



CAPÍTULO IV

ANÁLISIS PROSPECTIVO DEL SECTOR SERVICIOS CASO EMPRESA LIMPIA TODO S.A.S



Andrea Cuellar Fino
Laura López Fierro
Angie Lorena Pardo Gaitán
Paula Rivera Cartagena
Allynson Venegas Camargo

DISEÑO DEL ESTUDIO DE CASO

A continuación, se presentan los elementos que hacen parte del diseño de caso de la empresa Limpia Todo S.A.S.

ANTECEDENTES



Figura 1. Principales ciudades donde hace presencia Limpia Todo S.A.S

Fuente: Limpia Todo S.A.S (2019).

Limpia Todo S.A.S es una empresa colombiana prestadora de servicios integrales de limpieza, pertenece al sector económico de servicios de aseo. Su sede principal está en la ciudad de Bogotá. Actualmente la compañía ofrece dos líneas de servicio que se subdividen de la siguiente manera:

Tabla 1. Servicios especiales

Limpeza de vidrios altos, fachada, tapetes, alfombras, bodegas, parqueaderos, avisos <i>panaflex</i> , entre otros.	Servicio de control de plagas vectoriales.
Sellado y cristalizado de pisos.	Servicios generales.
Servicios locativos.	Servicio de jardinería.
Servicios generales.	Servicios locativos.
Servicio de jardinería.	Servicio de aseo y cafetería.

Fuente: Limpia Todo S.A.S (2019).

La creación de la compañía sucedió en 2006. Ha logrado mantener un crecimiento en el mercado debido a que actualmente cuenta con presencia en las principales ciudades de Colombia: Barranquilla (Atlántico), Bogotá D.C. (Cundinamarca), Cali (Valle del Cauca), Ibagué (Tolima), Manizales (Caldas), Medellín (Antioquia), Neiva (Huila), Pereira (Risaralda) y Villavicencio (Meta). Actualmente, cuenta con más 80 de colaboradores de acuerdo con el sistema de información EMIS.

Misión

“En Limpia Todo S.A.S tenemos el compromiso de prestar un excelente servicio de limpieza y mantenimiento de sus locaciones para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes”.

Visión

“Nos proyectamos en el tiempo como una empresa reconocida a nivel nacional por el eficiente servicio de aseo y servicios generales y por entablar relaciones comerciales con nuestros clientes,

siguiendo los parámetros establecidos para la preservación del medio ambiente y la calidad del servicio”.

PROPÓSITO

Desarrollar el análisis prospectivo de la compañía, basándose en los instrumentos de análisis para la correcta interpretación y comprensión de los fenómenos empresariales.

¿Dónde están?

Limpia Todo S.A.S se encuentra dentro del 5% de participación frente al mercado, evidenciándose un crecimiento durante los años de participación y aumentando su rentabilidad. A pesar de que en el año 2015 tuvo una utilidad del 28% y en 2016 del 19%, esto no influyó en el crecimiento de la empresa, debido a que se encuentra en etapa de reconocimiento en el sector y con alto potencial de posicionamiento en el mercado. Lo anterior se evalúa a partir de los contratos que han adquirido con clientes potenciales (Gobernación de Cundinamarca). Sin embargo, se enfrenta con grandes competidores que abarcan gran parte de la demanda.

¿Cómo están?

Realizando una comparación de los activos en el 2015 y 2016 se registró un aumento del 22%. Además, sus ventas también se incrementaron en un 10%; lo que refleja el reconocimiento constante que ha ido adquiriendo.

Su estructura administrativa refleja organización, debido a que las funciones de cada colaborador son claras y específicas; lo que impacta de forma positiva a la productividad de la compañía. Cuenta con personal capacitado para llevar a cabo el servicio con alta calidad, además de una amplia gama que permite fácil captación de clientes con necesidades específicas.

El financiamiento de la compañía es un factor crítico: es difícil adquirir los créditos solicitados debido a que ha estado poco tiempo en el sector. Asimismo, es importante resaltar que la compañía no cuenta con un horizonte empresarial claro, preciso y

medible. Estos son los factores que impiden alcanzar los objetivos planteados.

¿Dónde quieren ir?

La compañía se proyecta como una empresa reconocida a nivel nacional por su eficiente servicio de aseo y servicios generales. En la prestación de sus servicios también buscar crear una relación duradera con sus clientes. Sin embargo, esta proyección no se encuentra ligada con objetivos clave, un plan de acción preciso y una serie de indicadores que permitan llevar un seguimiento de la estrategia establecida, para así facilitar la toma de decisiones.

¿Hacia dónde van?

La empresa ha crecido, pero no de manera significativa. La alta rotación de empleados impide que se logre ofrecer una gran calidad del servicio. Además, ello genera gastos en proceso de selección que se podrían reducir y que ayudarían al crecimiento de Limpia Todo. A pesar de llevar 13 años en el mercado no han logrado ser tan reconocidos como cabría esperar. Por esto, la meta planteada requiere más esfuerzo y objetivos claros.

¿A dónde deben ir?

Se apunta a la gestión activa y creativa, por medio de la identificación de los cambios. Esto incluye un análisis interno y externo junto con el apoyo de expertos. Asimismo, obtener la relación entre estos factores para resaltar las tendencias esenciales para la creación de posibles escenarios, así como para el desarrollo del plan de contingencia. Adicionalmente, Limpia Todo S.A.S debe tener como referencia a sus competidores (Casa Limpia, por ejemplo) para lograr destacarse por medio de la identificación de sus fortalezas y oportunidades.

¿Hacia dónde pueden ir?

Es una empresa que tiene la capacidad para crecer. Por esto se deben aprovechar las ventajas competitivas y la amplia gama de servicios, para así aumentar su participación en el mercado.

UNIDAD DE ANÁLISIS

La compañía Limpia Todo S.A.S ofrece servicios de mantenimiento locativo, aseo, cafetería y jardinería para clientes que incluyen personas jurídicas (empresas públicas y privadas) y personas naturales (familias). Pertenece al sector de servicios, el cual aportó el último año al PIB colombiano un 4,3% real anual y ha sido de los sectores que mejor ha presentado rendimiento en los últimos años en nuestro país. Sin embargo, para identificar exactamente cuál es el mercado al cual pertenece la compañía es necesario realizar un análisis acerca de las empresas que pertenecen a su grupo estratégico; es decir, su competencia directa. Estas empresas ofrecen servicios relacionados directamente con la compañía o con mucha similitud. Nos enfocaremos en su línea negocio más representativa: servicio de aseo y cafetería.

Al analizar a sus competidores se logra observar que las ventas que genera la compañía Limpia Todo S.A.S no son representativas. Al comparar sus ingresos con las principales empresas que ofrecen el mismo servicio la compañía, no aporta significativamente al sector y se encuentra en una alta desventaja. Ello debido al músculo financiero con el que cuentan estas empresas. Esto favorece que manejen un nivel de tecnología superior que genere preferencias entre los clientes, logrando así quitarle mercado a la empresa objeto de estudio.

MÉTODOS PARA INFORMACIÓN

Para el estudio del caso, se usó la metodología prospectiva “(...) Es el conjunto de estudios que se llevan a cabo sobre un tema o situación particular, a modo de determinar lo que ocurrirá de forma anticipada” (s.a., 2018). Todo lo anterior, por medio de un análisis interno y externo de la compañía en donde se identificaron los principales factores que ventajas y desventajas a la empresa en comparación con el mercado al cual pertenece.

Una vez se nos asignó realizar un estudio acerca de la empresa Limpia Todo S.A.S, se identificaron los factores críticos.

Identificación de factores críticos de éxito

En este punto dimos prioridad a factores diferentes que no habían sido planteados por el grupo de diagnóstico empresarial. Ello con el fin de tener una perspectiva diferente acerca de la compañía Limpia Todo S.A.S. Estos factores fueron identificados y realizados en una matriz suministrada por el Departamento de Administración de Empresas. Esta matriz no solo se realiza un análisis de factores externos sino también de la parte interna de la compañía. Entre los factores externos podemos encontrar: políticos, económicos, tecnológicos, sociales y legales; y en los factores internos nos enfocamos principalmente en las debilidades y fortalezas que presentaba la compañía, para así obtener una perspectiva más amplia del estudio que se va a desarrollar.

Vale la pena resaltar, que todos estos factores deben de ser cuantitativos y cualitativos para que las ideas claras y puntuales puedan ser aplicables a la realidad. Una vez se determinó qué factor se iba a identificar, se realizó una descripción del mismo para explicar de manera detallada como estaría bien sea favoreciendo o afectando a la empresa. Para ello, se le asigna un indicador para medir el cumplimiento de los factores.

Seguido de esto, los factores serán calificados con una puntuación de 1 a 3 de acuerdo con su nivel de importancia. Así la matriz puede extraer los 10 principales y ser seleccionados para ser tenidos en cuenta en la estrategia. A continuación, los factores que fueron extraídos por parte de la matriz, de acuerdo con la calificación recibida.

Factores políticos

- 1.** Buen control de residuos: Los productos de limpieza se encuentran categorizados en residuos especiales y deben ser eliminados por un gestor autorizado. La Agencia de Protección Ambiental afirma que el contenido de los limpiadores, sanitizantes y desinfectantes son sustancias de alto riesgo. Por lo tanto, deben cumplir con el buen manejo de estos residuos para garantizar las prácticas de trabajo seguras. Deben almacenarse de forma separada de los residuos ordinarios. No usarse para envasar otro

producto o sustancia, Destruirlos para evitar un nuevo uso (Secretaría de Sustentabilidad, 2018).

Factores económicos

1. Crecimiento de la industria: según los servicios que ofrece, Limpia Todo S.A.S se ubica en el sector Servicios, que es el que más se ajusta a su actividad económica. Dicho sector, según el DANE en el año 2018, registró un aumento del 2%. Asimismo, la economía colombiana creció un 2,7% (Redacción Dinero, 2019).
2. Poca facilidad para acceder a créditos: de acuerdo con un informe publicado por la Banca de las Oportunidades (Londoño, 2018), un 24% de los microempresarios no solicitan créditos debido al exceso de trámites que les exigen, al tamaño de la empresa y su poco reconocimiento en el sector. Debido a esto, Limpia Todo S.A.S tiene impedimentos para obtener créditos de gran magnitud. Por ende, se limita su crecimiento en el sector por los pocos recursos con los que cuenta.

Factores tecnológicos

1. Nueva tecnología inteligente: Actualmente se están incorporando electrodomésticos de nueva generación para los hogares. Por ejemplo, aspiradoras inteligentes que realizan solas el trabajo. Esto facilita las labores de limpieza y reduce el tiempo dedicado al aseo del hogar o establecimiento donde se ponga en funcionamiento.
2. Nuevos sistemas de limpieza: actualmente existen métodos innovadores que facilitan la limpieza de cristales en alturas. Este método de limpieza por agua somatizada es ecológico, ya que no se agregan productos químicos al agua y no daña las superficies en las que se aplica.

Factores legales

1. Restricción en composiciones químicas de insumos: de acuerdo con el Ministerio de Salud y Protección Social y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, según

la resolución 0689 del 2016, el contenido de fósforo en detergentes y jabones debe ser máximo del 0,65% para el 2018 y se debe promover el uso de detergentes biodegradables.

Factores internos

1. Poco uso de tecnología de punta: durante los últimos 5 años se han desarrollado múltiples detergentes y productos de limpieza más eficientes y tecnológicos, de los cuales Limpia Todo S.A.S no utiliza ninguno. Esto genera mayor cantidad de residuos y deja por fuera a posibles clientes que se interesen por ser amigables con el medio ambiente (Redacción T21, 2012).
2. Personal capacitado: La compañía garantiza que su personal cuenta con las habilidades y capacidades para cumplir con su misión, visión y objetivos corporativos. Esto se logra por medio del proceso de selección y reclutamiento, así como las capacitaciones continuas.
3. Alta rotación de personal: dado el tipo de contrato manejado en la empresa (obra-labor) y los pocos incentivos recibidos por parte de la alta gerencia, el personal se renueva constantemente. Ello implica un aumento en gastos de contratación, liquidación y capacitación. Otra consecuencia es que los colaboradores no adquieran la experiencia necesaria para la prestación de un servicio óptimo.
4. Múltiples paquetes de servicios: actualmente la empresa cuenta con un amplio portafolio de servicios que brinda asistencia en diversas infraestructuras; desde hogares (casas o apartamentos), hasta grandes y pequeñas empresas o centros comerciales. Para cada uno de los segmentos de clientes, se encuentra un *brochure* específico para el servicio y necesidad de cada uno, en el que se detalla cómo se ofrece un servicio especializado y de calidad de acuerdo al trabajo contratado (Fuente: Limpia Todo S.A.S).

Matriz de impactos cruzados

Luego de la selección de factores, se llega a la matriz de impactos cruzados, donde se confrontan diferentes variables y se les asigna un número en un ranking de 0 a 3 siendo 0: magnitud nula; 1: débil; 2: mediana y 3: alta magnitud. Esto con el fin de evaluar la influencia y la dependencia para dar prioridad a los factores. En la Figura 2 se encuentra la Matriz de impactos cruzados resultante del estudio, con la cual se obtuvo una puntuación de 23.

MATRIZ DE IMPACTOS CRUZADOS

	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	DEPENDENCIAS
V1		1	1	2	2	1	0	0	0	2	9
V2	2		2	3	2	0	3	2	1	0	15
V3	3	2		2	2	2	3	3	3	2	22
V4	1	0	0		2	3	3	3	3	3	18
V5	1	2	3	3		3	2	3	3	3	23
V6	2	2	3	3	3		2	3	0	1	19
V7	1	3	3	3	2	2		2	2	1	19
V8	3	2	1	2	2	1	2		1	2	16
V9	0	2	3	1	1	1	1	3		2	14
V10	1	2	3	2	2	3	2	1	0		16
INFLUENCIA	14	16	19	21	18	16	18	20	13	16	

INFLUENCIA

Max 23

Figura 2. Matriz de impactos cruzados

Fuente: elaboración propia (2019).

Mic-Mac

Una vez obtenemos la puntuación derivada de la Matriz de impacto cruzado, nos lleva a la selección del *Mic-Mac*. En este caso, el resultado es 1 variable en la zona de poder: nueva tecnología independiente; y 8 variables en la zona de conflicto: poco uso en tecnología de punta, poca facilidad para acceder a créditos, nuevos sistemas de limpieza, crecimiento de la industria, restricciones en composiciones químicas de insumos, buen control de residuos,

personal capacitado y por último alta rotación de personal. En la Figura 3, el gráfico de dispersión:

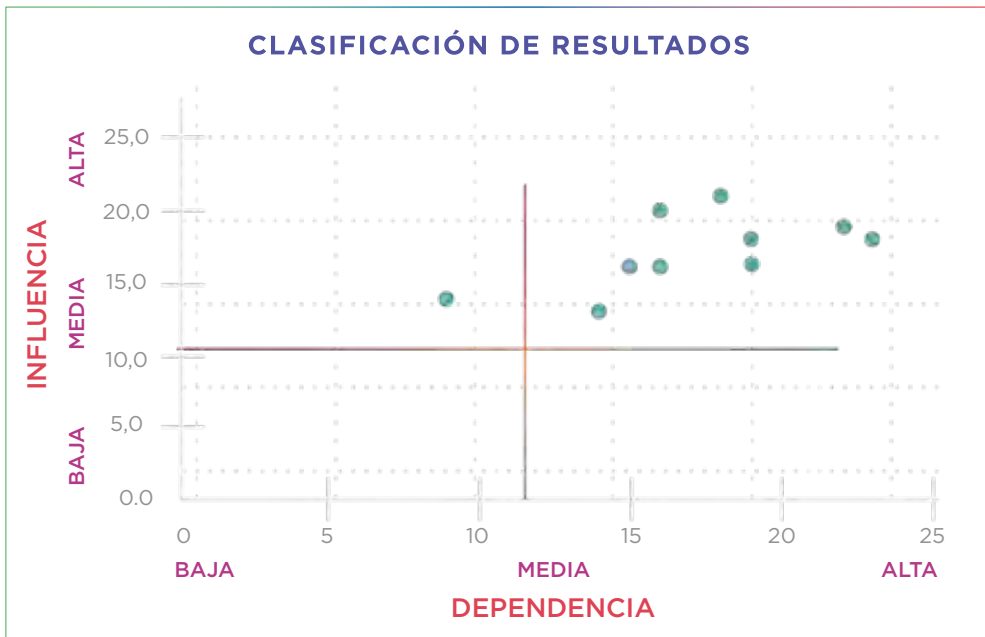


Figura 3. Mic-Mac

Fuente: elaboración propia (2019).

Hipótesis

Una vez el gráfico de dispersión se concentra en uno de los cuadrantes, se procede a identificar y realizar 3 hipótesis por cada variable obtenida inicialmente (la matriz arrojó 10 factores). Cada una de estas variables deberá contar con una hipótesis “muy positiva”, otra “más probable” y otra “pesimista”. Adicionalmente, se deberá asignar un porcentaje que se asumirá como la probabilidad del resultado; esto nos permitirá crear los diferentes escenarios para ejecutar la estrategia.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Selección de escenarios

De acuerdo con el análisis de cada uno de los factores que integran las variables del análisis del caso, se puede estudiar la matriz de hipótesis y posibles escenarios para cada una de las variables que se experimentan. De acuerdo con esto, el grupo de estudio selecciona 3 posibles escenarios, cada uno de los cuales cuenta con nuevas hipótesis:

Nueva tecnología inteligente

Actualmente se están incorporando electrodomésticos inteligentes para los hogares, existen aspiradoras inteligentes que realizan solas el trabajo. Esto facilita las labores de limpieza y reduce el tiempo dedicado al aseo del hogar o establecimiento donde se ponga en funcionamiento.

1. Escenario más favorable (optimista):

Lograr destacarse sobre su competencia en tecnología.

2. Escenario moderado o normal:

Lenta adaptación al cambio de la entrada de nueva tecnología por parte de los colaboradores.

3. Escenario menos favorable (pesimista):

Incrementar un 20% en tecnología inteligente en sus procesos de servicio.

El uso de nueva tecnología es importante para la compañía, ya que facilitaría el proceso y optimizaría el tiempo que se dedica a las labores de limpieza. Si Limpia Todo S.A.S no obtiene esta nueva maquinaria perdería fuerza y competitividad en el mercado, ya que el uso de tecnología inteligente es conocido como un valor agregado en el servicio.

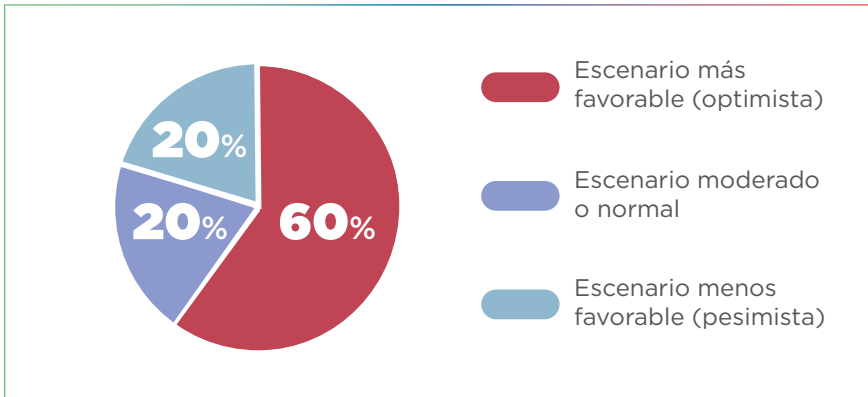


Figura 4. Escenarios - Nueva tecnología inteligente

Fuente: elaboración propia (2019).

Crecimiento de la industria

1. Escenario más favorable (optimista):

“De acuerdo con la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) la economía colombiana crecerá un 3,3% de la mano de las principales actividades económicas como lo es la de servicios” (Monterrosa, 2018).

2. Escenario moderado o normal:

Uno de los objetivos del Banco de la República es que el índice de inflación se proyecte entre 3,2% y 3,9%.

3. Escenario menos favorable (pesimista):

De acuerdo con Portafolio: “La tasa de desocupación se ubicó en 10,8%, lo que representa un aumento de 1,4% respecto al mismo mes de marzo del año pasado” (Redacción Portafolio, 2019).

Es importante estudiar y analizar el comportamiento del sector, ya que esto permitirá tomar las decisiones más convenientes para la compañía. Es necesario realizar un análisis previo de las amenazas y oportunidades que ofrece el sector, esto le dará a *Limpia Todo S.A.S*, agilidad para poder aprovechar o tomar medidas para los diferentes escenarios a los que se pueda ver enfrentada como empresa.

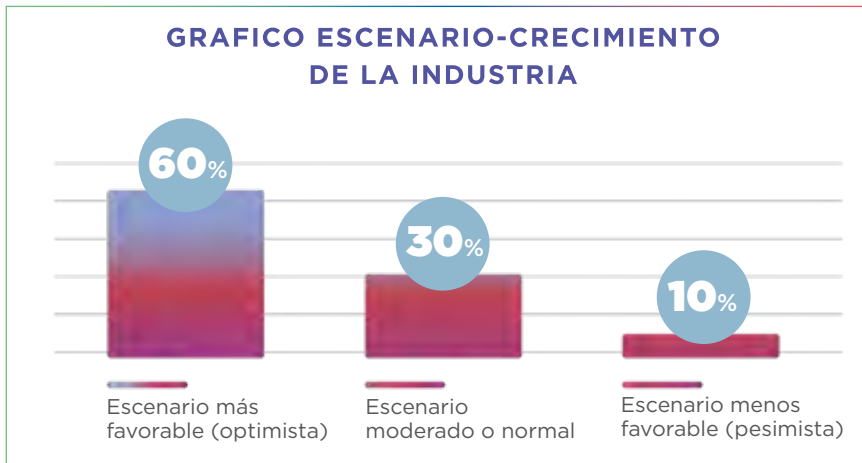


Figura 5. Escenarios - Crecimiento de la industria

Fuente: elaboración propia (2019).

Múltiples paquetes de servicio

1. Escenario más favorable (optimista): la empresa cuenta con un amplio portafolio de servicios, el cual es aprovechado por sus clientes contratando el 100% de sus servicios.
2. Escenario moderado o normal: el 60% de los servicios prestados son contratados con regularidad, el 30% de manera esporádica.
3. Escenario menos favorable (pesimista): a pesar de que la empresa cuenta con un amplio portafolio de servicios, solo son contratados el 10% de estos.

Es de suma importancia que la empresa actualice y modifique su portafolio de servicios, ofreciendo nuevos paquetes que se adapten a la necesidad de todos sus clientes sean centros comerciales u hogares. Esto le permitirá abarcar más mercado y fidelizar a sus clientes con servicios de limpieza y aseo especializados y personalizados. Lo anterior generaría en los clientes mayor confianza para la contratación de los servicios.

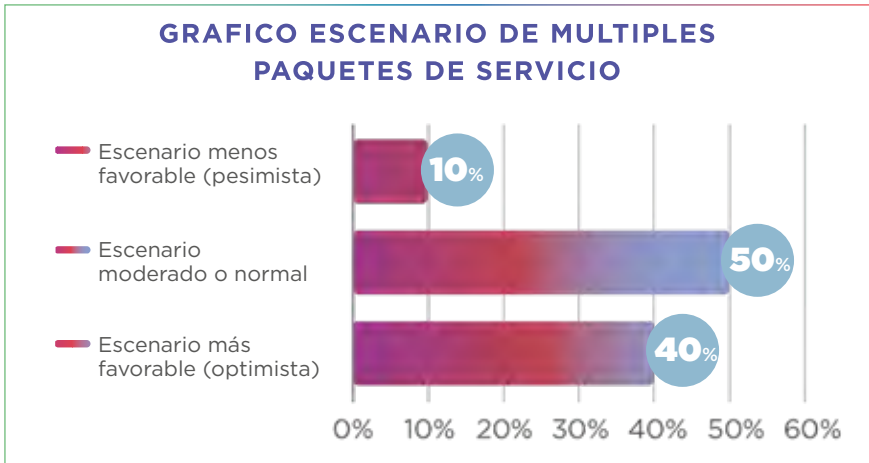


Figura 6. Escenarios - Múltiples paquetes de servicio

Fuente: elaboración propia (2019).

Estrategias

Tabla 2. Planteamiento de estrategias

Variable	Hipótesis
Nueva tecnología inteligente	Lograr destacarse sobre la competencia en tecnología.
Crecimiento de la industria	De acuerdo con Portafolio, la tasa de desocupación se ubicó en 10,8%. Lo que representa un aumento de 1,4% respecto al mismo mes de marzo del año pasado (Redacción Portafolio, 2019).
Múltiples paquetes de servicios	A pesar de que la empresa cuenta con un amplio portafolio de servicios, solo son contratados el 10% de estos.

Fuente: elaboración propia (2019).

Estrategia de integración horizontal - control sobre los competidores

Esta estrategia consiste en destacarse por la implementación de la nueva tecnología inteligente en los procesos y así alcanzar un mayor reconocimiento en el mercado. De este modo, se eleva sobre su competencia por la innovación en la aplicación de los sistemas tecnológicos para los servicios de limpieza; lo que adicionalmente nos permite discernir que este factor facilitará que sus procesos sean más productivos.

Esto se determinó por medio de la zona de poder a la que la compañía apunta, la nueva tecnología inteligente. Se toma este factor externo como una oportunidad para lograr adaptarse y así estar a la vanguardia de los cambios constantes en la era tecnológica.

Alianza estratégica

El crecimiento de la industria es un respaldo para Limpia Todo S.A.S ya que permite acordar con dos o más empresas una alianza estratégica. Esta una alternativa competitiva para buscar posicionarse en el mercado. Asimismo, esto genera un fortalecimiento empresarial de ambas partes; debido a que se unen para llegar a un objetivo en común que es el reconocimiento.

Estrategias intensivas - desarrollo del servicio

En el desarrollo del servicio se busca reevaluar la línea de negocio respecto a la demanda, modificando su portafolio de servicios; garantizando que se encuentre en coherencia con las necesidades del sector. Para la divulgación de su portafolio de servicios actualizados se requiere una inversión en mercadeo, para dar a conocer la reestructuración en servicios. Esto se identificó con base en la variable de *múltiples paquetes de servicios*, indicando que su amplio catálogo en servicios no está siendo efectivo, debido a que solo son contratados el 10% de estos.

Análisis financiero

De acuerdo con los datos suministrados en el informe, se evidencia un incremento en activos del año 2015 al 2016 del 22 %, que equivale a \$ 234.244.470; en ventas del 10%, equivalente a \$ 106.349.799. De esta manera, se generaron mayores utilidades de un año al otro de \$ 17.002.434, lo cual corresponde a un 8%. Lo anterior se debe a un nuevo contrato que se firmó en el año 2016 con la Gobernación de Cundinamarca, lo que implicó la compra de máquinas especializadas y aumentar el número de colaboradores.

Por otro lado, el ROE para el año 2015 estaba en un 28% y en el siguiente año disminuyó en un 9%; quedando así en un 19%. Esto indica que la rentabilidad obtenida por la empresa con sus propios fondos decreció debido a una financiación con terceros que tuvo en el mismo periodo.

Para el ROA también hubo una disminución del 2%, debido a que en 2015 estaba en 20% y para el siguiente periodo en 18%. Esto demuestra que probablemente la gestión de la gerencia no fue la misma que el periodo anterior y no se están aprovechando efectivamente sus activos para que estos puedan lograr una rentabilidad. Sin embargo, este indicador es bueno para la compañía siempre y cuando no siga disminuyendo en los siguientes periodos.

En lo referente a los pasivos, Limpia Todo S.A.S tuvo un incremento de 18% del año 2015 al 2016. Esto se debe al pago de impuestos establecidos, como el IVA y el IPC que tuvo un incremento del 5,75% (DANE, 2018). La empresa presenta un nivel de endeudamiento del 6% del total de sus activos, lo que demuestra que soporta un favorable nivel de deuda frente a sus recursos propios.

CONCLUSIONES

Limpia Todo S.A.S es una empresa que no ha logrado aprovechar las oportunidades que le brinda la industria. Asimismo, no utiliza la tecnología suficiente que permite optimizar procesos y así suplir las necesidades del cliente.

Con el análisis de los diferentes factores que integran las variables de la empresa se estudió la matriz de hipótesis y posibles escenarios. Se encontró que los más importantes eran: nueva tecnología inteligente, crecimiento de la industria y múltiples paquetes de servicios. Para cada uno de estos, se identificaron unos escenarios favorables, moderados y pesimistas.

Es importante que la empresa fortalezca sus procesos internos ya que a pesar de que lleva tiempo en el mercado, no ha logrado crecer lo suficiente. Esto se debe a que no ha llevado una organización y gestión adecuada por parte de sus directivos.

La empresa debe fortalecer sus procesos de selección, contratación, capacitación para poder competir en un mercado que está saturado, pero que requiere de cambios para mejorar su imagen.

RECOMENDACIONES

Adquirir nueva tecnología que le permita optimizar sus procesos y así lograr la completa satisfacción de sus clientes, logrando ser más reconocidos en el mercado.

Disminuir la rotación de empleados por medio de la modificación de los tipos de contrato, así como presentar un plan de incentivos y beneficios, los cuales generarán más seguridad y fidelidad a sus colaboradores. De esta manera se logrará aumentar la calidad de sus servicios, debido a la experiencia que adquieren en sus labores diarias.

Plantear y desarrollar un plan de capacitación para todas las personas de la organización, pero focalizada en necesidades específicas al puesto de trabajo. Por ejemplo: servicio al cliente, manejo de residuos, manejo de productos de aseo, imagen y marca, entre otros.

Dar a conocer su amplia gama de servicios para así lograr un mayor reconocimiento y, de esta manera, aumentar su participación en el mercado.

Hacer una revisión de estrategias como diversificación concéntrica y conglomerada, que le permita ofrecer a sus clientes actuales nuevos productos y servicios.

BIBLIOGRAFÍA



Chica, A. (21 de abril de 2018). Crisis sanitaria en Colombia por el arribo de miles de venezolanos con enfermedades que estaban erradicadas. *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/colombia/2018/04/21/crisis-sanitaria-en-colombia-por-el-arribo-de-miles-de-venezolanos-con-enfermedades-que-estaban-erradicadas/>

Colegio Nacional de Bacteriología - CNB -. (18 de Marzo de 2018). *Congreso Internacional del Colegio Nacional de Bacteriología*. Recuperado de <https://cnbcolombia.org/congreso-internacional-cnb-colombia/>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -. (5 de enero de 2018). *Comunicado de prensa. Índice de Precios al Consumidor Diciembre 2017*. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/cp_ipc_dic17.pdf

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE -. (Actualizado 23 de diciembre de 2020). *Información 2019. Tercer Trimestre y año corrido 2020. Estadísticas vitales*. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/nacimientos-y-defunciones>

Londoño, D. (11 de mayo de 2018). Financiamiento de las microempresas en Colombia. *Banca de las Oportunidades*. Recuperado de <https://bancadelasoportunidades.gov.co/index.php/es/blogs/blog-de-bdo/financiamiento-de-las-microempresas-en-colombia>

Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación - MinCiencias -. (8 de enero de 2019). Plan anual de convocatorias 2019. Recuperado de <https://minciencias.gov.co/convocatorias/investigacion>

Ministerio de Salud y Protección Social - Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (3 de mayo de 2016). *Por la cual se*

adopta el reglamento técnico que establece los límites máximos de fósforo y la biodegradabilidad de los tensoactivos en detergentes y jabones. [Resolución 069 de 2016]. Recuperado de <https://www.minambiente.gov.co/images/normativa/app/resoluciones/9a-res%20689%20may%202016.pdf>

Monterrosa, H. (22 de diciembre de 2018). La economía colombiana crecerá más en 2019. *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/especiales/mis-documentos-2018-ii/la-economia-colombiana-crecera-mas-en-2019-2808899>

Organización Mundial de la Salud - OMS -. (Febrero de 2018). 10 amenazas a la salud mundial en 2018. Recuperado de <https://www.who.int/features/2018/10-threats-global-health/es/>

Redacción Dinero. (19 de Octubre de 2017). Gobierno aumentó en 5,8% el presupuesto de 2018 para educación. *Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/gobierno-aumento-recursos-para-la-educacion-para-2018/251374>

Redacción Dinero. (28 de febrero de 2019). Economía colombiana creció 2,7% en 2018. *Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/economia/articulo/cuanto-crecio-colombia-en-2018/267679>

Redacción Política. (16 de Noviembre de 2018). Departamentos y municipios piden al Gobierno mensaje de urgencia para proyecto de ley de garantías. *El Espectador*. Recuperado de <https://www.elespectador.com/noticias/politica/departamentos-y-municipios-piden-al-gobierno-mensaje-de-urgencia-para-proyecto-de-ley-de-garantias-articulo-824009>

Redacción Portafolio. (30 de Abril de 2019). Desempleo en Colombia completa 3 meses en aumento. *Portafolio*. Recuperado de <https://www.portafolio.co/economia/empleo/desempleo-en-colombia-aumento-en-marzo-529076>

s.a. (07 de Febrero de 2018). Significado de Prospectiva. *Significados*. Recuperado de <https://www.significados.com/prospectiva/>

Secretaría de Sustentabilidad. (28 de junio de 2018). *Programa de seguridad operativa*. Universidad Autónoma de Nueva León, Monterrey, México. Recuperado de <http://sds.uanl.mx/sustancias-quimicas-y-sistema-globalmente-armonizado/>

Redacción T21. (12 de marzo de 2012). Desarrollan detergentes y productos de limpieza más eficientes y ecológicos. *Tendencias 21*. Recuperado de https://www.tendencias21.net/Desarrollan-detergentes-y-productos-de-limpieza-mas-eficientes-y-ecologicos_a10571.html