

Acabados Eterna

Presentado por.

Karen Yineth Mora Farfán

Andrea Viviana Rodríguez Sanabria

Carlos Eduardo Pérez Santos

Administración de empresas

Corporación unificada nacional CUN

Bogotá D.C

de Noviembre de 2018

Acabados Eterna

Presentado por.

Karen Yineth Mora Farfán

Andrea Viviana Rodríguez Sanabria

Carlos Eduardo Pérez Santos

Asesor

Christian Camilo Chaves

Administración de empresas

Corporación unificada nacional CUN

Bogotá D.C

Noviembre de 2018

Tabla de contenido

Introducción.	4
Justificación.	5
1. Planeación estratégica generativa	6
1.1 Descripción de la idea de negocio.	6
1.2 Objetivo.	6
1.4 Identidad Estratégica.	7
1.5 Futuro preferido.	7
1.6 Valores.	7
1.7 Objetivos Específicos.	8
1.8 Análisis de Pestel.	9
1.9 Análisis de Porter.	16
1.9 Análisis de Porter.	16
2. Estudio de mercados	19
2.1 Objetivos estudio de mercado	19
2.2 Segmentación	19
2.3 Metodología estudio de mercados.	19
3. Plan de marketing	32
3.1 Estrategia del producto.	32
3.2 Estrategia de precio.	33
3.3 Estrategia de publicidad.	33
3.4 Desarrollo de marca.	35
3.5 Marca.	36
3.6 Logo.	36
3.7 Slogan.	36
3.8 Ventaja competitiva.	36
3.9 Ventaja comparativa.	37
3.10 Estrategia de promoción.	37
3.11 Estrategias de distribución.	37
3.15 Ejecución comercial.	38
3.16 Habilidades comerciales y administrativas .	38
3.17 Proyección de ventas.	39
3.18 Política de cartera.	40

3.19 Presupuesto de plan de mercado.	40
4. Conclusiones	41
5. Bibliografía	42

Introducción.

Acabados eterna, será una empresa dedicada al sector de la construcción en Bogotá, específicamente en sectores como Kennedy, donde encontramos bastante variedad de depósitos para temas relacionados con este tema, nuestro producto estrella serán los paneles de 40 x 25 con resina autonivelante con imágenes en 3D, los cuales podrán ser instalados en pisos, muros y cielos rasos. En la actualidad la variedad de insumos para construcción no es novedosa, y por lo general siempre se encontrarán los mismos tipos de productos para remodelación y diseño de interiores y exteriores, acabados eterna quiere impactar y romper con ese paradigma, mostrando a la gente joven otra alternativa de modernización, que puede ser un poco más llamativa sobre todo para las personas entre 20 a 50 años.

Para el diseño del panel el usuario podrá elegir la imagen con la que mejor se siente cómodo, también el color y acabados eterna se encargará de diseñar la cantidad de paneles de acuerdo con lo escogido por el cliente entregando un producto de calidad y sobre todo logrando la satisfacción del cliente.

Justificación.

Este proyecto es viable, pues muchas de las personas manifiestan que la variedad de productos que encuentran hoy en día para la remodelación de sus hogares son los que se han venido manejando año tras año, acabados eterna está incursionando en el mercado de la construcción con este nuevo producto el cuales una idea fresca, innovadora y convencional, que busca romper el paradigma de siempre tener las mismas opciones a la hora de elegir una alternativa de cambio para el sitio que deseamos remodelar, por esta razón se considera que los paneles de 40 x25 con resina autonivelante con imágenes en 3D, de acuerdo a la elección del usuario es una idea que puede llegar a ser acogida con facilidad, especialmente por los jóvenes pues buscan formas de expresión con las cuales se sientan identificados, y que mejor que el propio diseño de las imágenes que se van a proyectar en estos paneles al ser instalados en pisos, muros y cielos rasos.

1. Planeación estratégica generativa

1.1 Descripción de la idea de negocio.

Acabados eterna nace de la necesidad de buscar otras alternativas de remodelación diferentes a las actuales, tomando como nicho de mercado población entre 20 a 50 años, que desean realizar algún tipo de remodelación, ofreciendo como alternativa paneles de 40x25 elaborados en resina autonivelante con imágenes en 3D, que pueden ser personalizables de acuerdo al gusto del cliente, inicialmente nuestros diseños son 3 variedades de paisajes, pero el cliente puede escoger el diseño que desea plasmar en el panel, el cual es resistente al alto tráfico, por ende su durabilidad es mayor. Estos paneles son de fácil instalación, y pueden ser utilizados en pisos, cielos rasos y muros.

Inicialmente nuestro segmento escogido para la implementación de nuestro producto en el sector de Kennedy donde encontramos gran variedad de depósitos de venta de insumos para construcción, pero nuestro objetivo a largo plazo es poder ofrecer este producto en almacenes de cadena como Homecenter y Easy.

1.2 Objetivo.

Determinar qué tan viable puede ser la implementación de este nuevo producto en el segmento de la construcción en la localidad de Kennedy.

1.3 Marco Legal.

Ley 789 de 2002, Dicta normas que apoyan el empleo y la protección social.

Ley 1151 de 2007, encaminada a la protección y estimulación de mercados altamente competitivos mediante el formato a la permanente formación de empresa.

Ley 1429 de Diciembre de 2010, la cual habla sobre las ventajas en los pagos de impuestos, parafiscales y matrículas mercantiles.

La Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en la materia.

EL DECRETO 934 DE 2003, Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER (FE). El artículo 40 de la Ley 789 de 2002 creó el Fondo Emprender FE como una cuenta independiente y especial adscrita al Servicio Nacional de Aprendizaje, Sena, el cual será administrado por esa entidad y cuyo objeto exclusivo será financiar iniciativas empresariales en los términos allí dispuestos.

1.4 Identidad Estratégica.

Ser una empresa líder en comercialización a grandes almacenes de cadena de paneles de 40 x 25 elaborados a base de resina autonivelante con imágenes en 3D, para la remodelación y diseño de interiores y exteriores, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y brindándoles un producto de excelente calidad.

1.5 Futuro preferido.

Ser el mayor distribuidor a nivel nacional a grandes almacenes de cadena de paneles elaborados a base de resina autonivelante con imágenes en 3D.

1.6 Valores.

Tabla 1

Valores corporativos.

Valores	Aplicación
Pasión	Charlas motivacionales sobre los resultados de realizar un trabajo con pasión.
Calidad	Elaboración de un producto excelente que satisfaga las necesidades de los clientes.

Confianza

Acabados eterna busca generar confianza nos solo en sus clientes externos sino en su cliente interno.

Trabajo en equipo

Acabados eterna busca fortalecer el trabajo en equipo por medio de un juego de roles donde cada persona se ponga en la situación del otro y en su labor.

Nota: Elaboración propia, desarrollada en los valores principales de la empresa Acabados Eterna

1.7 Objetivos Específicos.

1. Identificar la aceptación de nuestro producto en estas localidades.
2. Realizar la matriz estratégica de Acabados Eterna.
3. Desarrollar el estudio de los mercados Acabados Eterna.
4. Implementar el plan de marketing para el Acabados Eterna.

1.8 Análisis de Pestel.

El análisis PESTEL es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de una campaña. Analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en la campaña. Al estudiar los distintos factores, se debe tener presente que estos afectan de forma diferente a los diferentes niveles de la población existente en nuestro país.

Tabla 2

Análisis de pestel.

	Positivo	Negativo
Políticos		
Política del país	Es importante pues por medio de ella, sabemos la normatividad que deben tener en cuenta las empresas en Colombia.	
Debilitamiento político.		Con el cambio de normatividades, la empresa debe realizar variaciones en su parte legal para cumplir con lo que la ley establezca.
Propuestas políticas en pro de los empresarios.	Alternativas establecidas por el gobierno para incentivar la creación de empresa en el país.	
Mayor participación en la parte política por el gobierno.	Apoyo a los proyectos de empresarios en el país con el fin de que estos sean de calidad y permitan la generación de empleo	

Cambios constantes en las reformas políticas.

Estos cambios afectan a la empresa, pues cada vez deben estar en una constante modificación de sus procesos.

Poca credibilidad de los empresarios en algunas instituciones políticas del estado.

Carencia de aceptación en las decisiones que se toman a nivel organizacional, con respecto a las que el gobierno intenta plantear.

Establecer políticas comerciales.

Con esto se busca que las empresas tengan un plan de acción basado en sus políticas internas y externas para prevenir situaciones futuras.

Aumento en impuestos y aranceles.

El aumento de estos factores supone por ende un gasto mayor para la empresa, pues son de obligatorio cumplimiento.

Económicos

La globalización.

Permite que el crecimiento económico sea mayor.

Integración comercial.		Posibilidades de competir con empresas del mismo gremio en cuanto a calidad
Política cambiaria.	Controla e iguala la economía de la empresa.	
Reducción de índices de desempleo.	Permite que la economía del país mejore gracias a los bajos índices de desempleo.	
Reformas a los impuestos que ya existen.		Estas reformas por ende suponen un gasto mayor para la empresa pues es una obligación que deben cumplir por ley.
Crecimiento de consumo en la industria de construcción.	Permite que la empresa tenga mayor flujo de dinero y rentabilidad en sus indicadores de crecimiento.	
Aumento de tasas de interés.		Esto implica mayor pago en las obligaciones de tipo financiero.
Crecimiento del nivel de confianza por parte del consumidor.	Permite que el índice de satisfacción sea un indicador mayor para la empresa.	

Discriminación social por creencias, raza o pensamiento	La empresas deben procurar tener un ambiente que sea el más cómodo para, pensando en todos los trabajadores, sin que estos sean vulnerados.
Cambios en el sistema de seguridad social.	Estos cambios, son positivos para la compañía, pues permite que el trabajador se sienta seguro en su sitio de trabajo, disminuyendo con esto los índices de ausentismo en las empresas.
Creación y desarrollo de procesos de carácter social.	Planeación de proyectos de carácter social pensando en la comunidad donde este situada la empresa.
Problemas entre compañeros.	Diferencias entre los mismos compañeros por temas de índole laboral o personal.
Falta de visión por parte de la empresa.	Conformismo por parte de la empresa, lo cual no genera ningún tipo de innovación que sea

llamativa para la sociedad actual.

Demografía

El crecimiento de la población es un factor determinante y positivo para la empresa, pues aumenta su nicho de mercado.

Cambios en las preferencias de la sociedad.

La generación de nuevas tendencias implica que los clientes puedan tomar otra alternativa diferente a la ofrecida por la empresa.

Tecnológicos

Telecomunicaciones.

Reduce tiempo de comunicación entre las mismas áreas o sedes de la organización, pues es de forma instantánea.

Acceso a la tecnología.

Permite tener las paginas o sitios web de la compañía de manera constante en actualización.

Comunicaciones poco eficientes.

No se lleva un buen manejo de la información de la empresa en las bases de datos o la nube.

Avances tecnológicos.	Permite que la empresa no se vuelva tan obsoleta con tan rápido y mejora la imagen de esta, obteniendo más rentabilidad.	
Oposición a la implementación de avances tecnológicos		Pérdida de clientes y rentabilidad en comparación a la competencia de su segmento.
Realización de inversión en tecnología	Con la implementación de nuevas tecnologías, lo que se busca es optimizar los tiempos de producción y así mismo brindar una mejor calidad de los productos.	
Ecológicos		
Manejo del reciclaje.	Clasificación de las basuras en sus respectivas canecas, de acuerdo con lo que debe contener cada una.	
Crear conciencia sobre el cambio climático.	Charlas a los equipos de trabajo sobre el cuidado y la protección del medio ambiente.	
Capacitaciones sobre reciclaje y manejo de desechos.	Creación de un ambiente más sano dentro de la empresa.	
Legales		

Ley sobre el empleo.	Igualdad entre los trabajadores que conforman la organización
Leyes de salud y seguridad laboral.	Implementar en el sistema de seguridad en el trabajo y realizar las actualizaciones constantes del mismo, según lo dicta la ley.
Leyes de emprendimiento	Posibilidades de apoyo con entidades públicas y privadas, para la creación de la empresa.

Nota. Elaboración propia, análisis pestel según los puntos positivos o negativos de la empresa acabados eterna.

1.9 Análisis de Porter.

El análisis de Porter es un modelo que nos permite medir el nivel de competencia de



una organización dentro del sector al que pertenece. Este análisis, creado por Michael

Porter en el año 1979. El análisis Porter, permite entender cuál es el grado de competencia de la organización y brinda la formulación de estrategias.

1.10 Fuerzas inductoras (oportunidades y fortalezas)

Oportunidades:

- Barreras de entrada de nuevas empresas al mercado
- Amplia segmentación en el mercado.
- Generación de empleo
- Creación de alianzas estratégicas con empresas dedicadas a fines similares.

Fortalezas:

- Creativo y resistente al alto tráfico
- Aseguramiento de calidad
- Alineación estratégica de la cadena de valor

1.11 Fuerzas Opositoras (Debilidades y amenazas)

Debilidades:

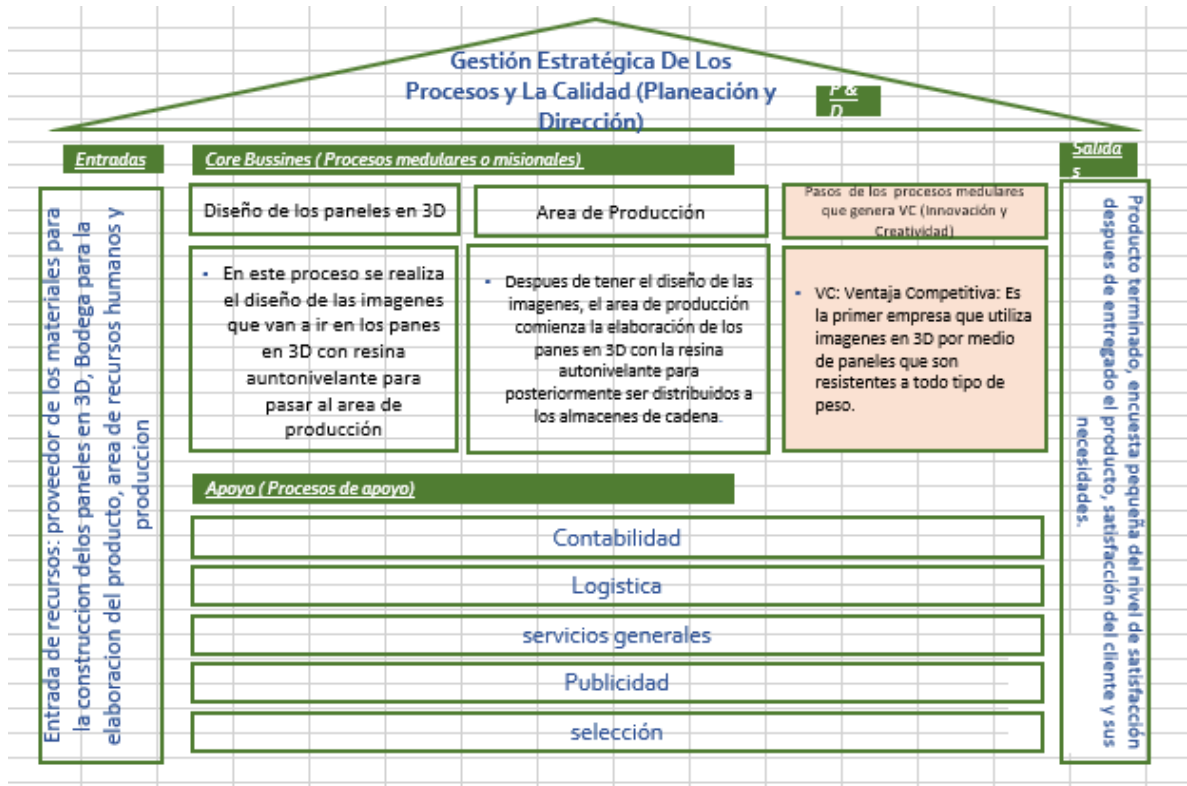
- Escasa automatización de procesos
- Definición de estrategia de mejoramiento continuo
- Importación de la resina autonivelante
- No cualquier persona puede manipular el producto.

Amenazas:

- Preferencia de productos sustitutos
- Variación económica del país
- Perder clientes por no cumplir con sus requerimientos.

- Por mala instalación el producto puede sufrir algún tipo de daño o avería.

1.12 Cadena de valor



La cadena de valor es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa y así identificar sus fuentes de ventaja competitiva.

1.13 Estrategia Competitiva

Acabados eterna, brinda un producto único e innovador, el cual cuenta con una garantía de 13 años, siendo resistente a todo tipo de tráfico, y permitiendo que los clientes decidan que quieren plasmar en su casa u oficina, con el fin de tener un ambiente más ameno.

2. Estudio de mercados

2.1 Objetivos de estudio de mercado:

- Identificar las necesidades de nuestro segmento de mercado.
- Determinar cuáles son nuestros competidores directos y la estrategia que utilizan en el mercado.

2.2 Segmentación:

Nuestro segmento de mercado, son personas de 20 a 60 años que deseen realizar algún tipo de diseño de interior o exterior de sus hogares o sitios de trabajo.

2.3 Metodología de estudio de mercado:

La metodología aplicada para la identificación de la muestra es la fórmula del nivel de confianza 385 personas encuestadas en la localidad de Kennedy, de la cual se extrae una muestra representativa, aplicando para ello 60 encuestas:



Acabados Eterna

Proyecta tus espacios

Somos una empresa dedicada al segmento de la construcción, por medio de la elaboración de paneles con imágenes en 3D a base de resina autonivelante, lo cual permite que sea más resistente al alto tráfico, estos pueden ser instalados en pisos, cielos rasos y muros.

Nombre _____

Edad _____

1. ¿Qué busca en un producto cuando lo va a comprar?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Garantía

2. ¿En general que tan satisfecho se encuentra con la variedad de productos para pisos, paredes o techos?

- a) Muy satisfecho
- b) Poco satisfecho
- c) Nada satisfecho

3. ¿Con qué frecuencia realiza remodelaciones de pisos, paredes y techos?

- a) 1 año
- b) 2 años
- c) Más de 2 años

4. ¿Qué almacenes de grandes superficies enfocados en el área de construcción visita con frecuencia?

- a) Easy
- b) Homecenter
- c) Bodegas de barrio

5. Si tuviera la posibilidad de cambiar el piso de su casa ¿Qué material escogería?

- d) Madera
- e) Porcelanato
- f) Cerámica

6. ¿Cómo califica usted de 1 a 3 la calidad de los productos ofrecidos en las grandes superficies como Homecenter?

- a) 1 malo
- b) 2 regular
- c) 3 bueno

7. ¿Cómo considera usted el servicio que ofrece las grandes superficies que comercializan insumos para construcción?

- a) Muy bueno
- b) Poco satisfactorio
- c) Deficiente

8. Cuando usted piensa en hacer algún tipo de arreglo en su hogar, ¿Qué factor tiene en cuenta?

- a) Variedad de productos
- b) Economía
- c) Calidad

9. ¿Cómo califica usted de 1 a 3 la variedad de productos para techos, pisos, muros en las grandes superficies que comercializan insumos para construcción?

- a) 1 malo
- b) 2 regular
- c) 3 bueno

10. A la hora de pensar en realizar algún tipo de remodelación, ¿Cuál es la importancia que le da al precio?

- a) Muy importante
- b) Poco importante
- c) Nada importante

11. A la hora de pensar en realizar algún tipo de remodelación, ¿Cuál es la importancia que le da al diseño?

- a) Muy importante
- b) Poco importante
- c) Nada importante

12. A la hora de pensar en realizar algún tipo de remodelación, ¿Cuál es la importancia que le da a la durabilidad?

- a) Muy importante
- b) Poco importante
- c) Nada importante

13. Acabados eterna se especializa en la remodelación y diseño de interiores y exteriores, por medio de paneles en con imágenes en 3D, elaborados a base de resina autonivelante.

¿Recomendaría usted los productos ofrecidos por acabados eterna?

- a) Si
- b) No

14. ¿Cuál de los siguientes aspectos no le atraen del producto?

- a) Utilidad
- b) Precio
- c) Innovación

15. ¿Qué objeciones puede hacer a nuestra idea de negocio? ¿Por qué?

- a) Muchas
- b) pocas
- c) Ninguna

16. ¿Ha escuchado sobre acabados eterna?

- a) Si
- b) No

17. Le gustaría que el producto de acabados eterna incluyera el servicio de instalación? ¿Por qué?

- a) Si
- b) No

2.4 Análisis concluyente



Acabados Eterna

Proyecta tus espacios

Somos una empresa dedicada al segmento de la construcción, por medio de la elaboración de paneles con imágenes en 3D a base de resina autonivelante, lo cual permite que sea más resistente al alto tráfico, estos pueden ser instalados en pisos, cielos rasos y muros.

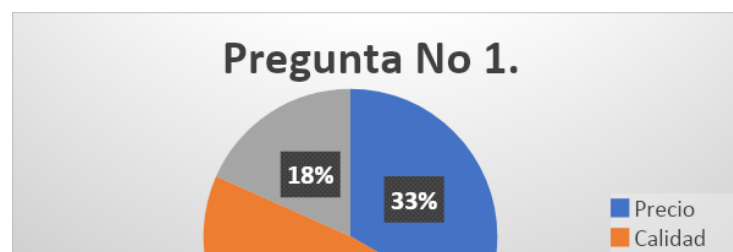
Nombre _____

Edad _____

1. ¿Qué busca en un producto cuando lo va a comprar?

- d) Precio
- e) Calidad
- f) Garantía

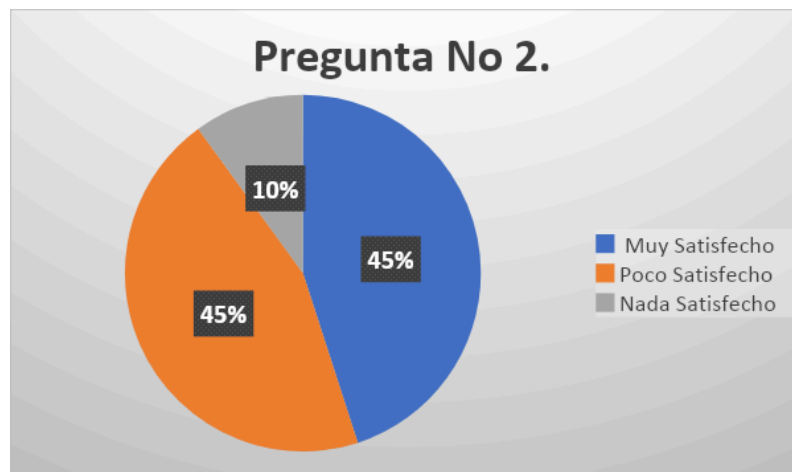
Precio	20
Calidad	29
Garantía	11
Total	60



Muy Satisfecho	27
Poco Satisfecho	27
Nada Satisfecho	6
Total	60

2. ¿En general que tan satisfecho se encuentra con la variedad de productos para pisos, paredes o techos?

- d) Muy satisfecho
- e) Poco satisfecho
- f) Nada satisfecho

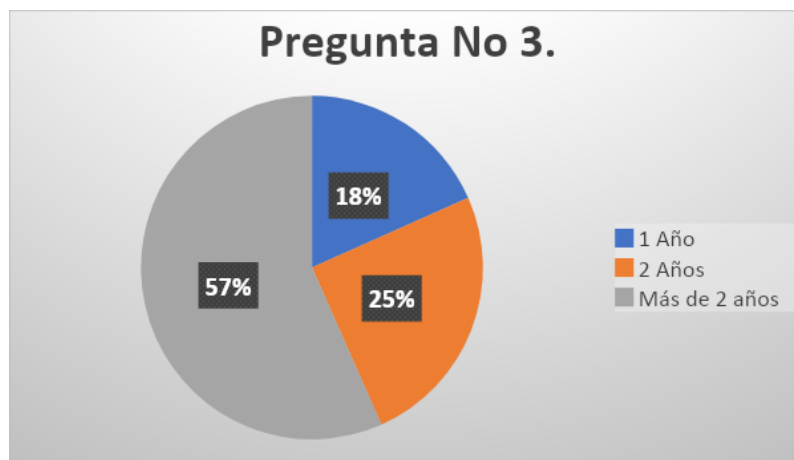


3. ¿Con qué frecuencia realiza remodelaciones de pisos, paredes y techos?

- d) 1 año

1 Año	11
2 Años	15
Más de 2 años	34
Total	60

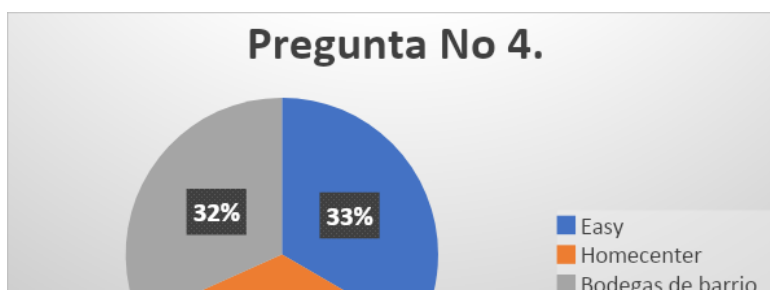
- e) 2 años
- f) Más de 2 años



4. ¿Qué almacenes de grandes superficies enfocados en el área de construcción visita con frecuencia?

Easy	20
Homecenter	21
Bodegas de barrio	19
Total	60

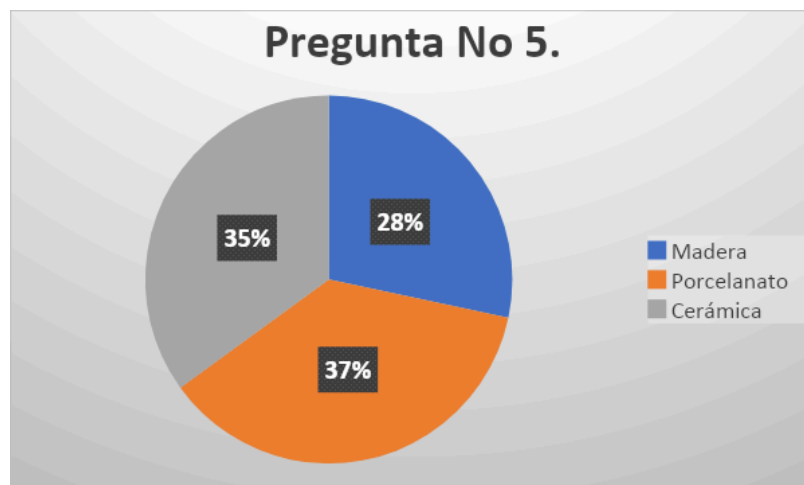
- g) Easy
- h) Homecenter
- i) Bodegas de barrio



5. Si tuviera la posibilidad de cambiar el piso de su casa ¿Qué material escogería?

Madera	17
Porcelanato	22
Cerámica	21
Total	60

- a) Madera
- b) Porcelanato
- c) Cerámica

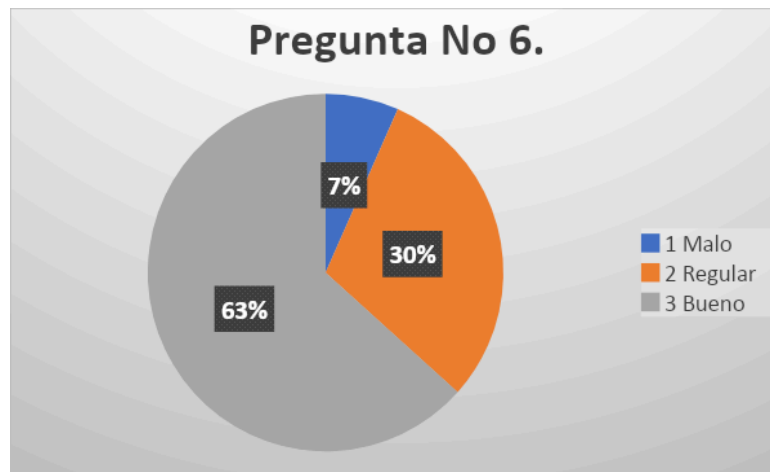


1 Malo	4
2 Regular	18

3 Bueno	38
Total	60

6. ¿Cómo califica usted de 1 a 3 la calidad de los productos ofrecidos en las grandes superficies como Homecenter?

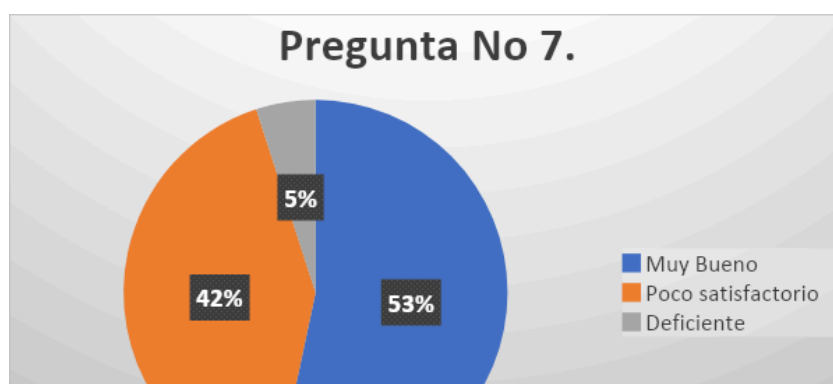
- a) 1 malo
- b) 2 regular
- c) 3 bueno



7. ¿Cómo considera usted el servicio que ofrece las grandes superficies que comercializan insumos para construcción?

Muy Bueno	32
Poco satisfactorio	25
Deficiente	3
Total	60

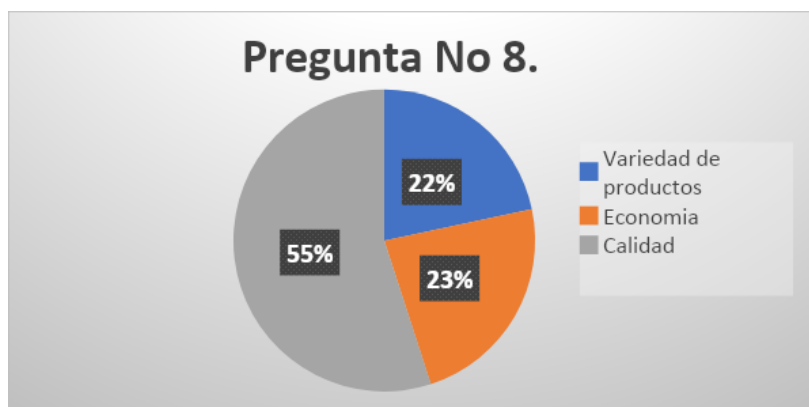
- a) Muy bueno
- b) Poco satisfactorio
- c) Deficiente



Variedad de productos	13
Economía	14
Calidad	33
Total	60

8. Cuando usted piensa en hacer algún tipo de arreglo en su hogar, ¿Qué factor tiene en cuenta?

- a) Variedad de productos
- b) Economía
- c) Calidad

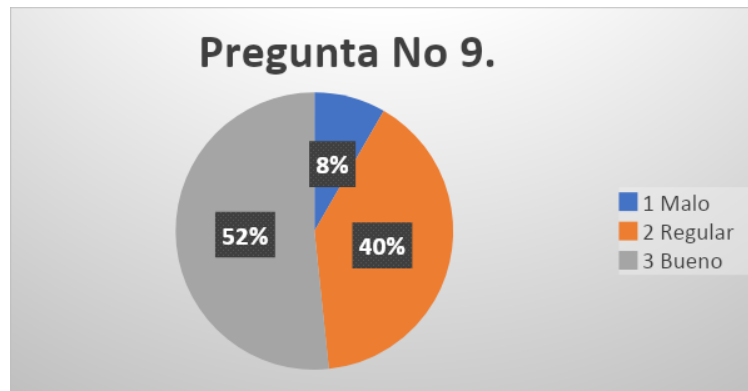


9. ¿Cómo califica usted de 1 a 3 la variedad de productos para techos, pisos, muros en las grandes superficies que comercializan insumos para construcción?

1 Malo	5
2 Regular	24
3 Bueno	31

Total	60
-------	----

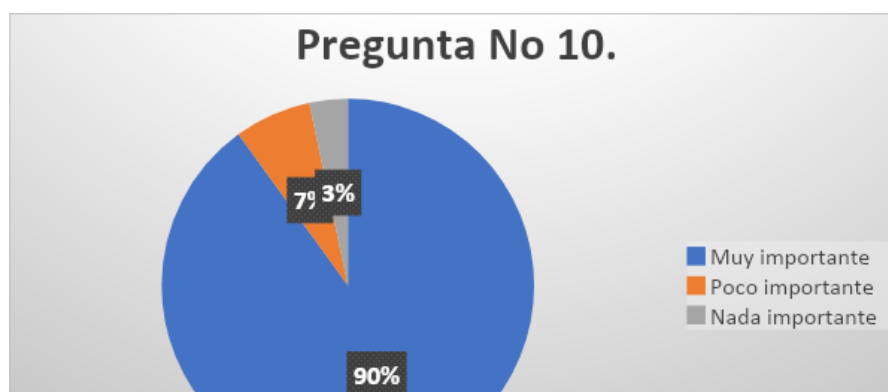
- a) 1 malo
- b) 2 regular
- c) 3 bueno



Muy importante	54
Poco importante	4
Nada importante	2
Total	60

10. A la hora de pensar en realizar algún tipo de remodelación, ¿Cuál es la importancia que le da al precio?

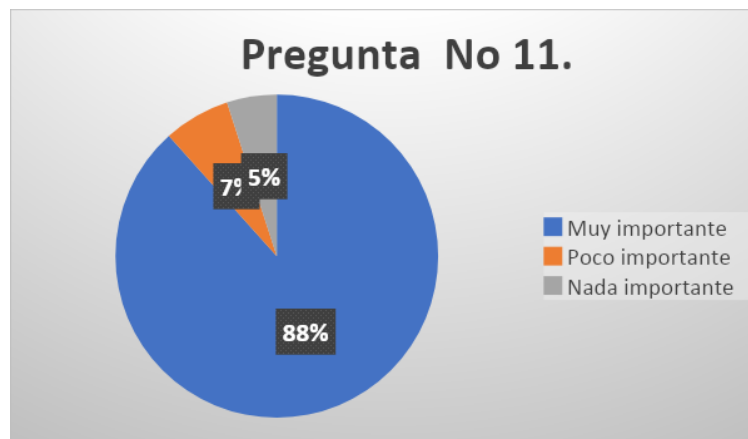
- a) Muy importante
- b) Poco importante
- c) Nada importante



Muy importante	53
Poco importante	4
Nada importante	3
Total	60

11. A la hora de pensar en realizar algún tipo de remodelación, ¿Cuál es la importancia que le da al diseño?

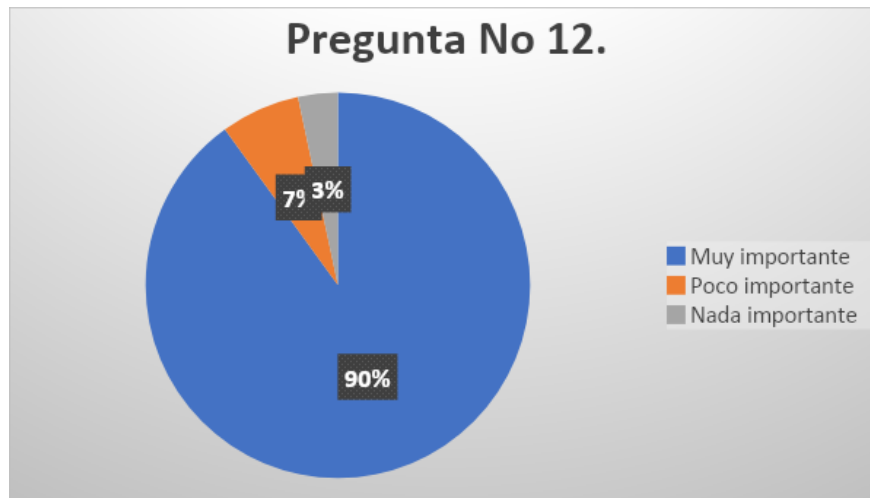
- a) Muy importante
- b) Poco importante
- c) Nada importante



Muy importante	54
Poco importante	4
Nada importante	2
Total	60

12. A la hora de pensar en realizar algún tipo de remodelación, ¿Cuál es la importancia que le da a la durabilidad?

- a) Muy importante
- b) Poco importante
- c) Nada importante

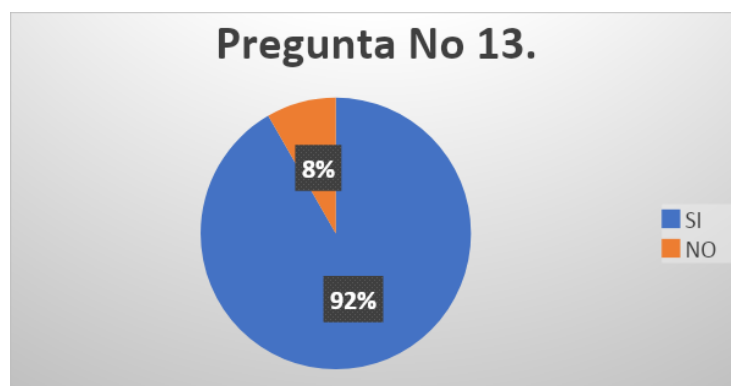


13. Acabados eterna se especializa en la remodelación y diseño de interiores y exteriores, por medio de paneles en con imágenes en 3D, elaborados a base de resina autonivelante.

¿Recomendaría usted los productos ofrecidos por acabados eterna?

SI	55
NO	5
Total	60

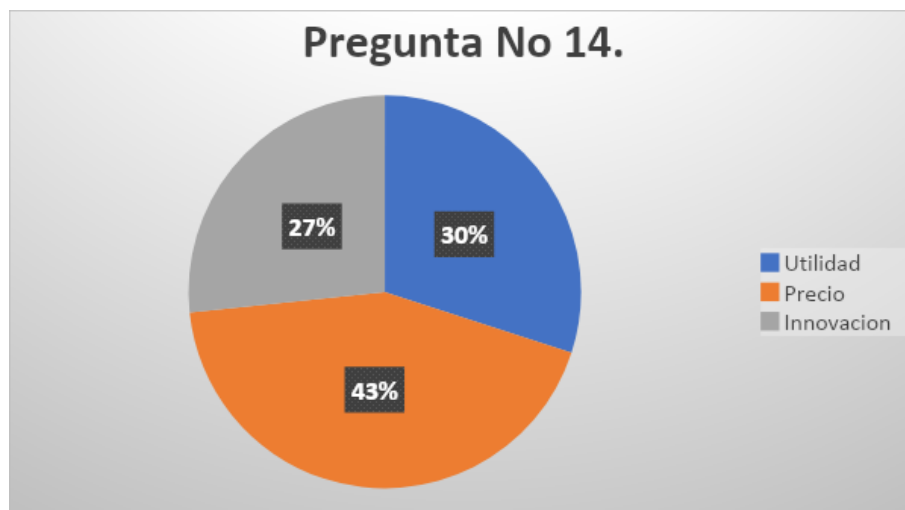
- a) Si
- b) No



14. ¿Cuál de los siguientes aspectos no le atraen del producto?

Utilidad	18
Precio	26
Innovación	16
Total	60

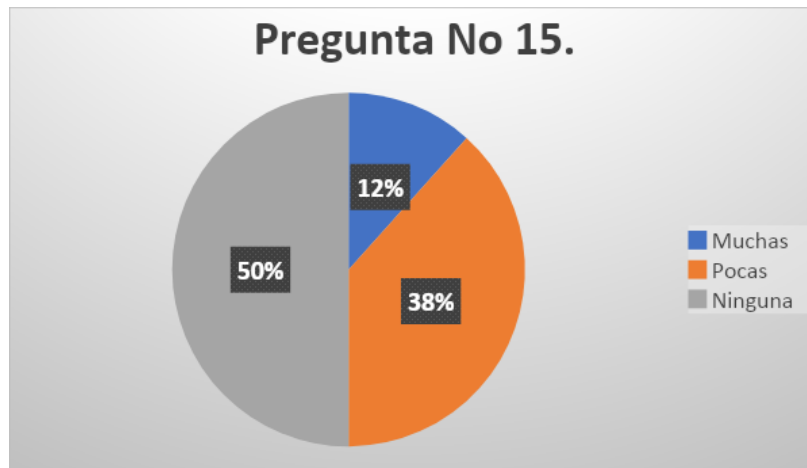
- a) Utilidad
- b) Precio
- c) Innovación



15. ¿Qué objeciones puede hacer a nuestra idea de negocio? ¿Por qué?

Muchas	7
Pocas	23
Ninguna	30
Total	60

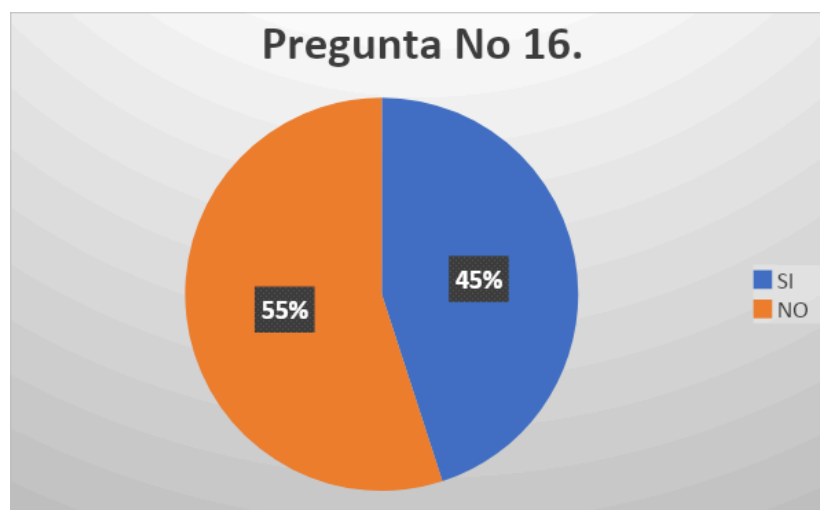
- a) Muchas
- b) pocas
- c) Ninguna



16. ¿Ha escuchado sobre acabados eterna?

SI	27
NO	33
Total	60

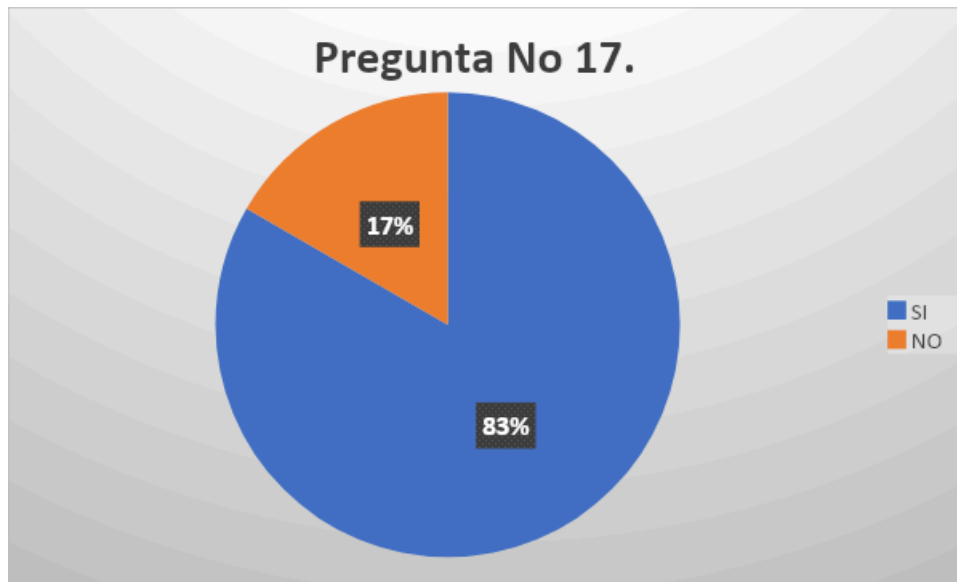
- a) Si
- b) No



SI	50
NO	10
Total	60

17. Le gustaría que el producto de acabados eterna incluyera el servicio de instalación? ¿Por qué?

- a) Si
- b) No



Como podemos observar en la mayoría de las preguntas, las respuestas fueron favorables para la empresa Acabados Eterna.

3. Plan de marketing

3.1 Estrategia del producto:

Esta estrategia se desarrolla teniendo como base las necesidades y preferencias del segmento de mercado al cuál nos dirigimos, es importante que la empresa realice antes de lanzar un producto al mercado, diferentes investigaciones de mercado, donde también se destaquen las características y beneficios de este.

En el caso de la empresa acabados eterna, se realizo la aplicación de una encuesta a un numero determinado de la población, con el fin de mejorar el producto ofrecido, tomando como base para ello las opiniones y sugerencias de nuestro nicho de mercado, y realizando las modificaciones pertinentes al producto final.

3.2 Estrategia de precio:

Las estrategias de precio se basan en la asignación de recursos para el marketing de una empresa, con el fin de mejorar los precios de sus bienes o servicios.

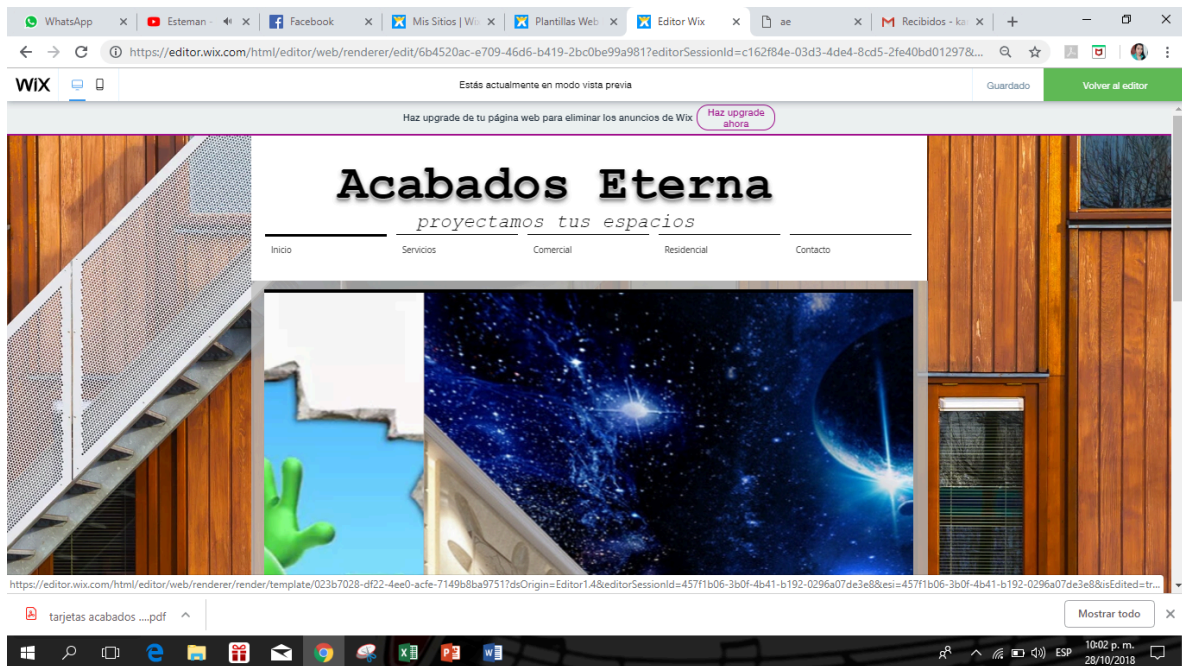
Estrategia de precios Acabados eterna:

- Cada panel tendrá un costo de \$55.000, si el cliente desea remodelar 2 áreas de la casa tendrá un descuento del 30% en el costo total de su remodelación.
- Manejamos pago con tarjeta y efectivo
- Se debe cancelar la mitad del costo total para poder iniciar con la remodelación y elaboración de paneles y el restante al finalizar.

3.3 Estrategia de publicidad:

La empresa acabados eterna cuenta con una página de Instagram, Facebook, pagina web y WhatsApp, por medio de las cuales estará atendiendo los requerimientos de sus clientes.





3.4 Desarrollo de marca:

Es un concepto mucho más amplio que diseñar un logotipo, si una empresa quiere conseguir posicionamiento de marca y identidad frente a la competencia, en un mercado tan competitivo es importante crear su identidad corporativa, para ello es necesario tener en cuenta factores como los valores que quiere transmitir, y como quiere ser reconocida en el mercado, también es importante tener presente lo que queremos que nuestros clientes perciban.

Acabados eterna, quiere transmitir a sus clientes, confianza, tranquilidad y seguridad en el espacio que el cliente desee personalizar, de acuerdo con su preferencia, obteniendo como resultado final clientes satisfechos

3.5 Marca:

Acabados eterna, es una marca encargada del diseño de interiores y exteriores por medio de la elaboración de paneles en 3D, a base de resina autonivelante, con esto se busca que el producto tenga una durabilidad aproximada de 13 años, dependiendo del cuidado que el cliente tenga sobre el producto.

3.6 Logo:



El logo de la empresa acabados eterna, es la combinación de sus iniciales, en tonalidad azul, pues este color en un logo trasmite tranquilidad, madurez y confianza, que es lo que queremos proyectar como empresa hacia nuestros clientes.

3.7 Slogan:

Proyecta tus espacios

El slogan de la empresa acabados eterna, esta relacionado con lo que nosotros como empresa realizamos y es proyectar el espacio que el cliente desea por medio de paneles en 3D, con imágenes de acuerdo con su gusto o preferencia.

3.8 Ventaja competitiva:

Acabados eterna, es la primer empresa que utiliza imágenes en 3D por medio de paneles que son resistentes a todo tipo de peso, que son personalizados de acuerdo con lo que el cliente desee plasmar en ellos, siendo también de fácil instalación y sin afectar el sitio donde sean ubicados

3.9 Ventaja comparativa:

Acabados eterna, es una empresa que a diferencia de otras empresas, solo requiere que el cliente realice la inversión en el panel, pues incluimos la mano de obra, a diferencia de otras empresas que requieren productos complementarios para su instalación, y adicional a esto mano de obra.

3.10 Estrategia de promoción:

- Contaremos con un sitio web, pagina en Facebook, Instagram y WhatsApp
- Por medio de la página el cliente puede realizar su cotización, la cual será contestada en un lapso máximo de 1 día.
- Realizaremos vallas publicitarias con el fin de dar a conocer nuestro producto.
- Tendremos un programa de referidos, el cual por cada cliente que traiga una persona, podrá recibir un descuento en el próximo cambio del panel.
- Se recibirán los paneles usados por parte de pago de los nuevos.

3.11 Estrategia de distribución:

La empresa acabados eterna, contara con 2 vehículos para realizar la distribución del producto al sitio escogido por el cliente, cabe aclarar que este producto solo se maneje a nivel Bogotá, 1 día antes nos contactaremos con el cliente para saber la hora y fecha en la cual podemos hacer llegar el producto, con el fin de realizar la instalación de este ese día.

3.15 Ejecución comercial:

La empresa acabados eterna, cuenta con un grupo selecto de diseñadores y especialistas en el tema de diseño de interiores y exteriores, con el fin de brindar un producto de calidad, por medio de las redes sociales, se puede observar el portafolio de productos que manejamos, y como quedan después de instalados.

Durante el proceso de compra hasta la entrega, nos contactaremos con el cliente informándole como va el proceso y mostrándole como va quedando el diseño, en caso de que el cliente quiera hacer algunos cambios, y por supuesto estaremos pendientes en la posventa, con la finalidad de que el cliente sienta el acompañamiento constante por parte de nuestro equipo.

3.16 Habilidades comerciales y administrativas:

- En acabados eterna pensamos en las necesidades de nuestros clientes, brindando un producto de acuerdo con lo que deseen proyectar en el sitio que desean personalizar, creando así un ambiente más armonioso.
- En la empresa acabados eterna, pensamos que un cliente satisfecho, puede ser un punto a favor de nosotros, pues ese cliente puede recomendar nuestro servicio, y así obtenemos mas clientes potenciales para ofrecer nuestro producto y crecer en este tipo de mercado.
- Pensamos que la credibilidad es un factor diferenciador dependiendo como se enfoque, en nuestro caso, consideramos que una forma de generar este tipo de confianza del cliente hacia la empresa se puede lograr siendo honestos con lo que le ofrecemos al cliente, que sean cosas realistas y que se puedan cumplir y no ofrecer algo que no podamos realizar y como consecuencia obtengamos la pérdida del cliente.
- Otro factor que como empresa consideramos importante es la actitud, pues siempre debemos ser cordiales con el trato que le brindamos al cliente, con el fin de generar confianza en nosotros y así adquiera nuestro producto con plena seguridad.

Habilidades administrativas:

- En la empresa acabados eterna, consideramos que es importante tener habilidades técnicas tales como, conocimiento en sistemas, en el producto y en la producción que se maneja en la compañía.
- Otro tipo de habilidades importantes son las de conceptualización, sobre estas se realiza la elaboración de estrategias y el conocimiento de políticas.
- Las habilidades de razonamiento crítico nos permiten a nosotros como empresa, saber si los proveedores que manejamos cumplen con todos los estándares necesarios.
- Las habilidades de comunicación en la empresa acabados eterna, permiten que el trato entre los mismos trabajadores, clientes y proveedores sea mucho más ameno y agradable, pues procuramos siempre escuchar cada sugerencia o aporte que cada persona puede brindar desde su rol.

3.17 Proyección de ventas:

Para el año 2019, la empresa acabados eterna, tiene como objetivo tener una proyección de ventas aproximada de \$30.000.000, del producto que estamos ofreciendo en el mercado.

3.18 Política de cartera:

La empresa acabados eterna, como políticas de cartera maneja las siguientes opciones:

- Si es una empresa que desea realizar la compra, debe realizar el abono del 50 % o en su defecto emitir una orden de compra por el valor total, la cual deber tener un plazo máximo de pago a 30 días.
- Si es una persona natural, debe realizar el abono del 50% al inicio y el otro 50% restante cuando sea entregado e instalado el producto.

3.19 presupuesto de plan de mercado:

La empresa acabados eterna, tiene presupuestado para el plan de mercado un monto de \$10.000.000, los cuales serán distribuidos de la siguiente manera:

- \$5.000.000 para investigación de mercado.
- \$1.500.000 para volantes, tarjetas y vallas publicitarias
- \$1.500.000 para artículos publicitarios como esferos, agendas y afiches.
- \$2.000.000 para publicidad en medios masivos tales como, televisión, radio y prensa.

Conclusiones

- Podemos concluir que el producto ofrecido por la empresa acabados eterna, puede llegar a funcionar, pues en Colombia no existe otra empresa que ofrezca este tipo de servicio.
- Se concluye que la empresa acabados eterna, puede llegar a obtener un crecimiento significativo en el segmento de productos para diseño de interiores y exteriores pues es un producto económico y fácil de instalar, y no requiere un costo de mano de obra adicional.

Bibliografía

Activa Conocimiento. (s.f.). Obtenido de <http://activaconocimiento.es/las-cinco-fuerzas-de-porter/>

BCS consultores de negocios. (s.f.). Obtenido de <http://www.bcsconsultoresdenegocio.com/desarrollo-de-marcas/>

cca.org. (s.f.). Obtenido de

http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/habad/habadm/habad_had.htm

economipedia. (s.f.). Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-producto.html>

economipedia. (s.f.). Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/estrategias-de-precio.html>

Gestiopolis. (08 de 07 de 2001). Obtenido de

<http://www.gestiopolis.com/que-es-la-cadena-de-valor/>

ONU MUJERES. (2012). Obtenido de

<http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>

REVISTA MPRENDE. (23 de 03 de 2013). Obtenido de

<http://mprende.co/emprendimiento/marco-legal-para-la-pol%C3%ADtica-nacional-de-emprendimiento>