

**Plan De Negocio Para La Creación De Empresa De Prestación De Servicios De  
Aseo Y Mantenimiento Para El Hogar**

**Yesika Yulieth Gordillo Mantilla**

**Marlin Nayibe Gordillo Mantilla**

**Oscar Leonardo Murillo Cardoso**

**Universidad Cooperativa De Colombia**

**Facultad De Administración De Empresas**

**Programa Administración De Empresas**

**Sede Ibagué – Espinal**



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

2020

**Plan De Negocio Para La Creación De Empresa De Prestación De Servicios De  
Aseo Y Mantenimiento Para El Hogar**

**Yesika Yulieth Gordillo Mantilla**

**Marlin Nayibe Gordillo Mantilla**

**Oscar Leonardo Murillo Cardoso**

**Director Metodológico**

**Mg. Julián Rodríguez**

**Universidad Cooperativa De Colombia**

**Facultad De Administración De Empresas**

**Programa Administración De Empresas**



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## Sede Ibagué – Espinal

2020

### Tabla de contenido

1	Plan De Negocio Para La Creación De Empresa De Prestación De Servicios De Aseo Y Mantenimiento Para El Hogar.....	7
2	Problema .....	8
2.1	Descripción Del Problema .....	8
2.2	Formulación Del Problema .....	9
3	Justificación.....	10
4	Marco Referencial .....	11
4.1	Marco Teórico.....	11
4.1.1	Canales de distribución .....	13
4.2	Marco Legal.....	15
4.3	Marco De Antecedentes .....	16
4.4	Marco Conceptual.....	18
5	Objetivos .....	20
5.1	Objetivo General.....	20
5.2	Objetivos Específicos .....	20
5.3	Misión .....	21



5.4	Visión.....	21
6	Metodología .....	22
6.1	Enfoque .....	22
6.2	Tipo.....	22
7	Desarrollo De Los Objetivos.....	23
7.1	Ofrecer servicio de jardinería, electricidad, plomería y construcción con el fin de satisfacer las necesidades del cliente. ....	23
7.2	Brindar y generar empleo a madres cabezas de familia integrándolas a la empresa para que laboren. ....	24
7.3	Realizar el estudio de mercadeo para la implementación de empresa de servicios de aseo y mantenimiento para el hogar, generando una propuesta de valor diferenciador. ....	24
7.4	Describir del proceso de prestación del servicio y sus características que den claridad a los conceptos de ventaja competitiva y propuesta de valor del plan de negocio. ....	25
8	Conclusión .....	27
9	Bibliografía .....	28



## Introducción

Hoy en día, es cada vez más común que las mujeres se sumen a la fuerza laboral, esto genera la necesidad de que las tareas del hogar no remuneradas ejercidas anteriormente por la “mujer de la casa” sean delegadas en su mayoría a empleadas domésticas “por días”.

Las personas que contratan una empleada “por días”, se encuentran con problemas como absentismo frecuente, baja calidad del servicio, abandono definitivo o temporal del trabajo sin aviso previo, hasta delitos como robo, abuso de confianza, maltrato a los integrantes indefensos a su cuidado (niños y ancianos); además que no es fácil encontrar una empleada, ya que generalmente es recomendada por conocidos o compañeros de trabajo.

Por otro lado las empleadas domésticas se encuentran expuestas a maltratos, son vulnerables a abusos y explotaciones, no tienen una descripción precisa de las labores ni horario, no se encuentran vinculadas a seguridad social, y sumada a esta problemática se presenta alta rotación, que se genera por la informalidad del sector.

Debido a esto, para beneficio de las partes es importante formalizar los servicios profesionales del hogar, en donde se garantice para la empleada un horario, un salario y unas funciones definidas, y para el usuario (en este caso familias) un servicio de calidad.



De igual forma, es fundamental para nuestra empresa fomentar empleo en especial a las madres cabeza de familia y a la comunidad de la ciudad de Espinal y sobre todo mantener en contacto constante con el cliente así prestar un servicio óptimo, confiable y flexible, diseñado específicamente para cada cliente y que pueda responder rápidamente a las solicitudes diarias.



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

# 1 Plan De Negocio Para La Creación De Empresa De Prestación De Servicios De Aseo Y Mantenimiento Para El Hogar



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## 2 Problema

### 2.1 Descripción Del Problema

Teniendo en cuenta la evolución y estructura de los hogares Tolimenses, se evidencia que las familias en especial las mujeres que en épocas atrás se dedicaban exclusivamente a las actividades del hogar, en los últimos tiempos han cambiado de perspectiva; ya que actualmente se han incluido a la fuerza laboral y como consecuencia invierte una gran parte de su tiempo trabajando.

Por lo anterior, se propone una alternativa que brinda una solución eficaz y que da respuesta a las necesidades de aseo y mantenimiento de los hogares del municipio de Espinal, Guamo y corregimiento Chicoral. Nace así la idea de crear una empresa que ofrece el servicio de aseo doméstico y mantenimiento del hogar, puesto que al realizar un estudio de mercado se comprobó que estos hogares requieren de apoyo externo para el aseo doméstico y mantenimiento de jardinería, plomería, electricidad y construcción.

Como oferta de valor se proyecta un servicio confiable, seguro, y de calidad, apoyado por herramientas tecnológicas que favorecen al cliente presentando un novedoso servicio, al cual se puede acceder por medio de una página web y de una aplicación móvil, modalidades que están a la vanguardia de las nuevas tecnologías y de las familias modernas. Esta alternativa facilitará la contratación del servicio de aseo





doméstico y mantenimiento, agilizando así los procesos y optimizando el tiempo de los clientes.

## 2.2 Formulación Del Problema

Se desarrolla un problema muy importante en este proceso para contribuir al desarrollo de estos, generando un proyecto en el cual cumpliendo con todas las normatividades colombianas, permitiendo que nuestro personal capacitado llegue a los hogares llevando a cabo las labores de aseo y mantenimiento con las exigencias de calidad, desempeño y confiabilidad en el trabajo. Esto facilitará y ayudará a las personas o familias cuando no tengan el tiempo suficiente para realizarlas, ni tampoco preocuparse al salir a sus trabajos. Lo anterior, puede ser resumido en una pregunta de investigación:

¿Cómo se puede aportar al mejoramiento de calidad de vida en los hogares Tolimenses, con un servicio de aseo y mantenimiento doméstico que responda a las exigencias de manera confiable, eficacia, rapidez y al progreso de los avances tecnológicos?



### 3 Justificación

Este proyecto se enfoca en aplicar los conocimientos adquiridos a través del proceso de aprendizaje realizado en la Universidad Cooperativa de Colombia en la carrera de Administración de Empresas, con el fin de dar cumplimiento al ciclo que permite a los estudiantes lograr un título profesional. La aplicación de los conocimientos adquiridos se realizará por medio de un plan de negocio que garantice a los estudiantes integrantes del grupo tener la preparación necesaria para ser profesionales competitivos en el mundo laboral al que se enfrenten al finalizar el recorrido académico.

La idea de negocio nace de la necesidad actual que tienen las personas de contar con un servicio de aseo y mantenimiento doméstico teniendo en cuenta las tendencias laborales y de comportamientos en las familias del siglo XXI. La mujer ha tenido una transformación en sus roles tanto laborales como del hogar; por lo tanto, no está dispuesta a permanecer en su casa realizando las labores domésticas que esto con lleva, sino que ha ido modernizando a tener una libertad económica por medio de su profesionalismo y de su entrada al mercado laboral.



## 4 Marco Referencial

### 4.1 Marco Teórico

Durante en el transcurso del semestre en el proyecto de grado nos enfocamos en desarrollar un sistema de información, los cuales son un conjunto de componentes que interaccionan entre sí para lograr un objetivo común.

Hace unos años, se ha observado en nuestro departamento un incremento en la demanda de servicios de limpieza fenómeno que sucedía solo en las grandes capitales. Originalmente en las organizaciones locales, las tareas de aseo eran realizadas por el propio personal, o se acudía a la contratación de personal doméstico independiente. Si bien hoy ésta sistemática subsiste, el ingreso de grandes compañías al medio con nuevas modalidades de trabajo, donde la tercerización de ciertos servicios puede resultar práctica para los empresarios, fue creando una tendencia de cambio en el sector servicios. Es así, como poco a poco nuestras empresas en la búsqueda de una mejor imagen y mayor calidad en la higiene de sus instalaciones se han inclinado por tercerizar las tareas de limpiezas a firmas especializadas, en ello nos damos también cuenta que El Espinal está creciendo y las personas que trabajan y estudian no les queda tiempo para realizar dichos quehaceres u ocupaciones, ocurriendo la necesidad de contratar una empresa que preste este servicio.

Para la creación de un servicio, la competencia debe ser un punto de referencia importante pues analizando a la misma se puede tomar lo bueno y apartar lo malo en



su proceso de atención al cliente. Además de una mutua relación con los análisis y conclusiones por las cuales cuenta un estudio de mercado, la servucción tiene un soporte interesante en cuanto al conocimiento de perfiles de cliente y gustos de consumidor; por ende, reforzado con elementos de estandarización de líneas de producción, lleva a crear un servicio que se presta con una gran dosis de métodos efectivos de producción (Sanchez, 2010).

De acuerdo lo anterior, dentro de la empresa ofrece atención al cliente de forma directa, la servucción sería comparable con lo que significa la producción para los productos. Básicamente se trata de un proceso que se encarga de generar un servicio (Pacheco, 2020). Esta empresa tiene en cuenta lo siguiente:

- El cliente: también llamado como comprador o consumidor es una parte primordial de este procedimiento. Claramente su presencia resulta indispensable, porque sin cliente no se comienza el proceso de venta.
- El soporte físico: Es el soporte material que se necesita para que la producción del servicio exista. Se puede abarcar varias cosas al mismo tiempo como lo son el mobiliario del local, la arquitectura del mismo, el uniforme de los empleados y todas las herramientas implementadas para mejorar la servucción.



- El personal de contacto: Se habla de los empleados, esas personas que son una parte muy importante dentro de la empresa. Los mismos deben estar capacitados para resolver problemas que surjan al cliente durante la servucción.

Luego de todo viene el servicio, que es el resultado que se crea durante la interacción de todo lo mencionado anteriormente. Este resultado constituye en beneficios tangibles y demostrables para la empresa luego de conseguir satisfacer al cliente. Trabajar sobre los elementos de base y las relaciones entre ellos, permitirá a las empresas brindar servicios de calidad que sobresalgan en el mercado.

#### 4.1.1 Canales de distribución

Son el medio a través del cual una empresa fabricante elige hacer llegar sus productos al consumidor final, procurando que sea lo más rentable y eficiente posible. Los conforman empresas prestadoras de servicios que investigan el mercado, promocionan los productos y negocian con clientes potenciales sobre precios, modalidades de entrega e inventarios sobre la cantidad de producto que necesitan (Redator Rock Content, 2019). En este caso se identifica con el canal de distribución en forma directa; como se mencionará, a continuación:

- ✚ Canal Directo: Una unidad de trabajo que pertenece a la misma empresa productora y quienes directamente se encargan de hacer llegar la



mercancía a sus clientes. Esto implica, que la empresa cuenta con espacio para almacenar la mercancía y medios de transporte para hacer las entregas. En esta cuestión, se utilizará canales directos con los clientes a través de contacto en el sector urbano en viviendas domésticas y conjuntos residenciales.

Por medio de procesos como:

- Publicidad y web (redes sociales): Permitirá que la oferta del servicio llegue a la mayor parte de nuestro mercado objetivo.
- Establecimiento central: Para la atención, servicio al cliente y distribución operativa del personal.

✚ Canales On-line:

- Market place “redes sociales”: Asegurar a través de una monitorización efectiva que los usuarios estén accediendo a nuestras redes sociales con facilidad y oportunidad a la información de nuestro portafolio de servicios.
- Desarrollo de Omnicanal: Se interactúa con el cliente por medio de nuestra página web, app, redes sociales y atención personalizada,



con el fin de registrarse y solicitar el servicio deseado logrando una mejor experiencia y facilidad para adquirirlo.

## 4.2 Marco Legal

**Ley 1221 de 2008:** De acuerdo con la Ley 1221 de 2008, el Teletrabajo se define como una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de la información y la comunicación - TIC para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio específico de trabajo (Castañeda, 2008).

**Ley 1341 del 2009:** Esta ley define principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones (Uribe, 2009).

**Ley 1525 del 2012:** Esta ley exige contratar a una persona del servicio doméstico con las normas establecidas por el gobierno (Jurisprudencia Vigencia, 2012).



### 4.3 Marco De Antecedentes

La empresa SMH Cleaning House, se constituyó en la ciudad del Espinal, el 10 de abril de 2020 por tres personas son las hermanas Gordillo Mantilla y Oscar Leonardo Murillo Cardoso, con el objeto de crear y comercializar una empresa prestadora de servicios de aseo; ya que por la llegada de la pandemia surge la necesidad de descubrir una empresa con una función prestadora de servicios que no existe en el pueblo capaz de solucionar problemas económicos tanto en la familia y como en la comunidad.

SMH Cleaning House es una microempresa compuesta por tres personas, dedicadas en sus tiempos libres a las labores de producción y comercialización de productos de aseo, quedan la idea para luego ser acogida y contada a toda la familia. Al conocer la estructura promedio de precios y costos de los últimos dos años, de acuerdo a la información obtenida en los estados de resultados, se establece en el trabajo, el margen de utilidad bruta es del 60%, lo que hace que sea atractivo; sin embargo, esta es una primera aproximación, en cual no se han tenido en cuenta la rotación, es decir las ventas y los activos comprometidos. El análisis completo será parte del presente trabajo.

A continuación, se observará la simbología representativa de la empresa SMH Cleaning House con su breve descripción:





**Figura 1. Logotipo De La Empresa SMH Cleaning House**



**Fuente: Autores Yesika Gordillo, Marlin Gordillo Y Oscar Murillo.**

El logotipo es con el fin de dar a conocer por medio de los servicios que se ofrecerán al mercado, sus siglas (SMH) Cleaning House como está representada se refiere a los servicios de mantenimiento en el hogar y las imágenes dentro del logo identifican las diferentes áreas en que trabajaremos dentro de un hogar como lo es el aseo, los servicios de jardinería, electricidad, plomería y construcción; brindando buen producto a la comunidad.

Por otro lado, con el fin de recopilar información referente a la presente investigación, se procedió a buscar en el Tolima, alguna empresa donde se use una aplicación para ofrecer servicio y satisfacer la necesidad de los clientes, no se encontró ningún otro proyecto, se hallaron algunos proyectos enfocados al área de aseo, pero no todos los servicios en una sola empresa y no cuentan con ninguna aplicación, lo cual



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

nos permitió el desarrollo del marco teórico y el hilo conductor del trabajo investigativo dejando nuestra empresa con una gran ventaja en el municipio.

#### 4.4 Marco Conceptual

En esta modalidad de grado se plantea la creación de una nueva empresa de servicios para el hogar (SMH) Cleaning House, con un aplicativo web establecido únicamente para esta, se implementará la innovación tecnológica facilitando a los clientes respuestas inmediatas, brindando así un servicio integral en los hogares y clientes satisfechos. Se explicará la terminología que se va a manejar en el proyecto para mayor entendimiento del mismo.

**Absentismo:** Es toda aquella ausencia o abandono del puesto de trabajo y de los deberes anexos al mismo, incumpliendo las condiciones establecidas en el contrato de trabajo.

**Omnicanal:** También es llamado omnicanalidad. Es empleado para hacer referencia a una estrategia de gestión del cliente. Esta estrategia aborda todo el ciclo de vida de la relación del cliente con la empresa proveedora, donde se establece una comunicación e interacción coherente, consistente y sin fisuras por los distintos canales que el cliente quiera usar para interactuar con la empresa.



Servucción: Una visión particular de la gestión de las empresas, que se contempla como el sistema de producción del servicio, es decir, la parte visible de la organización en la que se producen, distribuyen y consumen los servicios.

Desengrasante multiusos: De alta eficiencia, remueve manchas de grasa en superficies metálicas, ropa, cerámica, etc...

Limpiavidrios: Creado para la limpieza y mantenimiento diario de vidrios y espejos. Remueve fácilmente las manchas en las superficies. Es de secado rápido y amigable con el ambiente.

Registro cámara de Comercio: Metodología para apoyar la creación, formalización y fortalecimiento de los municipios, identificando las fortalezas y debilidades, diligenciando las preguntas relacionadas con los temas financieros, de financiamiento, de mercadeo y ventas, de producción y calidad, y de estrategia empresarial.



## 5 Objetivos

### 5.1 Objetivo General

Desarrollar el plan de negocios para la implementación de una empresa de servicios de aseo y mantenimiento para el hogar con personal capacitado, confiable y efectivo para viviendas de las zonas urbanas de los municipios de Espinal, Chicoral y Guamo.

### 5.2 Objetivos Específicos

- Ofrecer servicio de jardinería, electricidad, plomería y construcción con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.
- Brindar y generar empleo a madres cabezas de familia integrándolas a la empresa para que laboren.
- Realizar el estudio de mercadeo para la implementación de empresa de servicios de aseo y mantenimiento para el hogar, generando una propuesta de valor diferenciador.
- Describir del proceso de prestación del servicio y sus características que den claridad a los conceptos de ventaja competitiva y propuesta de valor del plan de negocio.



### 5.3 Misión

Nuestra misión es prestar a la comunidad un servicio de aseo integral con calidad, oportunidad y eficiencia utilizando equipos de alta tecnología y un excelente recurso humano que trabaja con esfuerzo y dedicación, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### 5.4 Visión

En el año 2025 consolidarnos como una empresa líder a nivel regional en la prestación del servicio integral de aseo y mantenimiento del hogar, siendo la mejor opción en el mercado por calidad, innovación y tecnología.



## 6 Metodología

### 6.1 Enfoque

El enfoque que identificará la investigación es mixto, ya que este desarrolla un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio. Para llevar un método de investigación adecuado al proyecto nos acerca de una manera más precisa a encontrar la solución al problema planteado y con esto crear una propuesta de negocio alineada con las verdaderas necesidades del cliente. De tal forma, complementaria se proyecta desarrollar una investigación de campo, la cual se basa en la aplicación de una encuesta semi-estructurada que tendrá como objetivo primordial mostrar las diferentes características del cliente potencial como sus gustos, sus preferencias, sus necesidades y sus experiencias con las personas u entidades que realicen estas actividades.

### 6.2 Tipo

La investigación descriptiva es la que se usa, tal como el nombre lo dice, en describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén afrontando y que se intente analizar. En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho. A grandes rasgos, los principales pasos a seguir son: examinar las características del tema a investigar, definirlo y formular hipótesis, seleccionar la técnica para la recolección de datos y las fuentes a consultar.



## 7 Desarrollo De Los Objetivos

### 7.1 Ofrecer servicio de jardinería, electricidad, plomería y construcción con el fin de satisfacer las necesidades del cliente.

La empresa brindará a sus clientes un servicio que consta de la limpieza y desinfección de áreas administrativas o comerciales en forma periódica, ya sea diaria o semanal. Este servicio será realizado por personal contratado por la empresa, provisto con indumentaria, calzado y demás elementos de seguridad e higiene adecuados y consiste en:

- Limpieza y desinfección de superficies verticales y horizontales y recolección de residuos.
- Limpieza de mobiliario, equipamiento específico y metales con la utilización de productos y procedimientos adecuados.
- Higiene y limpieza de sanitarios y toillettes de acuerdo a las pautas generales de limpieza y desinfección.
- Limpieza de superficies vidriadas siguiendo los procedimientos adecuados para la acción y considerando medidas de seguridad adecuadas.
- Limpiar y desinfectar grandes superficies utilizando máquinas y equipos.



## **7.2 Brindar y generar empleo a madres cabezas de familia integrándolas a la empresa para que laboren.**

En base a que se ofrecerá un producto intangible, apuntamos nuestros esfuerzos al logro de un servicio diferenciado, por lo cual será objetivo primordial, trabajar con personal idóneo para la realización de las tareas pues teniendo en cuenta que son madres cabeza de familia. Se busca un perfil de personal con predisposición hacia el trabajo, puntual, de buena presencia y digna confianza.

## **7.3 Realizar el estudio de mercadeo para la implementación de empresa de servicios de aseo y mantenimiento para el hogar, generando una propuesta de valor diferenciador.**

Se realizó un estudio de mercado, para lograr una visión aproximada de la participación en las ventas del sector. Para ello se visitó a las firmas locales y mediante un cuestionario previamente confeccionado, se obtuvo información útil y relevante para los fines de esta investigación.

Las encuestas fueron diseñadas considerando las características particulares que los mismos presentan. Si bien son similares al mercado de consumidores, ambos difieren en cuanto a su estructura y demanda, tipos de decisiones y proceso de decisión, etc...





Las personas encuestadas fueron gerentes o propietarios de empresas e instituciones, que son en definitiva quienes toman las decisiones en la organización, o tienen gran influencia sobre las mismas.

#### **7.4 Describir del proceso de prestación del servicio y sus características que den claridad a los conceptos de ventaja competitiva y propuesta de valor del plan de negocio.**

Se colocarán elementos de señalización para indicar la ejecución de la tarea de limpieza y desinfección, considerando la integridad de terceros.

Las tareas de limpieza serán realizadas diariamente que prestarían servicios durante ocho horas diarias. Y ellas en general consistirán en:

##### **1. Barrido de pisos:**

- Pasado de escoba para polvo sobre la superficie a tratar considerando sus dimensiones.
- Recolección de residuos con pala para depositarlos en el cesto contenedor de residuos.

##### **2. Limpieza de pisos:**

- Pasado de escoba plástica con solución limpiadora hasta cubrir toda la superficie.



- Se pasa la escoba o cepillo sobre la superficie aseada recogiendo la solución líquida sucia, hasta que la capacidad de absorción de las fibras de la escoba estén saturadas de líquido repitiendo la operación tantas veces como sea necesaria hasta cubrir toda la superficie.
- Se pasa la escoba sobre la superficie aseada recogiendo el remanente de agua limpia de la superficie.
- Se verifica la higiene de la superficie total y se corrigen omisiones o imperfecciones.



## 8 Conclusión

Este trabajo se realizó con el fin de identificar la efectividad de los medios alternativos para ayudar en el hogar, ya que es importante la creación de una empresa de servicios de limpieza, enfatizando en prestar ayuda a los hogares, entonces se puede decir que SMH Cleaning House presta servicios a hogares que por diversas razones y ocupaciones requieren de este servicio; se respalda esta investigación de acuerdo con el estudio de mercado.

Se estudió la competencia y se logró identificar que todavía utilizan, métodos poco innovadores, poniendo esta empresa en ventaja, la propuesta se realizó desde la capacitación de personal y plataformas con avance tecnológico.

Los resultados financieros serán positivos, lo que permitirá de manera rentable y sostenible, satisfacer las necesidades de nuestros clientes al darnos a conocer en el mercado.

Se creará una nueva fuente de ingresos económicos, lo que nos permite crear nuevos empleos y dar un buen servicio en el campo de limpieza, en especial a los hogares que por su actividad laboral se les hace complicado los quehaceres domésticos.



## 9 Bibliografía

- Castañeda, N. P. (16 de Julio de 2008). *mintic.gov.co*. Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3703\\_documento.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3703_documento.pdf)
- Jurisprudencia Vigencia. (21 de Diciembre de 2012). *secretariassenado.gov.co*. Obtenido de [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1595\\_2012.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1595_2012.html)
- Pacheco, J. (Abril de 10 de 2020). *webyempresas.com*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/servuccion/>
- Redator Rock Content. (25 de Julio de 2019). *rockcontent.com*. Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>
- Sanchez, A. S. (Octubre de 2010). <https://repository.javeriana.edu.co/>. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7363/tesis398.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Uribe, E. P. (2009). *mintic.gov.co*. Obtenido de [https://mintic.gov.co/portal/604/articles-8580\\_PDF\\_Ley\\_1341.pdf](https://mintic.gov.co/portal/604/articles-8580_PDF_Ley_1341.pdf)

