

**IDEA DE NEGOCIO PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS
PROFESIONALES DE REPARACIONES LOCATIVAS EN EL HOGAR PARA
LA CIUDAD DE BOGOTÁ EN LA LOCALIDAD DE ENGATIVÁ**

Adriana del Pilar Zuñiga Carvajal

Alejandro Muñoz Parra

Universidad La Gran Colombia

Facultad De Postgrados

Especialización En Gerencia De Proyectos

Bogotá D.C.

2020

**IDEA DE NEGOCIO PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS
PROFESIONALES DE REPARACIONES LOCATIVAS EN EL HOGAR PARA
LA CIUDAD DE BOGOTÁ EN LA LOCALIDAD DE ENGATIVA**

Adriana del Pilar Zuñiga Carvajal

Alejandro Muñoz Parra

Trabajo de grado para optar al título de especialista en gerencia de proyectos

Dirigido por

Paola Andrea García



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Universidad La Gran Colombia

Facultad De Postgrados

Especialización En Gerencia De Proyectos

Bogotá D.C.

2020

CONTENIDO

RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	6
INTRODUCCIÓN.....	7
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
OBJETIVOS	9
OBJETIVO GENERAL.....	9
OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	9
JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN	9
MARCO TEÓRICO	11
MARCO CONTEXTUAL	11
SECTOR DE REPARACIONES LOCATIVAS.....	11
EXPERIENCIA Y RESPALDO DE OMEGA FERRETERÍA	11
ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LA OFERTA	12
Oferta	12
Demanda	12
Análisis.....	13
METODOLOGIA.....	15
TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	15
DISEÑO A UTILIZAR.....	15
PLAN DE NEGOCIO.....	17
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	20
CONCLUSIONES.....	21
BIBLIOGRAFÍA.....	24

Tabla de tablas

Tabla 1 Presupuesto de inversión..... 20

Tabla de figuras

Figura 1. Factores influyentes en los servicios locativos..... 14

RESUMEN

El presente proyecto de investigación pretende formular una segunda línea de negocio para un establecimiento comercial tipo ferretería, a través de la cual se busca la masificación de prestación de servicios tecnificados, dando respaldo y garantía a las necesidades del sector.

La idea de negocio consiste en desarrollar un sistema, donde el usuario final adquiera un servicio técnico especializado con el personal idóneo, para suplir algún tipo de emergencias o accidentes presentes en el hogar o la industria.

Para realizar la formulación del proyecto se trabaja mediante la metodología Canvas y se aplica un estudio de mercado con el objetivo de determinar e identificar las necesidades de la población objetivo.

ABSTRACT

This research project aims to formulate a second line of business for a commercial establishment type hardware store, through which the massification of provision of technical services is sought, giving support and guarantee to the needs of the sector.

The business idea is to develop a system, where the end user acquires a specialized technical service with the appropriate personal, to replace some type of emergencies or accidents present in the home or industry.

To carry out the formulation of the project, work is carried out using the Canvas methodology and a market study is applied in order to determine and identify the needs of the target population.

INTRODUCCIÓN

Por lo menos dos o tres veces al año se deben realizar reparaciones locativas en los hogares, por lo que algunas empresas han decidido iniciar una línea paralela o de segunda línea sus establecimientos, por ejemplo, Grival una empresa con bastante recorrido y reconocimiento en el país, cuenta con servicio técnico especializado en la línea de griferías; haciendo que el consumidor cuente con una garantía y seguridad al adquirir tanto el artículo como el servicio. Por otro lado, la reconocida marca Boccherini, cuenta con el servicio de instalación de sus productos y Sika marca líder en impermeabilizantes del país, ofrece capacitaciones para la correcta aplicación de sus productos.

Los arreglos o reparaciones locativas son aquellas obras que tienen como finalidad mantener los inmuebles en debidas condiciones de higiene sin modificar su estructura sismo-resistente, pues de estas depende el confort y calidad de vida de sus residentes. Las reparaciones o arreglos locativos es un nicho muy poco explorado en la localidad de Engativá, esto se evidencia en que, los mismos usuarios que frecuentan Omega ferretería solicitan con urgencia personal para ejecutar trabajos en sus hogares. Omega ferretería quiere centralizar estos diversos servicios en la zona y además mejorar la contratación entre los usuarios y trabajadores.

Línea de negocio: Comercio, construcción apoyado desde el establecimiento comercial llamado Omega ferretería.

PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El maestro de obra es la persona encargada de ejecutar trabajos locativos (remodelaciones, obras civiles, reparaciones puntuales o específicas) en los hogares colombianos, sin embargo, algunas personas contratan este tipo de trabajadores informalmente para reducir costos en la ejecución de la actividad generando diversos factores negativos en el momento de ejecución y entrega de la obra, es ahí donde es necesario un equipo de profesionales y un establecimiento formal que brinde seguridad, en este caso es Omega ferretería.

Los clientes han tenido malas experiencias por la contratación de este tipo de actividades, estas se relacionan frecuentemente con la ausencia asistencia postventa; esto sin hablar de que las tarifas de trabajadores informales tienden a ser más elevadas.

Esta realidad del mercado permite considerar la posibilidad de agrupar a estas personas para formalizar las actividades y así brindar un servicio mediante un establecimiento legalmente constituido que direcciona cada una de las actividades solicitadas y al tiempo sirva de fuente de suministro de materias primas para la ejecución de estas.

Dado lo anterior, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo generar una idea de negocio para ofrecer servicios domiciliarios de reparaciones locativas para el hogar en la localidad de Engativá, con personal altamente calificado, brindando calidad, seguridad, confianza y garantía?

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Desarrollar una idea de negocio de reparaciones locativas a través de la metodología Canvas con el fin de brindar un servicio de calidad y que brinde garantías en la localidad de Engativá de la ciudad de Bogotá.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Revisar la literatura sobre metodología Canvas aplicada al plan de negocios.
- Diagnosticar el estado de la oferta y demanda del mercado en la zona.
- Garantizar a través de la propuesta de valor un servicio de calidad, con respaldo y formalidad.

JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN

La localidad de Engativá carece de un modelo de servicio unificado donde pueda resolver urgencias, accidentes, ampliaciones, mantenimiento y/o mejoras para el hogar de una manera confiable, eficaz, satisfactoria y a precios razonables, esto se puede evidenciar en Omega porque el cliente pregunta frecuentemente por este servicio; adicionalmente, hoy por hoy los servicios se prestan de forma no institucional, es decir es un particular quien directamente atiende al cliente.

La principal variable que fomenta esta situación es la alta tasa de informalidad del sector, Quejada, Yáñez, y Cano (2013) mencionan que la informalidad “representa una alternativa de fuente de ingresos ante la falta de oportunidades que tienen las personas de obtener un empleo en el sector formal” (p. 3), los resultados que muestran los autores a través de su artículo acerca de la “informalidad y sus determinantes, y destacan que el desempleo es la principal causa de esta situación, además de factores sociodemográficos, tales como el nivel educativo y el género.” (p.3)

De lo anterior se derivan diversas situaciones que impiden formalizar el servicio de las reparaciones locativas: i) Inseguridad, ii) Sobrecostos, iii) Falta de servicio postventa y iv) Seguridad social de los técnicos.

Omega frente a esta situación tiene una ventaja dado que es un establecimiento formalmente constituido ante las entidades de control y vigilancia; así mismo, Omega al proporcionar el material requerido para llevar a cabo los trabajos, puede garantizar que estos cuenten con las especificaciones óptimas y necesarias para asegurar la calidad del trabajo final, pues tal como lo menciona Duque et al. (2005):

Muchas de las empresas del sector de la construcción se han dado a la tarea de montar un sistema de gestión de calidad como estrategia para mantener su competitividad, obtener mayor rentabilidad, retener clientes, disminuir sus reclamaciones, eliminar reprocesos, comprometer el recurso humano y aumentar la capacidad para atraer nuevos clientes (p. 67)

Por otro lado, Omega a través de esta línea de negocio puede estandarizar las tarifas evitando sobrecostos en cada uno de los servicios brindados.

MARCO TEÓRICO

MARCO CONTEXTUAL

SECTOR DE REPARACIONES LOCATIVAS

El paso del tiempo, los agentes externos ambientales y naturales, el desgaste del inmueble o la falta de mantenimiento son factores que afectan a todo tipo de construcciones ya sean nuevas o antiguas; su reparación debe ser realizada por un personal idóneo que satisfaga las necesidades del cliente. Al hacer un análisis en el sector del por qué no están legalizadas o reglamentadas las reparaciones locativas, lo que se encontró es que no existe una normativa que exija unos requisitos mínimos de cumplimiento al maestro de obra, por lo que en algunos casos es factible no cumplir con las expectativas ocasionando una mala experiencia y desconfianza en los usuarios. Esta situación es muy común cuando los consumidores contratan al personal de manera informal para reducir costos; por esta razón, es necesaria la reglamentación de estas actividades, cabe aclarar que para empresas de mantenimiento y construcción sí existe una normativa que exige que el profesional o la empresa prestadora garantice la calidad de los trabajos realizados, a través de las pólizas de cumplimiento.

EXPERIENCIA Y RESPALDO DE OMEGA FERRETERÍA

Omega ferretería es una compañía que lleva tres (3) años en el mercado local, dedicada a la venta y distribución de artículos para la construcción y el hogar, con un crecimiento exponencial donde ha alcanzado a posicionarse en el sector, siempre buscando proveer soluciones o productos para satisfacer al cliente. Durante este tiempo, analizando el mercado se ha evidenciado una gran demanda sobre soporte técnico para necesidades de mejoramiento en sus lugares de residencia o trabajo. Omega ha adquirido un gran compromiso con la comunidad al ofrecer sus servicios y productos en un horario de atención al público más extendido y durante la apertura de este los días festivos, puesto que muchas personas solo pueden hacer las reparaciones de sus hogares los días de festivos. En el lapso de estos tres (3) años, Omega ha encontrado la oportunidad de abrir otra línea de negocio paralela, puesto a la gran demanda que se ha

observado dentro del establecimiento; con esta estrategia de negocio se busca el crecimiento emocional y personal de los trabajadores de la compañía, además, el crecimiento monetario de la corporación.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y LA OFERTA

Oferta

En el sector se encuentran varias empresas dedicadas a este tipo de trabajo como lo son: Locativas Express, Din Don, Home Transformer SAS, Grupo Ávila, Servicio Técnico, entre otros. Estas empresas se dedican a ofrecer servicios de reparaciones y remodelaciones en los hogares, algunas de ellas con cobertura a nivel nacional, otras cuentan con servicios adicionales como asesorías educativas, cuidados de niños, ancianos y mascotas, limpieza, servicio técnico de equipos y electrodomésticos entre otros, esto deja ver que no son totalmente especializadas. Algunas de estas plataformas, como por ejemplo Din Don, permite a los técnicos crear un perfil dentro de la plataforma para ofrecer sus servicios profesionales; cada uno de ellos puede ser contactado, contratado y calificado mediante la misma plataforma y así, estas implementan estrategias tecnológicas para ser más atractivas al cliente.

No obstante, la presencia de estas empresas en el sector, este plan de negocio cuenta con la ventaja de atraer los clientes por medio del establecimiento Omega ferretería, puesto que el 80% de los requerimientos o asesorías son solicitados en el punto de venta físico y generalmente los usuarios buscan el servicio de instalación o reparación después de la compra. Y también existe la ventaja de no ser sólo un intermediario si no también ser la cara visible para prestar el servicio de postventa y de garantía.

Demanda

Las viviendas en el sector en su gran mayoría son inmuebles antiguos, su fundación y construcción es de hace aproximadamente 50 años, que requieren mayor

mantenimiento pues los materiales empleados en su momento ya han cumplido su ciclo de uso, además de la afectación que generan otros factores como los mencionados anteriormente; los servicios solicitados generalmente son: electricidad, plomería, cerrajería, ornamentación, impermeabilización, estabilización de superficies, entre otros. Es más, durante el último año las solicitudes de los usuarios en Omega ferretería ascendieron a 1.260.

Análisis

Dada la experiencia de Omega ferretería se evidenciaron dos factores importantes, en el caso específico de la localidad de Engativá: el primero, la necesidad no satisfecha de los clientes, ya que se evidenció que un gran porcentaje de estos además de buscar un producto puntual en la ferretería requerían de un técnico o instalador que tuviera el conocimiento para ejecutar el servicio en su residencia o trabajo.

El segundo factor, que se deriva del anterior, es pensar en un plan de negocio articulado donde se puedan aplicar diversos conceptos que apalanquen el crecimiento de la Omega ferretería buscando el crecimiento de sus ventas y servicios. Según Arroyo Tovar (2012),

...cada empresa debe tener una misión que marca el camino por donde quiere transitar: qué es lo que hace, para qué y para quién lo hace, cuáles son sus objetivos principales, su cultura y enfoque; y mejor aún, cómo se proyecta para el futuro cercano y a largo plazo, con qué recursos y utilizando qué medios o herramientas logrará estar en esa posición. (p.1)

Esta afirmación traduce la necesidad de ver más allá y abrir la segunda línea de negocio en Omega ferretería, pues es a través de ella que se cumplirá a cabalidad la misión de satisfacer completamente las necesidades de sus clientes.

Ahora bien, es claro que en el sector de reparaciones locativas existe la necesidad de gestionar la calidad por esto y de acuerdo a lo citado en la pagina de calidad y gestión, “la adopción de un enfoque a procesos que desarrolle, implemente y mejore la eficacia de un sistema de gestión de la calidad para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos” (S.F), (párr.1). Omega a través de esta nueva línea de negocio garantizará calidad, evitando que los clientes se vean afectados por los elementos negativos de las reparaciones locativas realizadas de manera informal.

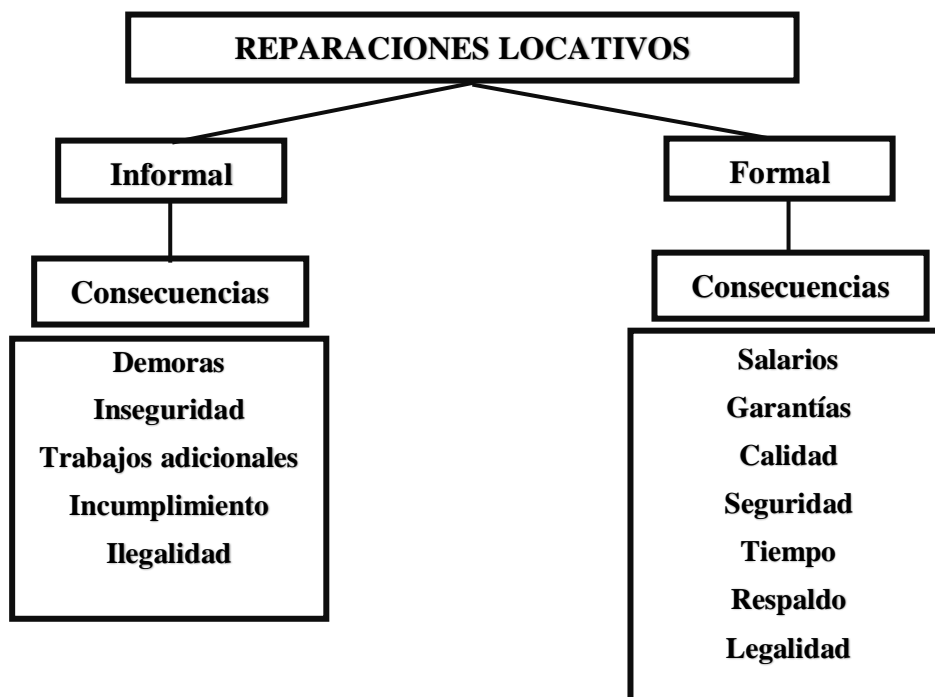


Figura 1. Factores influyentes en los servicios locativos. Elaboración Propia.

METODOLOGIA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Este trabajo está orientado con la siguiente línea de investigación: **GESTIÓN CONOCIMIENTO Y COMPETITIVIDAD**. El tipo de investigación se manejará cuantitativamente, con bases de datos reales suministrados por Omega ferretería.

DISEÑO A UTILIZAR

La metodología para plantear el plan de negocio será el modelo Canvas, el cual permite diseñar un sistema donde se evidencia la forma en que la empresa constituirá su cadena de valor. Esta metodología proviene de la elaboración de la tesis doctoral de Alexander Osterwalder en el año 2004 “Ontología de Modelos de Negocio”, quien sustentó que a partir de una necesidad se plantea una solución y este resultado el valor agregado que genera un negocio.

Se implementa a través de nueve elementos, a continuación, su descripción:

- i. Propuesta de valor: Problema o necesidad que se pretende solucionar.
- ii. Segmentación de clientes: Tipo de persona al que va dirigido el producto o servicio. Aspectos demográficos (edad, género ingresos, nivel educativo, estrato, ocupación), aspectos geográficos (país, ciudad, municipio, zona urbana, zona rural y clima) y aspectos psicográficos (personalidad, estilo de vida y valores), es uno de los más importantes, conocer el carácter de los consumidores al que va dirigido el plan de negocios.
- iii. Canales: ¿Cómo se va a llegar al cliente final, qué tipo de canales de compra, entrega del servicio y/o producto implementaremos en nuestro plan de negocios?, teniendo en cuenta la importancia de la postventa que también se debe incorporar en esta idea. Canales directos o indirectos.
 - Directos: Sitio e-commerce (sitios en web), tienda o punto de venta físico.

- iv. Relación con los clientes: Qué estrategias se van a implementar para establecer un vínculo con nuevos usuarios, fidelizarlos y de esta manera generar mayores ingresos.
- v. Fuentes de ingreso: ¿Cuánto dinero está dispuesto a pagar el cliente por el producto o servicio?, ¿Cómo o cuáles serán los medios de pago?, ¿Cuáles y cuántos serán los productos o servicios que me generarán ingresos?, ¿Cuál es el margen de utilidad generado a la fuente principal de ingresos?, ¿Qué variabilidad hay en precios? ¿por qué?, ¿Cómo monetizar la idea de negocio?
- vi. Recursos clave: ¿Qué necesitamos para la implementación de la propuesta de negocio? En este apartado es importante la adquisición de canales de distribución, la solvencia de los recursos necesarios para emprender la idea, alianzas con personal técnico (recurso humano) y la comunicación con los clientes. Se habla de: Recursos físicos, financieros, intelectuales, humanos y tecnológicos.
- vii. Actividades claves: ¿Cuáles serán las actividades que llevarán al éxito la idea de negocio?, actividades como producción, gestión, seguimiento, ejecución y solución.
- viii. Socios claves: ¿Quiénes serán los aliados para ejecutar la idea de valor?, es el recurso humano el que ejecutara las actividades.
- ix. Estructura de costos: ¿Cuáles son los costos fijos?, ¿Cuáles son los costos variables?, ¿Cómo manejará el tema de impuestos?, ¿Cuál será la utilidad por la ejecución de la actividad?

PLAN DE NEGOCIO

El plan de negocios es denominado según Villarán (2009) un documento donde se estructura de forma concreta los objetivos que el emprendedor o empresario desea y planea a corto, mediano y largo plazo para la implementación en su compañía, pues este instrumento le permite diagnosticar de manera más eficaz las distintas alternativas y posibles estrategias que le llevarán al plan de negocios llegar al éxito.

Este proyecto consiste en ofrecer a los usuarios la implementación y el desarrollo mediante canales directos e indirectos, servicios de reparaciones locativas en el hogar y la industria en la localidad de Engativá, el objetivo es abarcar las zonas de mayor demanda del sector en el menor tiempo posible, evitando largos desplazamientos y demoras del personal. Esta línea de negocio de reparaciones locativas será una línea de negocio complemento para Omega ferretería y generaría dos tipos de ingresos, el primero a través del abastecimiento de materiales primarios a cada uno de los técnicos para la realización de los servicios y el segundo por medio de un porcentaje de comisión por el direccionamiento del domicilio al técnico.

Haciendo aplicación del modelo empleado se determinan los procesos a emplear, así:

- i. La propuesta tiene como objetivo mejorar las condiciones de habitabilidad y mitigar los riesgos provocados por ausencia de mantenimiento en los inmuebles. Además, busca la comodidad del cliente frente a una contratación que prometa seguridad, calidad, rapidez y servicio postventas.
- ii. Este plan de negocios va dirigido a toda la población entre los 18 y 80 años, propietarios o arrendatarios de inmuebles que requieran servicios o productos para sus hogares, oficinas o sitios de trabajo.

- iii. Se llegará a los clientes por medio de canales directos tales como punto de venta físico y sitios web; se hará marketing digital mediante videos informativos y promocionales en el establecimiento comercial.
- iv. La relación con los clientes será de manera personalizada, se brindará la correcta orientación para cada una de las solicitudes, las visitas técnicas de preventa serán totalmente gratuitas y se ofrecerá un servicio de garantía por 3 meses a partir de la fecha de ejecución de los trabajos, de esta manera se busca que la relación con el cliente sea satisfactoria.
- v. El pago de los trabajos ejecutados ya sean instalaciones, mantenimientos, reparaciones u otros, se recibirá mediante sistemas electrónicos (datáfono o consignaciones) o en efectivo dentro del establecimiento comercial denominado Omega ferretería, de esta forma se busca la comodidad del cliente final.
- vi. Para el pleno desarrollo de este proyecto Omega ferretería cuenta con los recursos claves de materia prima disponible (materiales) y hardware (equipos y herramienta); es necesario consolidar el personal especializado en cada una de las diversas áreas de la construcción para así garantizar un óptimo servicio, para ello se agruparán los técnicos en diversas zonas estratégicas de la localidad de Engativá y se evaluarán sus habilidades y experticias para la correcta gestión y ejecución de los trabajos propuestos.
- vii. La propuesta para llevar el plan de negocios al éxito en cuanto a las actividades claves será la organización, gestión, ejecución y seguimiento a cada uno de los requerimientos o trabajos atendidos a través del establecimiento.

- viii. Los aliados estratégicos para desarrollar la idea de valor son: el recurso humano seleccionado (técnicos), quienes serán los encargados de realizar las tareas contratadas y el personal que hará labores de planeación y organización de los productos y servicios solicitados (administrador); es indispensable que los técnicos cuenten con un medio de transporte, preferiblemente motorizado, para satisfacer el requerimiento con rapidez.
- ix. En la estructura de costes es importante tener en cuenta el precio que acarrea la investigación, innovación y desarrollo de nuevas estrategias para la implementación de este plan de negocio, es así como Omega ferretería facilitará todas las herramientas necesarias para la apertura de este.
- Costos fijos: Gastos administrativos, publicidad.
 - Variables: Nóminas, materiales.

A partir de lo anterior y siguiendo la metodología Canvas detallada anteriormente, se expone en la propuesta de negocio:

Los clientes de Omega ferretería que requieran cualquier tipo de reparación conseguirán hacerlo a través de los técnicos que la compañía contactará. La dinámica es la siguiente, una vez se reciba el requerimiento, el administrador verificará quién será el técnico idóneo para suplir esa emergencia o necesidad, verificará ubicación, agendará inmediatamente al técnico y este se dirigirá en el menor tiempo posible a realizar el trabajo solicitado; una vez finalizada la actividad, el cliente pagará en efectivo al técnico, al establecimiento o de manera electrónica a la cuenta bancaria del comercio.

Del valor total de cada servicio, el 60% será el pago para el técnico y el otro porcentaje (40%) será la bonificación para el establecimiento comercial que debe cubrir los costos de publicidad, el salario del administrador y el pago la póliza de riesgos

profesionales de los colaboradores, puesto que el contrato se manejará en la modalidad de prestación de servicios profesionales. Teniendo en cuenta esto, la utilidad para el establecimiento Omega ferretería sería, aproximadamente, del 15% del valor total del servicio ejecutado, se debe sumar también el margen de ganancia por la venta de los materiales necesarios para la ejecución. Cabe aclarar que con este plan de negocio se genera empleo sin que el comercio tenga una carga prestacional adicional.

La propuesta de valor que brinda Omega ferretería a sus usuarios es la rapidez en la ejecución del servicio, además de una prestación de calidad con sus respectivas garantías y seguimiento. Lo ideal es que el usuario pague lo justo por un trabajo contratado y que el técnico y el establecimiento obtengan provecho de este. En Anexo A encontrará la gestión de Omega ferretería para la realización de esta propuesta de negocio.

PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Los costos relacionados con la inversión requerida en el negocio son:

Tabla 1 *Presupuesto de inversión*

ITEM	VALOR
Costo y desarrollo pagina web	\$ 600,000.00
Dominio pagina web	\$ 126,000.00
Publicidad y distribución física	\$ 400,000.00
Honorarios administrador	\$ 1,000,000.00
TOTAL PRESUPUESTO INVERSION	\$ 2,126,000.00

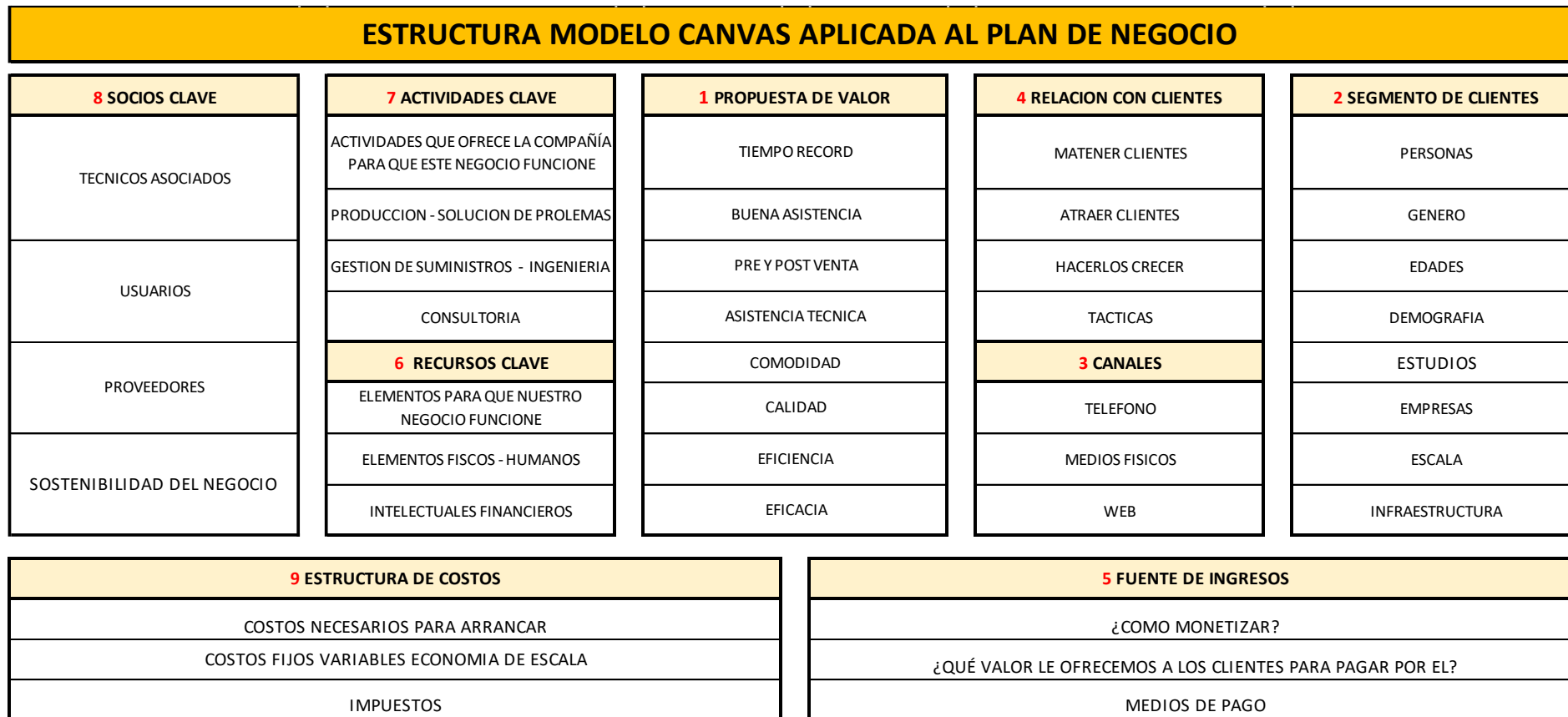
Nota: Elaboración propia

CONCLUSIONES

El desarrollo del plan de negocio sirvió en la toma de futuras decisiones y como guía expectante para implementar la segunda línea de trabajo del establecimiento, dando cumplimiento al objetivo general del presente proyecto de investigación. Se demostró que la segunda línea de negocio de Omega ferretería garantizará la excelencia en la prestación de servicios de reparaciones locativas ya que cuenta con el respaldo, la experiencia y la propuesta de servicio postventa.

Durante el avance del proyecto, se aclararon las dudas sobre la viabilidad y puesta en marcha del plan de negocio propuesto; sin embargo, se recomienda la elaboración de un estudio de factibilidad financiera como proceso final para la toma de futuras decisiones en la implementación del plan, teniendo presente que los resultados de las proyecciones son favorables.

ANEXO A. Estructura modelo Canvas aplicado al plan de negocio



Elaboración propia.

BIBLIOGRAFÍA

- Castaño Jimenez, E. A., & Castaño Jimenez, D. E. (2018). *Plan de negocios para el proyecto personal de confianza a travez de la plataforma virtual que oferta servicios domesticos en la ciudad de Bogotá*. Especialización en Gerencia.
- Duque, M., Arango, N., Morales, M., Ortiz, J. D., Bernal, C. M., & Aldana, J. C. (2005). Sistema de gestión de las reclamaciones posventas en las empresas de construcción. *Revista EIA. Escuela de Ingeniería de Antioquia.*, 4 (67),67-80
Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/eia/n4/n4a07.pdf>
- Arroyo Tovar, R. (2012). *Habilidades gerenciales*. Ecoe Ediciones, 2 (1), 2-24
Recuperado de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Habilidades-gerenciales-2da-Edici%C3%B3n.pdf>
- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos*. España: Mc Graw-Hill.
- Gestión y calidad. (S.F.) *La satisfacción del cliente Iso 9001*, Párr. 1 Recuperado de http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/66_satisfaccion_del_cliente_en_iso_9000.html
- Quejada, R., Yáñez, M., & Cano, K. (2013). Determinantes de la informalidad laboral: Un análisis para Colombia. *Investigación & Desarrollo*, 22 (1), 3.2-21
Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/indes/v22n1a01.pdf>
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial*. Santa Fe de Bogotá, D.C., Colombia: Pearson educación de Colombia, Ltda.
- Villarán, K. W. (2009). *Plan De Negocios, una herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú.