Una conexión a internet de alta rapidez lo cual garantiza que la conexión del Wifi sea segura. Teléfonos de última generación para la comunicación interna entre las extensiones de las oficinas, computadores e las impresoras de calidad. Con el mobiliario que se cuenta en las instalaciones son las adecuadas para que los colaboradores administrativos hagan sus tareas laborales con total comodidad.

Físicamente las instalaciones de la oficina cuentan con dos pisos las cuales se encuentran dividida en las oficinas de gerencia y la oficina de talento humano y tesorería y recepción. En el segundo piso se encuentran las oficinas de servicio al cliente y marketing, los baños de mujeres y hombres, la cafetería junto con los lockers de los colaboradores y un cuarto de almacenamiento de los suministros e insumos para la prestación de los servicios.

La capacidad instalada de las oficinas de CerCon

Tabla 6. Capacidad instalada

Capacidad instalada		
Conceptos	Unidad de medida	
	Gerencia	15
	Talento humano y tesorería	15
	Recepción	5
Primer piso	escaleras	5
Total, m2 primer piso		40
	Servicio al cliente Marketing	15
	Baños	15
	Cafetería y Lockers	15
Segundo piso	Almacén de suministros	15
Total, m2 segundo piso		60
Total, m2		100

El total del edificio es de 100 m2 lo cual cada oficina tiene un espacio adecuado para ejecutar sus tareas y además que se pueden movilizar con toda comodidad.

Disponibilidad de insumos:

Tabla 7. Disponibilidad de insumos:

Disponibilidad insumos por mes				
Descripción	Cantidad	Precio unidad		Inversión total
Guantes	10	\$	3.500	\$ 35.000
Escobas	5	\$	4.900	\$ 24.500
Trapero	5	\$	7.400	\$ 37.000
Caja de tapabocas	1	\$	16.000	\$ 16.000
Desinfectante (Galón)	3	\$	25.000	\$ 75.000
Ambientadores (Galón)	2	\$	45.000	\$ 90.000
Caja tapa cabello	2	\$	23.900	\$ 47.800
Jabón (Galón)	1	\$	30.000	\$ 30.000
Blanqueadores (Galón)	1	\$	45.000	\$ 45.000
Vinagre (Galón)	3	\$	10.900	\$ 32.700
Limpiones	10	\$	1.500	\$ 15.000
Tarros dispensadores	25	\$	1.500	\$ 37.500
Bolsas para reciclar	260		300	\$ 78.000
	Total			\$ 504.000

Los insumos que se requieren para iniciar con las actividades de prestar los servicios de aseo al hogar para nuestros clientes son los utensilios básicos para que las expertas en el aseo para el hogar ejerzan sus labores con total eficiencia.

De esta manera los insumos básicos que necesita tienen un gasto total de **\$504.000** en un mes de prestación de servicio de las colaboradoras.

Descripción técnica del servicio:

CerCon va a tener un precio de venta a nuestros clientes para iniciar nuestras labores un paquete de planes promocionales los cuales van hacer que nuestros servicios sean llamativos y

nos destaquemos no solo por nuestros precios de los planes que ofrecemos, sino que también nos vamos a destacar con nuestros servicios y llegaremos al público al que deseamos.

El primer plan que ofrecemos a nuestros clientes es:

Servicio Aseo Hogar Full: este servicio tiene una duración de 8 horas y media hora destinada a el almuerzo de la colaboradora. Tiene un costo de: \$ 99.500. incluye productos de aseo.

Servicio Aseo Hogar Básico: este servicio tiene una duración de 4 horas y media hora destinada a alimentación de la colaboradora. Tiene un costo de: \$ 59.800. incluye productos de aseo.

En búsqueda de generar ingresos fijos mensuales y beneficios para los clientes se ofrecerá los planes mensuales de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los clientes.

Plan Silver: Plan mensual con un servicio semanal de 8 horas. Tiene un costo de: \$ 380.000. Incluye productos de aseo amigables con el medio ambiente, póliza contra daños en su hogar y personal capacitado en reciclaje y manejo de residuos

Plan Diamond: Plan mensual con un servicio semanal de 4 horas. Tiene un costo de: \$ 230.000. Incluye productos de aseo amigables con el medio ambiente, póliza contra daños en su hogar y personal capacitado en reciclaje y manejo de residuos

Plan Gold: Plan mensual con un servicio quincenal de 8 horas. Tiene un costo de: \$ 190.000. Incluye productos de aseo amigables con el medio ambiente, póliza contra daños en su hogar y personal capacitado en reciclaje y manejo de residuos

Tabla 8. Descripción de Servicios

Servicios ofrecidos				
Descripción	Precio	Und de servicio	Ventas x mes	
Servicio aseo hogar full	\$ 99.500	120	\$	11.940.000
Servicio aseo hogar básico	\$ 59.800	48	\$	2.870.400
Plan silver	\$ 380.000	24	\$	9.120.000
plan diamond	\$ 230.000	18	\$	4.140.000
plan gold	\$ 195.000	18	\$	3.510.000
Totales		228	\$	31.580.400

Descripción de instalaciones

Este proyecto para ponerlo en marcha necesita unos equipos básicos

Tabla 9. Descripción de maquinaria para las instalaciones

Equipos de cómputo y electrónicos

Descripción	Cantidad	Precio unidad	Inversión total
Computadores	4	\$ 1.399.900	\$ 5.599.600
Tv 43"	1	\$ 1.599.900	\$ 1.599.900
Impresora laser	2	\$ 809.900	\$ 1.619.800
Cámaras de seguridad y dvr	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Microondas	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Total			\$ 11.019.300

Mobiliario

Descripcion	Cantidad	Precio unidad	Inversión total
Escritorios	4	\$ 299.900	\$ 1.199.600
Sillas para escritorios	4	\$ 299.900	\$ 1.199.600
Comedor	1	\$ 339.900	\$ 339.900
estantería	4	\$ 240.000	\$ 960.000
lockers	1	\$ 750.000	\$ 750.000
Elementos Cafetería	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Sala de Espera	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total			\$ 6.249.100

Distribución de la planta

La distribución de las oficinas está de la siguiente manera: en el primer piso se encuentra la recepción donde la secretaria se encarga de tener comunicación con todas las áreas de CerCon. También se encuentran las oficinas de gerencia y la de talento humano, tesorería.

Ilustración 27 Planos y Planta de la empresa

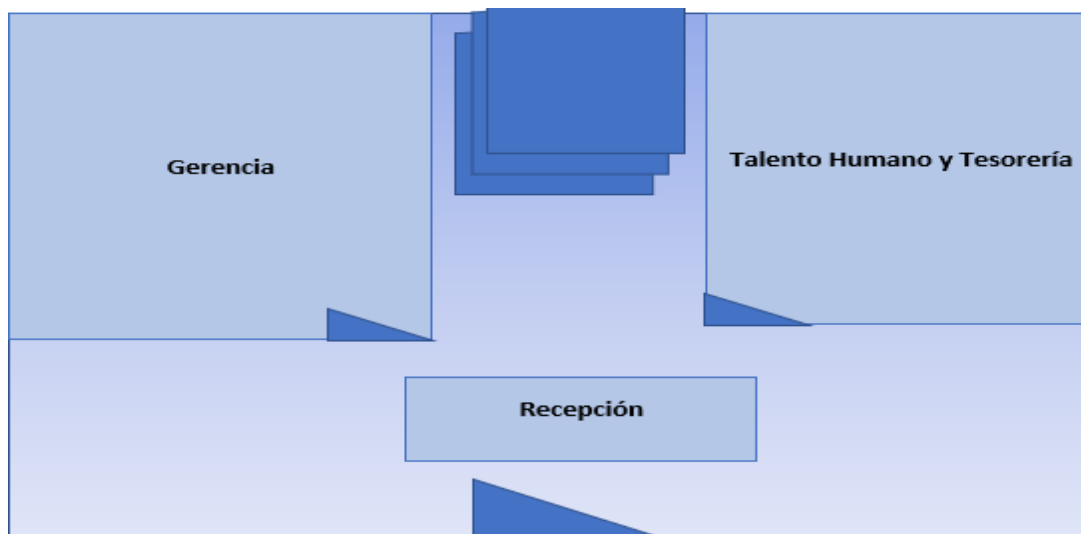
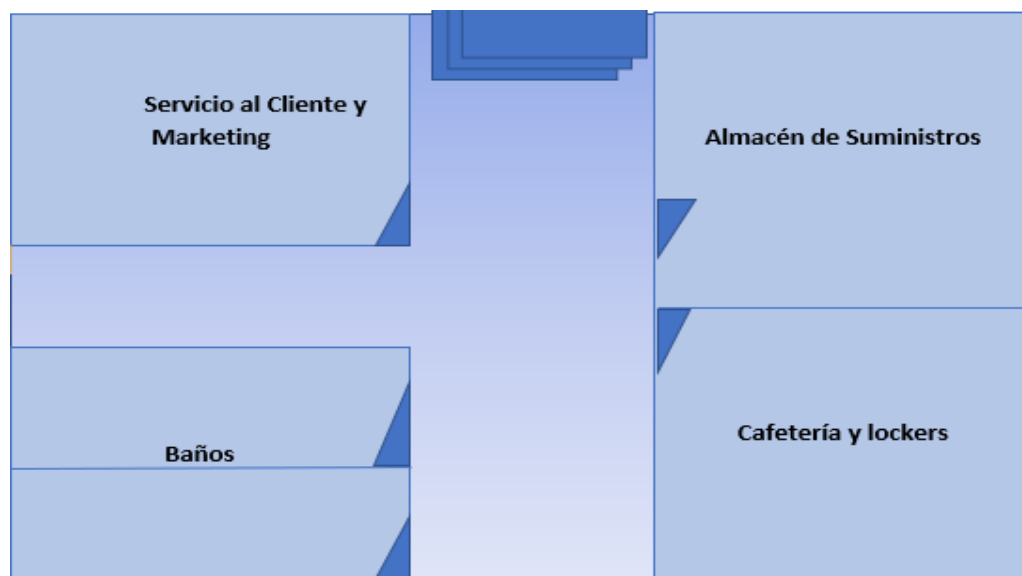


Ilustración 28 Planos y Planta de la empresa



En el segundo piso se encuentran las oficinas de servicio al cliente y marketing, el almacén de suministros, la cafetería, los lockers y los baños.

Descripción de los cargos

Gerencia: Está conformada por los directivos de la empresa, en este caso uno de los socios será el Gerente de la empresa quien tendrá a su cargo velar por la administración de todas las áreas de la empresa para su adecuado funcionamiento, dirección, control y planeación para el buen funcionamiento.

Contador: se realizará una contratación externa por prestación de servicios para llevar la contabilidad de la empresa.

Talento humano y tesorería: Es quien tiene la responsabilidad de hacer las contrataciones cuando es necesario, a su cargo esta, que el clima laboral de la empresa sea adecuado haciendo actividades especiales como la celebración de cumpleaños o celebrar fechas especiales. Como es una empresa pequeña esta persona reportara a el gerente la contabilidad para que gerencia realice las labores de contaduría y pagos.

Recepción: esta persona se encarga de recibir a los proveedores, las personas que llegan a la empresa generando filtros para pasar a el área encargada cada persona que ingresa. Atenderá a las personas que llegan a dejar hojas de vida y realizara el primer filtro antes de pasarlas a talento humano.

Servicio al cliente y marketing: Responsable de llevar el control de los servicios que son solicitados por la página o por teléfono, llevando el control de los servicios que se le asignan a cada colaboradora. Dará reporte diario a talento humano de los servicios generados para disponer la programación de sus colaboradoras para cada día.

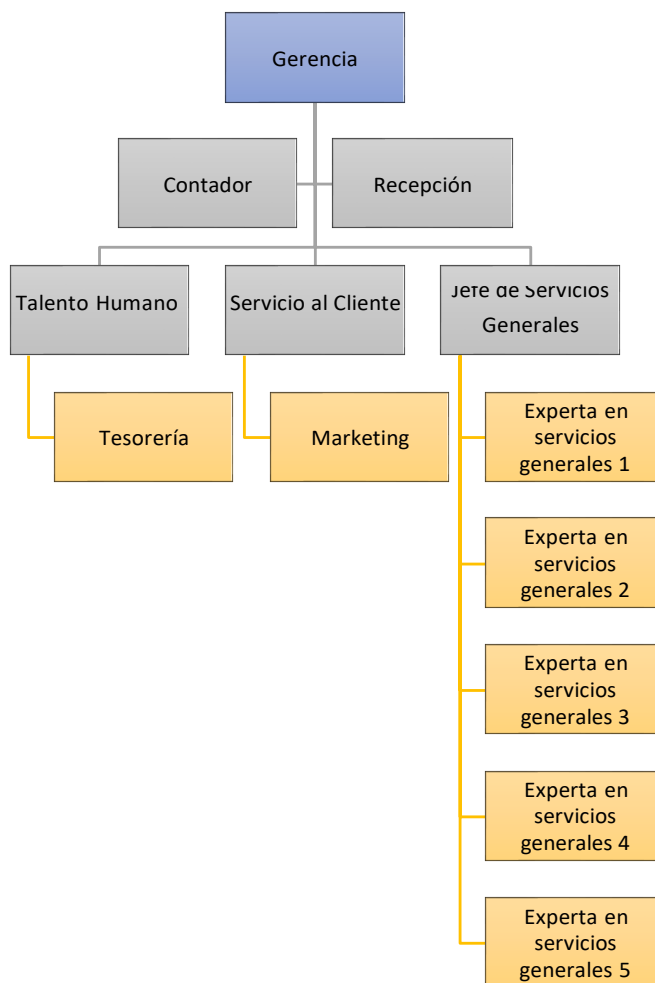
Estar a su cargo el manejo de las redes sociales impulsado cada día mayores ventas y fidelización de los clientes, con estrategias dispuestas por la gerencia.

Realizara la recepción de los pedidos de suministros para la empresa y a su vez dará a diario el suministro de los productos que cada colaboradora llevara para prestar el servicio en cada hogar.

Expertas en servicios generales: Estará a su cargo la atención de cada servicio que sea solicitado en diferentes zonas de la ciudad, y se turnaran el aseo y mantenimiento de las oficinas de la empresa. Iniciaremos labores con 6 personas de servicios generales quienes serán las encargadas de atender los servicios, cumpliendo exitosamente los contratos adquiridos por los clientes.

Organigrama de la empresa CerCon

Ilustración 29 Organigrama CerCon



Proyecciones de salario del personal de la empresa

Al realizar las proyecciones del salario del personal de la propuesta de empresa, se debe tener en cuenta no solo el salario básico, si no que también sus deducciones y todas las apropiaciones que se deben hacer por ley a cada uno de los colaboradores de la empresa.

Tabla 10. Proyecciones de salario del personal de la empresa

Proyección Salarios				
Cargo	Salario Base	Cantidad	Valor total	
Gerente	\$ 2.200.000	1	\$2.200.000	
Contador	\$ 1.200.000	1	\$1.200.000	
Recepcionista	\$ 908.526	1	\$908.526	
Jefe de talento humano y Tesorería	\$ 1.600.000	1	\$1.600.000	
Jefe Servicio al cliente y de marketing	\$ 1.600.000	1	\$1.600.000	
Jefe de Servicios Generales	\$ 1.600.000	1	\$1.600.000	
Expertas en servicios	\$ 1.000.000	5	\$5.000.000	
Total			\$14.108.526	

Tabla 11. Proyecciones de salario del personal de la empresa con deducciones

Proyeccion pago por nomina mensual									
Cargo	Devengado					Deducciones			
	Sueldo	Dias	Aux	Horas	Total	Salud	Pension	Total	Neto a pagar
	Base	liquidados	Transp.	Extra	Devengado	4%	4%	Deducciones	
Gerente	\$ 2.200.000	30	\$ -	\$ -	\$ 2.200.000	\$ 88.000	\$ 88.000	\$ 176.000	\$ 2.024.000
Contador	\$ 1.200.000		\$ -	\$ -	\$ 1.200.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.200.000
Recepcionista	\$ 908.526	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.014.980	\$ 40.599	\$ 40.599	\$ 81.198	\$ 933.782
Jefe de TH y Tesoreria	\$ 1.600.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.706.454	\$ 68.258	\$ 68.258	\$ 136.516	\$ 1.569.938
Jefe S.Cliente y de mar	\$ 1.600.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.706.454	\$ 68.258	\$ 68.258	\$ 136.516	\$ 1.569.938
Jefe de Servicios Generz	\$ 1.600.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.706.454	\$ 68.258	\$ 68.258	\$ 136.516	\$ 1.569.938
Expertas en servicios (1)	\$ 1.000.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.106.454	\$ 44.258	\$ 44.258	\$ 88.516	\$ 1.017.938
Expertas en servicios (2)	\$ 1.000.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.106.454	\$ 44.258	\$ 44.258	\$ 88.516	\$ 1.017.938
Expertas en servicios (3)	\$ 1.000.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.106.454	\$ 44.258	\$ 44.258	\$ 88.516	\$ 1.017.938
Expertas en servicios (4)	\$ 1.000.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.106.454	\$ 44.258	\$ 44.258	\$ 88.516	\$ 1.017.938
Expertas en servicios (5)	\$ 1.000.000	30	\$ 106.454	\$ -	\$ 1.106.454	\$ 44.258	\$ 44.258	\$ 88.516	\$ 1.017.938
Totales									\$ 13.957.283

Tabla 12. Proyecciones de salario del personal de la empresa con Apropriaciones de nomina

Cargo	Seguridad Social				Aportes Parafiscales			Prestaciones Sociales			Total	
	Sueldo Base	Salud 8%	Pension 12,50%	Arl 0,52%	Sena 2%	Caja Com. 4%	Icbf 3%	Prima de servicios	Cesantias	nt. Cesantia	Vacaciones	Apropiación
Gerente	\$ 2.200.000	\$ 176.000	\$ 275.000	\$ 11.484	\$ 44.000	\$ 88.000	\$ 66.000	\$ 183.333	\$ 183.333	\$ 22.000	\$ 91.667	\$ 1.140.817
Contador	\$ 1.200.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Recepcionista	\$ 908.526	\$ 72.682	\$ 113.566	\$ 4.743	\$ 18.171	\$ 36.341	\$ 27.256	\$ 75.711	\$ 75.711	\$ 9.085	\$ 37.855	\$ 471.119
Jefe de TH y Tesoreria	\$ 1.600.000	\$ 128.000	\$ 200.000	\$ 8.352	\$ 32.000	\$ 64.000	\$ 48.000	\$ 133.333	\$ 133.333	\$ 16.000	\$ 66.667	\$ 829.685
Jefe S.Cliente y de mar	\$ 1.600.000	\$ 128.000	\$ 200.000	\$ 8.352	\$ 32.000	\$ 64.000	\$ 48.000	\$ 133.333	\$ 133.333	\$ 16.000	\$ 66.667	\$ 829.685
Jefe de Servicios Gener	\$ 1.600.000	\$ 128.000	\$ 200.000	\$ 8.352	\$ 32.000	\$ 64.000	\$ 48.000	\$ 133.333	\$ 133.333	\$ 16.000	\$ 66.667	\$ 829.685
Expertas en servicios (1)	\$ 1.000.000	\$ 80.000	\$ 125.000	\$ 5.220	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 30.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553
Expertas en servicios (2)	\$ 1.000.000	\$ 80.000	\$ 125.000	\$ 5.220	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 30.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553
Expertas en servicios (3)	\$ 1.000.000	\$ 80.000	\$ 125.000	\$ 5.220	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 30.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553
Expertas en servicios (4)	\$ 1.000.000	\$ 80.000	\$ 125.000	\$ 5.220	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 30.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553
Expertas en servicios (5)	\$ 1.000.000	\$ 80.000	\$ 125.000	\$ 5.220	\$ 20.000	\$ 40.000	\$ 30.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553

Cargo	Prestaciones Sociales					Total	Total
	Sueldo Base	Prima de servicios	Cesantias	nt. Cesantia	Vacaciones	Apropiación	Nomina
Gerente	\$ 2.200.000	\$ 183.333	\$ 183.333	\$ 22.000	\$ 91.667	\$ 1.140.817	\$ 3.164.817
Contador	\$ 1.200.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.200.000
Recepcionista	\$ 908.526	\$ 75.711	\$ 75.711	\$ 9.085	\$ 37.855	\$ 471.119	\$ 1.404.901
Jefe de TH y Tesoreria	\$ 1.600.000	\$ 133.333	\$ 133.333	\$ 16.000	\$ 66.667	\$ 829.685	\$ 2.399.623
Jefe S.Cliente y de mar	\$ 1.600.000	\$ 133.333	\$ 133.333	\$ 16.000	\$ 66.667	\$ 829.685	\$ 2.399.623
Jefe de Servicios Gener	\$ 1.600.000	\$ 133.333	\$ 133.333	\$ 16.000	\$ 66.667	\$ 829.685	\$ 2.399.623
Expertas en servicios (1)	\$ 1.000.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553	\$ 1.536.491
Expertas en servicios (2)	\$ 1.000.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553	\$ 1.536.491
Expertas en servicios (3)	\$ 1.000.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553	\$ 1.536.491
Expertas en servicios (4)	\$ 1.000.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553	\$ 1.536.491
Expertas en servicios (5)	\$ 1.000.000	\$ 83.333	\$ 83.333	\$ 10.000	\$ 41.667	\$ 518.553	\$ 1.536.491
TOTAL NOMINA MENSUAL CERCON						\$ 20.651.042	

Descripción de equipos de oficina.

Para que la empresa CerCon pueda operar requiere de los siguientes equipos:

Tabla 13. Descripción de maquinaria para operar

Equipos de cómputo y electrónicos

Descripción	Cantidad	Precio unidad	Inversión total
Computadores	4	\$ 1.399.900	\$ 5.599.600
Tv 43"	1	\$ 1.599.900	\$ 1.599.900
Impresora laser	2	\$ 809.900	\$ 1.619.800
Cámaras de seguridad y dvr	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Microondas	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Total			\$ 11.019.300

Mobiliario

Descripción	Cantidad	Precio unidad	Inversión total
Escritorios	4	\$ 299.900	\$ 1.199.600
Sillas para escritorios	4	\$ 299.900	\$ 1.199.600
Comedor	1	\$ 339.900	\$ 339.900
estantería	4	\$ 240.000	\$ 960.000
lockers	1	\$ 750.000	\$ 750.000
Elementos Cafetería	1	\$ 300.000	\$ 300.000
Sala de Espera	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Total			\$ 6.249.100

Procesos preoperativos

Para crear una empresa en Colombia debemos cumplir con ciertos documentos básicos ante la cámara de comercio, Dian e Industria y comercio, estos trámites se pueden verificar por internet y su radicación directamente ante las oficinas de dependiendo el punto de ubicación de la empresa.

Estos trámites tienen un costo que se debe tener en cuenta al momento de la apertura.

Paso 1: es identificar si vamos a registrar la empresa como persona natural o jurídica. En este caso vamos a registrarnos como persona jurídica ya que somos 5 socios los propietarios por lo tanto se haría como una sociedad SAS, por lo que nos debemos registrar como régimen común, facturando el IVA. Se debe tener un contador y hacer el respectivo registro en la Dian.

Paso 2: La verificación del nombre de la empresa, en este caso el emprendimiento se nombró: CerCon en la página de la cámara de comercio https://linea.ccb.org.co/ccbConsultasRUE/Consultas/RUE/consulta_empresa.aspx se puede hacer la consulta para ver la disponibilidad al momento de hacer el registro en la matrícula mercantil.

Paso 3: se debe verificar la clasificación de la actividad económica a través de los códigos CIU

Paso 4: Descargar la documentación exigida

Formulario del Registro Único Empresarial y Social (RUES)

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/formulario_unificadoRUES_agosto102020.pdf

Generar los estatutos de la empresa. La cámara de comercio brinda un modelo de estos estatutos. Para nuestro caso sería para una sociedad por acciones simplificada.

https://www.ccb.org.co/content/download/536/9322/file/7467_constitucion_de_sas.docx

Adjuntar las fotocopias de las cédulas de los representantes legales. El contador debe hacer el balance inicial. Con la información que se tiene en el estatuto de la empresa en donde se establecieron los valores de aporte de cada socio y a si mismo su porcentaje de participación.

Con estos documentos nos podemos acercar a la cámara de comercio para hacer el registro de la matrícula mercantil. Tres días hábiles después de haber radicado la documentación, se puede pedir cita en la Dian para el registro del Rut. O hacerlo de manera virtual en la página.

https://www.dian.gov.co/tramitesservicios/Tramites_Impuestos/RUT/Paginas/inscripcion_rut.asp
x este trámite en la Dian, no tiene costo.

Como el régimen del gimnasio es Común. Ante la Dian, también se debe tramitar el registro de la factura electrónica. <https://www.dian.gov.co/>

Paso 5: Una vez se tiene la Cámara de comercio inscrita y el Rut en la Dian. Los socios podemos elegir el banco en donde se realizará la apertura de una cuenta.

Es fundamental la apertura de esta cuenta para poder administrar los recursos de manera eficiente y transparente para los socios.

Y en este caso los requisitos para abrir una cuenta a una persona jurídica SAS:

Cámara de comercio vigente no mayor a 30 días

El balance inicial ya que la empresa es nueva

Copia del RUT

Fotocopia de la cedula del representante legal y de los socios

La autorización de quienes van a quedar firmando para autorizar pagos y retiros.

Participación accionaria

Paso 6: Registro en el RIT Registro de contribuyentes del impuesto de industria y comercio, trámite que se realiza ante Secretaría Distrital de Hacienda. Este trámite se puede hacer dentro de los dos primeros meses de operación. Requisitos:

Certificado de existencia y representación legal, expedido por la Cámara de Comercio, con vigencia no mayor a 90 días.

Registro único tributario - RUT: presentar original o fotocopia del documento.

Descargar y diligenciar el formulario de RIT Contribuyente: con este formulario(s) se realiza la inscripción, actualización y cese de actividades, de la Sociedad.

Descargar y diligenciar el formulario de RIT Establecimiento: este formulario se utiliza para realizar la apertura, actualización o clausura de los establecimientos de comercio que posea el contribuyente.

Carta de autorización firmada por representante legal (en la carta se debe indicar el nombre y número de identificación del autorizado, así como el trámite que se requiere).

Fotocopia del documento de identificación del representante legal

Acercarse a uno de los puntos de atención SuperCade para adelantar el trámite, si se tienen todos los requisitos este documento se entrega de manera inmediata.

Tabla 14. Procesos preoperativos

Gastos legales		
Derechos por cancelación y mutación		
Descripción		Precio
Cancelación de matrícula de comerciante	\$	12.100,00
Cancelación de matrícula de establecimientos comercial	\$	12.100,00
Mutaciones referentes a la actividad comercial	\$	12.100,00
Total	\$	36.300,00
Derechos por inscripción de libros y documentos		
Descripción		Precio
Registro mercantil de los actos y documentos	\$	45.000,00
Registro mercantil de los libros y documentos	\$	45.000,00
Fotocopias	\$	200,00
Hojas de libro de comercio	\$	100,00
Deposito estados financieros	\$	21.600,00
Total	\$	111.900,00
Certificado de registro mercantil y entidades sin ánimo de lucro		
Descripción		Precio
Matricula mercantil	\$	3.000,00
Existencia y representación legal, inscripción documentos	\$	6.100,00
Certificados especiales	\$	6.100,00
Total	\$	15.200,00
Formularios		
Descripción		Precio
Formulario RUES	\$	6.100,00
Total	\$	6.100,00
Tarifa de registro único de proponentes		
Descripción		Precio
Inscripción por cada proponente	\$	576.000,00
Renovación por cada proponente	\$	576.000,00
Actualización o renovación por cada proponente	\$	308.000,00

Certificados	\$	52.000,00
Expedición de copias	\$	3.000,00
Total	\$	1.515.000,00
Total, documentos legales	\$	1.648.200,00

localización del proyecto

Este emprendimiento por ser una empresa prestadora de servicios no requiere que este ubicado en un sector comercial, pero como los servicios se prestaran en hogares ubicados en los estratos 4 al 6, de acuerdo a los estudios previos se pudo identificar que las localidades de con mayor demanda inicialmente son: Teusaquillo, Chapinero, Suba y Usaquén. Se puede buscar una casa que pueda ser arrendada y que tenga en su registro que pueda ser usada para el funcionamiento de una empresa para disminuir costos administrativos y de operación.

El total del lugar que necesitamos debe estar entre 100 m2 lo cual cada oficina tiene un espacio adecuado para ejecutar sus tareas y además que se pueden movilizar con toda comodidad.

Las ventajas de ubicarlo dentro de la zona de mayor demanda, es que se reducen costos de viáticos de las colaboradoras para su desplazamiento a los puntos de trabajo.

La desventaja es que el arriendo puede salir más costoso por el sector en donde se ubicara la empresa, ya que la mayoría de las colaboradoras viven en otras zonas de la ciudad, más alejadas.

Proyecciones de ventas:

CerCon va a llegar a los estratos de cuatro a seis en la ciudad de Bogotá, es por esta razón que las oficinas van a estar en la ciudad de Bogotá.

Tabla 15. Evaluación demanda

Población objetivo	Estratos de 4 a 6
Consumo promedio (mensual o anual)	70% es mensual y el 30% es anual
Total, consumo	100 %
Porcentaje de captura (% de mercado al que se desea llegar)	Estrato 4 (9,42%)
	Estrato 5 (2,99%)
	Estrato 6 (1,55)
Total, demanda potencial	13,96% de la demanda potencial

La proyección de ventas que se ha desarrollado para CerCon para los próximos tres años está diseñado para que CerCon crezca un 4% mensual y a su vez se mantiene por cada año.

Tabla 16. Proyecciones de ventas

Proyección de ventas						
	Año 1		Año 2		año 3	
Total	\$	474.520.947	\$	493.501.785	\$	513.241.856
Enero	\$	31.580.400	\$	32.843.616	\$	34.157.361
Febrero	\$	32.843.616	\$	34.157.361	\$	35.523.655
Marzo	\$	34.157.361	\$	35.523.655	\$	36.944.601
Abril	\$	35.523.655	\$	36.944.601	\$	38.422.385
Mayo	\$	36.944.601	\$	38.422.385	\$	39.959.281

Junio	\$	38.422.385	\$	39.959.281	\$	41.557.652
Julio	\$	39.959.281	\$	41.557.652	\$	43.219.958
Agosto	\$	41.557.652	\$	43.219.958	\$	44.948.756
Septiembre	\$	43.219.958	\$	44.948.756	\$	46.746.707
Octubre	\$	44.948.756	\$	46.746.707	\$	48.616.575
Noviembre	\$	46.746.707	\$	48.616.575	\$	50.561.238
Diciembre	\$	48.616.575	\$	50.561.238	\$	52.583.687

Según la tabla anterior en el primer año para cumplir la meta el año 1 de ventas de **\$474.520.947 millones** cada mes debe de cumplir un plan de venta de atención inicial de 228 servicios, que va creciendo de manera mensual en un 4%, de igual manera la nómina también crecerá para poder cubrir los servicios a atender.

Precio de venta

para poder identificar el precio de venta es necesario analizar los costos fijos y variables que genera la empresa.

Tabla 17 Costos Fijos mensuales

Costos fijos mensuales	
Concepto	Valor
Salarios	\$ 20.651.042
Servicios públicos	\$ 500.000
Arriendo	\$ 1.500.000
Póliza contra daños	\$ 250.000
Total	\$ 22.901.042

Tabla 18. Costos Variables mensuales

Costos Variables mensuales	
Concepto	Valor
Viáticos por transporte	\$ 1.200.000
Suministros para el servicio	\$ 504.000
Papelería	\$ 50.000
Publicidad	\$ 150.000
Mantenimientos	\$ 60.000
Total	\$ 764.000

Se estima que en el mes la empresa puede iniciar atendiendo 228 servicios con 6 colaboradoras con las que inicia la nómina.

Tabla 19. Valor servicios ofrecidos mes

Servicios ofrecidos					
Descripción	precio	Und de servicio	ventas x mes		
Servicio aseo hogar full	\$ 99.500	120	\$	11.940.000	
Servicio aseo hogar básico	\$ 59.800	48	\$	2.870.400	
Plan silver	\$ 380.000	24	\$	9.120.000	
plan diamond	\$ 230.000	18	\$	4.140.000	
plan gold	\$ 195.000	18	\$	3.510.000	
Totales		228	\$	31.580.400	

Tabla 20. Costos Promedio unitario

Costo total promedio unitario	
Concepto	Valor
Suministros para el servicio	\$ 504,000
Nomina Aseadoras	\$ 7,682,455
Viáticos por transporte	\$ 1,200,000
Póliza contra daños	\$ 250,000
Total	\$ 9,636,455
N° de servicios Atendidos por mes	228
Costo total promedio unitario	\$ 42,265

Para poder llegar a un punto de equilibrio debemos revisar los costos fijos y variables y aplicar esta fórmula: $PEU = \text{Costos Fijos} / (\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable Unitario})$

Se tomo un promedio de los servicios prestados al mes, ya que como se manejan varios planes, por lo cual se saca un estimado del costo de cada servicio

Tabla 21 Promedio Valor servicio

Servicios ofrecidos						
Descripción	Precio	und de servicio	ventas x mes	promedio valor servicio		
Servicio aseo hogar full	\$ 99.500	120	\$ 11.940.000	\$		99.500
Servicio aseo hogar básico	\$ 59.800	48	\$ 2.870.400	\$		119.600
Plan silver	\$ 380.000	24	\$ 9.120.000	\$		95.000
plan diamond	\$ 230.000	18	\$ 4.140.000	\$		115.000
plan gold	\$ 195.000	18	\$ 3.510.000	\$		97.500
Totales		228	\$ 31.580.400	\$		105.320

De esta manera se obtuvo el punto de equilibrio

Tabla 22. Punto de Equilibrio

Punto de equilibrio	
Concepto	Año 1
Total, costos fijos	\$ 274.812.507
Total, costos variables	\$ 9.168.000
Número de unidades	2736
Costo total promedio unitario	\$ 115.637.461
Costo promedio unitario	\$ 42.265
Costo variable unitario	\$ 3.351
Precio de venta sin IVA	\$ 95.745
Precio de venta CON IVA	\$ 105.320
Utilidad mensual	\$ 7.915.358
Margen de utilidad promedio	40,13%
Punto de equilibrio en unidades	2974,3

Tabla 25. Proyección de ventas Año 2 expresado en miles.

Año 2					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Total, Ventas	32.843.616	34.157.361	35.523.655	36.944.601	38.422.385
Descuentos por ventas	27.599.677	28.703.664	29.851.811	31.045.883	32.287.719
% ventas de contado	100%	100%	100%	100%	100%
%ventas a crédito	0%	0%	0%	0%	0%

Año 2	Año 2						
	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
Total, Ventas	39.959.281	41.557.652	43.219.958	44.948.756	46.746.707	48.616.575	50.561.238
Descuentos por ventas	33.579.228	34.922.397	36.319.292	37.772.064	39.282.947	40.854.265	42.488.435
% ventas de contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
%ventas a crédito	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Tabla 26. Proyección de ventas Año 3 expresado en miles.

Año 3					
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo
Total, Ventas	34.157.361	35.523.655	36.944.601	38.422.385	39.959.281
Descuentos por ventas	28.703.664	29.851.811	31.045.883	32.287.719	33.579.228
% ventas de contado	100%	100%	100%	100%	100%
%ventas a crédito	0%	0%	0%	0%	0%

Año 3	Año 3						
	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
Total, Ventas	41.557.652	43.219.958	44.948.756	46.746.707	48.616.575	50.561.238	52.583.687
Descuentos por ventas	34.922.397	36.319.292	37.772.064	39.282.947	40.854.265	42.488.435	44.187.973
% ventas de contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
%ventas a crédito	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Capital de trabajo

Tabla 27. Capital de trabajo

FLUJO DE CAJA MENSUAL PRIMER AÑO						
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Ingresos						
Ventas	\$ 31.580.400	\$ 32.843.616	\$ 34.157.361	\$ 35.523.655	\$ 36.944.601	\$ 38.422.385
Total ingresos	\$ 31.580.400	\$ 32.843.616	\$ 34.157.361	\$ 35.523.655	\$ 36.944.601	\$ 38.422.385
Egresos						
Compra materia e insumos	\$ 504.000	\$ 524.160	\$ 545.126	\$ 566.931	\$ 589.609	\$ 613.193
Remuneración P. Oper.	\$ 10.082.078	\$ 10.082.078	\$ 10.082.078	\$ 11.618.569	\$ 11.618.569	\$ 11.618.569
Viaticos por transporte	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
Poliza cotra daños	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000
Gastos G. de operación	\$ 12.036.078	\$ 12.056.238	\$ 12.077.204	\$ 13.835.501	\$ 13.858.178	\$ 13.881.762
Remuneración Admon	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964
Gastos de administracion	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000
Gastos financieros						
Gastos de marketing	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Adecuacion Local	\$1.200.000					
Estudio de investigación	\$500.000					
Otros gastos	\$1.000.000					
Total egresos	\$ 27.565.042	\$ 24.885.202	\$ 24.906.169	\$ 26.664.465	\$ 26.687.142	\$ 26.710.726
Flujo mensual	\$ 4.015.358	\$ 7.958.414	\$ 9.251.192	\$ 8.859.190	\$ 10.257.459	\$ 11.711.659

FLUJO DE CAJA MENSUAL PRIMER AÑO							
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
Ingresos							
Ventas	\$ 39.959.281	\$ 41.557.652	\$ 43.219.958	\$ 44.948.756	\$ 46.746.707	\$ 48.616.575	
Total ingresos	\$ 39.959.281	\$ 41.557.652	\$ 43.219.958	\$ 44.948.756	\$ 46.746.707	\$ 48.616.575	
Egresos							
Compra materia e insumos	\$ 637.721	\$ 663.230	\$ 689.759	\$ 717.349	\$ 746.043	\$ 775.885	
Remuneración P. Oper.	\$ 13.155.060	\$ 13.155.060	\$ 13.155.060	\$ 14.691.551	\$ 14.691.551	\$ 14.691.551	
Viaticos por transporte	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	
Poliza cotra daños	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 250.000	
Gastos G. de operación	\$ 15.642.781	\$ 15.668.290	\$ 15.694.819	\$ 17.458.900	\$ 17.487.594	\$ 17.517.436	
Remuneración Admon	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	\$ 10.568.964	
Gastos de administracion	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	\$ 2.110.000	
Gastos financieros							
Gastos de marketing	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	
Adecuacion Local							
Estudio de investigación							
Otros gastos							
Total egresos	\$ 28.471.745	\$ 28.497.254	\$ 28.523.783	\$ 30.287.864	\$ 30.316.558	\$ 30.346.400	
Flujo mensual	\$ 11.487.536	\$ 13.060.398	\$ 14.696.175	\$ 14.660.892	\$ 16.430.148	\$ 18.270.175	

Los gastos financieros no son tenidos en cuenta para este primer año ya que la empresa no requerirá de préstamos bancarios para su inicio de operación.

Tabla 28.Saldos acumulados.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Flujo Mensual	4.015.358	7.958.414	9.251.192	8.859.190	10.257.459	11.711.659
Flujo Mensual Acum	4.015.358	11.973.772	21.224.964	30.084.154	40.341.613	52.053.272
	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Flujo Mensual	11.487.536	13.060.398	14.696.175	14.660.892	16.430.148	18.270.175
Flujo Mensual Acum	63.540.808	76.601.206	91.297.381	105.958.273	122.388.421	140.658.596

Como se puede analizar la empresa tendrá un flujo de caja positivo en cada mes, lo que permite determinar que se tendrá una liquidez para afrontar los gastos que genera la empresa mes a mes y por si surgen gastos adicionales o necesidad de expansión y crecimiento que genere nuevos gastos.

Inversiones.

La empresa CerCon tiene 5 socios todos capitalistas quienes realizaran un aporte inicial de 10 millones de pesos cada uno. Lo que nos da un efectivo inicial de 50 millones de pesos. y también realizaran aporte en conocimiento.

Con este efectivo se da inicio a las compras de mobiliario, equipos para oficina, las adecuaciones del local y los primeros pagos para los pasivos de la empresa, como lo son arriendo, servicios, compra de suministros, gastos de constitución, y el pago de la nómina por lo menos para el primer mes.

Como esta empresa es de servicios se proyecta por lo menos desde el segundo mes ya generar ingresos que permita el pago de sus pasivos a corto plazo.

Las ventajas que tenemos es que no se requiere de inversión externa, por lo tanto, no hay que preocuparse por pagos mensuales a entidades financieras, los insumos que requiere para su operación no supera los \$600.000 mensuales. Y el ingreso es por los servicios prestados es decir la mano de obra de nuestras colaboradoras.

Por lo que los socios y sus colaboradores se deben enfocar en hacer un excelente marketing y publicidad. Para lo cual el compromiso es que cada socio se encargara de generar un plan de marketing digital que permita el reconocimiento de la empresa. Ya que los costos para pagos de publicista, diseñador son costosos.

En la tabla que se presenta a continuación se puede identificar el aporte de los socios, los activos que se tienen inicialmente que son la compra del mobiliario y equipos. Y el ingreso de por lo menos 4 meses de ingresos por ventas.

En los pasivos encontramos los gastos que genera la empresa mes a mes a corto plazo proyectando los gastos de los primeros 6 meses de funcionamiento.

Esto nos da que el capital de trabajo = Activos corrientes - Pasivos corrientes está en positivo: \$ 57,774.506. lo que nos da que la empresa genera liquidez para poder sostenerse y generar un crecimiento para el primer año de inicio de actividades.

Se trato al máximo de minimizar costos, para poder iniciar labores sin necesidad de solicitar préstamos externos.

Tabla 29. Inversión y capital de trabajo.

Inversión total		
Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Efectivo aportado socios	\$ 50.000.000
	Maquinaria y equipo	\$ 11.019.300
	Equipo de oficina	\$ 6.249.100
	Ingresos por ventas 4 meses	\$ 134.105.032
	Total, disponible	\$ 166.836.632
Instalaciones, puesta en marcha con los pasivos fijos a corto plazo (6 meses)	Estudio de Investigación	\$ 500.000
	Adecuación del local	\$ 1.200.000
	Gastos legales	\$ 1.648.200
	Compra materia e insumos	\$ 3.343.020
	Arriendo	\$ 9.000.000
	Servicios	\$ 3.000.000
	Gastos de marketing	\$ 900.000
	Póliza contra daños	\$ 3.000.000
	Viáticos por transporte	\$ 7.800.000
	Salarios Personal Operativo	\$ 65.101.942
	Salarios Personal Admón.	\$ 10.568.964
	Otros gastos	\$ 3.000.000
	Total, pasivos a 6 meses	\$ 109.062.125
	Capital de trabajo	\$ 57.774.506

Conclusiones

Con el desarrollo de cada fase se logró identificar de manera más clara las problemáticas que se quieren solucionar con este proyecto de emprendimiento social con un impacto ambiental, en este punto del desarrollo de este proyecto se tiene mayor claridad de la situación que enfrentan este segmento de población como lo son las jefas de hogar y todas las dificultades sociales, económicas y afectivas que tienen consecuencias en su propio desarrollo como mujeres y la calidad de vida que le pueden brindar a sus hijos no es la que ellas quisieran.

Las mujeres cabeza de hogar tienen la responsabilidad de cuidar afectiva, social, económicamente a menores de edad y desafortunadamente un gran porcentaje de estas jefas de hogar no tienen una formación, un trabajo digno y unos ingresos que están por debajo de los que acceden los hombres, es por esto que vemos aun una desigualdad de géneros que debe estar en el ojo de proyectos sociales que incentiven mejorar estos índices y mejoren la calidad de vida de estas mujeres.

Una de las poblaciones mayormente afecta en lo transcurrido de la pandemia ha sido la mujer debido a la culminación de sus labores económica, al verse en la obligación de retornar a los oficios del hogar por diferentes razones entre ellas la educación de sus hijos desde casa, por tanto ofrecer alternativas de trabajo donde el manejo de su tiempo y una remuneración adecuada a las actividades que desarrollen permitirá que se reduzca la pobreza y les brindara un mejor sostenimiento económico para ellas y sus familias.

Cuando un emprendimiento social, desde su propuesta inicial conlleva dentro de si los factores o dimensiones que pueden llegar a afectarlo, la planeación del mismo será adecuada de

mejor forma y podrá llevar un enfoque más certero en la disminución de riesgos o factores negativos que puedan afectar su ciclo de vida, dando así a los creadores la posibilidad de buscar soluciones o alternativas que les permitan generar un proyecto de innovación que perdure en el tiempo.

Este desarrollo del trabajo permitió ver la importancia del planteamiento de la propuesta de la innovación social de un proyecto que esté enfocado principalmente en solucionar una problemática que afecta a una comunidad. Adicionalmente, con el fin de que el proyecto sea sostenible en el tiempo debe tener un componente auto sustentable, es decir, generar rentabilidad sin necesidad de depender de donaciones para su funcionamiento. Además, la idea debe ser innovadora, que no exista o que sí existe, tenga un factor diferencial que lo haga único y atractivo.

Establecer de manera más clara cuál es el propósito del proyecto, su pertinencia y la innovación que puede hacer que sea un proyecto interesante y con viabilidad de su ejecución. Con lo anterior se puede dar un paso delante de acuerdo al análisis y el desarrollo de este capítulo de inicio y descripción de este emprendimiento.

Desarrollar el Desing Thinking para una empresa que va a empezar es muy importante ya que de esta manera se puede conocer lo que espera los clientes y el mercado al cual se quiere llegar. También es importante trabajar el Desing Thinking para una empresa que lleva más de un año en el mercado y ya está establecida en el mercado y de esta manera puede reinventarse en un mercado que está en constante cambio.

La correcta ejecución de cada etapa del desing thinking les permite a las compañías emergentes obtener resultados adecuados para el desarrollo de su modelo de negocio permitiendo

en el transcurso de la adecuación de cada técnica para modelar cada una de las etapas la obtención de resultados óptimos que permiten la selección de las mejores opciones para seguir con la ejecución de la propuesta de valor.

Cada una de las etapas de este método de innovación, para desarrollar por etapas un proyecto de emprendimiento, permitió identificar ideas más claras de lo que puede llegar a ser el desarrollo del proyecto. Cada herramienta permite ser más creativos y llegar más cerca a los posibles clientes potenciales, ver como funcionaria, que le hace falta y que como los perciben las otras personas, finalmente da una claridad en el proceso de desarrollar una idea de negocio.

Cuando se está pensando en dar apertura a un proyecto es necesario entender que el mundo cambia, los gustos, la forma de comprar y solicitar servicios cada vez es más diferente; por esta razón es necesario interactuar con el mercado potencial para saber qué es lo que están buscando, cuáles son sus necesidades y ver si lo que estamos creando o desarrollando va acorde con las necesidades del mercado. Es por esto que, es importante empatizar con los posibles clientes, definir el problema real e identificar como lo podemos solucionar con creatividad e innovación a través de prototipos rápidos que permitan a los posibles clientes interactuar con la posible solución para poder evaluar si realmente lo que se ofrece es lo que ellos están buscando.

Para crear una empresa se debe desarrollar una adecuada planeación financiera donde se puedan observar los salarios asignados a los funcionarios, un correcto plan de ventas que permita enfocar la compañía en un objetivo de generar ganancias y proyectar el crecimiento de la compañía, por tal razón toda compañía debe hacer una planeación financiera adecuada para que la compañía se afiance en el mercado.

Referencias bibliográficas

- Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). Revisión conceptual sobre emprendimiento social. En Empresas sociales (P 3-29). Recuperado de https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi_n_conceptual_sobre_el_empre
- Alfonso, A. R. (s.f). Biblioteca Flacso Andes. Recuperado el 16 de septiembre de 2021, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=25526>
- Camacho, L. D. (2020). Empresas sociales. Recuperado de <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/31810>
- Colombia Joven [Colombia Joven]. (2014). ¿Qué es Innovación Social? [Archivo de video]. Recuperado de: <https://youtu.be/MKFltzF6ToA>
- Curto Grau, Marta (2012) Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio. Recuperado de: <https://youtu.be/MKFltzF6ToA>
<http://www.bibliotecavirtual.info/2012/08/los-emprendedores-sociales-innovacion-al-servicio-del-cambio-social/>
- DANE. (2020, octubre). Informe sobre cifras de empleo y brechas de género. <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/Informe-sobre-cifras-de-empleo-y-brechas-de-genero-10-2020.pdf>
- DANE. (2020). Pobreza monetaria por departamentos en Colombia. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/2019/Boletin-pobreza-monetaria-dptos_2019.pdf

DANE. (2018). Resultados Censo Nacional de Población y Vivienda. Censo. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/cnpv-2018-presentacion-3ra-entrega.pdf>

De Barrera Ernesto. La empresa social y su responsabilidad social. Revista Innovar. No. 30, abril 2007. ISSN: 0121-5051. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v17n30/v17n30a05.pdf>

Design Thinking (s.f) curso online de introducción al Design Thinking. Recuperado de: <https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Domanski, D. (Ed.), Monge, N. (Ed.) y Quitiaquez, G. (Ed.). (2016). Innovación social en Latinoamérica (capítulo 1 y 5). Corporación Universitaria Minuto de Dios. <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/lc/unad/titulos/126053>

Encuesta multipropósito. (2017). Secretaría Distrital de Planeación. <https://sdpbogota.maps.arcgis.com/apps/MapJournal/index.html?appid=c984e588b0764efbb424ffc2207b5cf6>

Kerestegian S. (2017). Días Nórdicos 2017: Design Thinking. (Video) Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=55&v=a9-_5IVg83w

León, M. (2013). Proyecto de Investigación-acción: trabajo doméstico y servicio doméstico en Colombia. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/815/81525692020.pdf>

Mejía Martínez, A. (28,06,2017). OVI Unidad 2. El emprendimiento social. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/12450>

Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 2 Innovación Social. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21688>

- Mejía Martínez, A. (19,11,2018). OVI unidad 3 Modelo de Negocio Design Thinking. [Archivo de video]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10596/21685>
- Merino de Diego. El emprendimiento social: un territorio de aprendizaje para la superación de un modelo en crisis. Revista ICADE. N° 91, págs. 173-199, enero -abril de 2014. ISSN: 1889-7045. Repositorio de <http://hdl.handle.net/11531/20217>
- Oficina de Análisis de Información y Estudios Estratégicos OAIEE. (2021, agosto). Boletín mensual de indicadores de seguridad y convivencia.
https://scj.gov.co/sites/default/files/documentos_oaiee/Reporte_bogota_2021_08.pdf
- Pablo, J. D., & Uribe, J. (2017). Experiencias de emprendimiento social en Iberoamérica. Recuperado de <https://elibro-net.bibliotecavirtual.unad.edu.co/es/ereader/unad/44577>
- Planeacion, S. D. (2014). *Caracterización Socioeconómica encuesta Sisben*. Bogota. Recuperado el 5 de 10 de 2021, de http://www.sdp.gov.co/sites/default/files/caracterizacion_sisben-04032015.pdf
- Planeacion, S. D. (2019). *Caracterización de usuarios y grupos de valor 2019.*. Bogota.
Recuperado de:
http://www.gobiernobogota.gov.co/sites/gobiernobogota.gov.co/files/instrumentos_gestion_informacion/caracterizacion_de_usuarios_2019.pdf
- Porras, J. F. (2019). Una Realidad, una Cotidianidad, un Contexto: a Propósito de las Madres Cabeza de Hogar. Revista Level, 1.
- Portal Sena. (2018). Ahora con el SENA puedes contar con un curso básico de reciclaje.
Obtenido de <https://portalsena.info/2018/02/19/con-el-sena-ahora-puedes-contar-con-un-curso-de-basico-de-reciclaje/>

SEMANA. (08 de 03 de 2021). Revista Semana. Obtenido de

<https://www.semana.com/economia/management/articulo/crisis-de-cuidados-el-impacto-de-la-pandemia-en-el-trabajo-de-las-mujeres/202150/>

Sena. (2021) El Sena certifica conocimientos del personal de reciclaje. Obtenido de

<https://www.sena.edu.co/es-co/Noticias/Paginas/noticia.aspx?IdNoticia=4912>