



MadeOfis

Carol Julieth Quintero Rentería, Luis Armando Cotes Monsalvo y Alberto Martínez

Ruendes

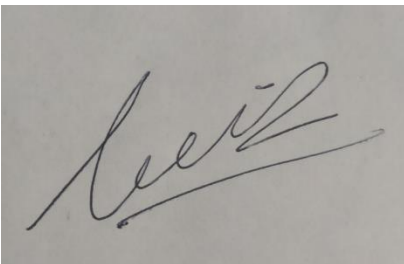
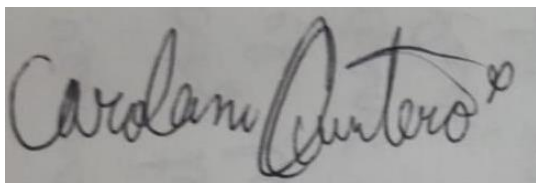
Facultad de Ciencias Administrativas, Corporación Unificada Nacional

Creación de Empresa 1 Modelos de Innovación

30 de agosto del 2020

yo Carol Julieth Quintero Renteria C.C 1000465622 estudiante del programa Diseño de Moda, yo Luis Armando Cotes Monsalvo C.C 1004344993 estudiante del programa Administración de Empresas, yo Alberto Martínez Ruendes C.C 1082475384 estudiante del programa Administración de Empresas. Declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las derivadas de tales prácticas.

Handwritten signature of Alberto Martínez Ruendes in black ink on a light background.Handwritten signature of Luis Armando Cotes Monsalvo in black ink on a light background.Handwritten signature of Carol Julieth Quintero Renteria in black ink on a light background.

Contenido

Introducción.....	5
Objetivos	6
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	6
Identificación del Problema.....	7
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).....	8
Valor Compartido / MadeOfis	9
Análisis PESTEL	10
Factores Políticos	10
Factores Económicos	11
Factores Sociales	12
Factores tecnológicos.....	12
Factores Ecológicos o Ambientales	12
Factores legales o jurídicos	13
Árbol de Problemas	15
Fuerza de la Industria.....	22
Bondades de MadeOfis	23
BUYER.....	24
Propuesta de Valor (Perfil del Cliente).....	26
Mapa de Valor	27
Proceso de Fabricación.....	32

Cadena de Distribución	33
Indicadores.....	34
Ficha Técnica	36
Ciclo de Vida del Producto.....	36
Características del producto:.....	36
Características del Prototipo:	36
Como Sera la Interacción del Cliente con el Prototipo:.....	36
Evidencia del Prototipo.....	37
Modelo Running Lean de la empresa _____	38
Encuesta.....	40
Resumen Ejecutivo	47
Conclusión.....	48
Webgrafía.....	48

Introducción

En MadeOfis buscamos satisfacer las necesidades de nuestros clientes, por lo cual implementamos unas estrategias que cumplan con las expectativas creadas del proyecto, esta idea surge de las ganas de emprender y aportar a la sociedad actual, con productos necesarios e innovadores.

MadeOfis nace pensando en el acelerado aumento del teletrabajo presentado actualmente, por ende, hemos diseñado una mesa, la cual es plegable, se adapta a cualquier altura y tamaño, permitiéndonos así trabajar desde la comodidad de nuestra cama, un sofá y para mayor organización podemos acomodarla en nuestra oficina o cualquier espacio que tengamos libre en casa para trabajar. Nuestra idea de negocio consiste en la fabricación y distribución de muebles inteligentes hechos en madera reciclada (estibas o pallets); estos son creados para usarse en ambientes de trabajo, oficina y especialmente en el hogar; su diseño plegable nos permite ahorrar espacio, además de esto son portables y prácticos para cualquier sitio.

Objetivos

Objetivo General

Conocer las necesidades de la población y de nuestro entorno para así llevar el producto estratégicamente a un nivel acorde, integrándonos como equipo para ser capaz de afrontar adversidades y tener una buena atención con nuestros clientes. Ofreciendo una solución conveniente y rápida en cada uno de los espacios donde deseemos llevar nuestra mesa plegable “MadeOfis”.

Objetivos Específicos

- Suministrar diseños de la más alta calidad. Con garantías de un buen producto.
- Ofrecer un buen portafolio tentativo, con combos asequibles y grandes ofertas.
- Implementar un modelo productivo, llevándonos a una buena rentabilidad, donde nos concentramos en oficinas y hogares.
- Fortalecer procedimientos de capacitación, con nuestros colaboradores; para brindar una mejor atención, donde los consumidores se sientan comprendidos e identificados con nuestro producto.
- Conocer de dónde es la materia prima del producto, participando de la reforestación de donde proviene la madera usada.

Claves para el Éxito

- La tecnología que abarcara en las mesas de MadeOfis
- La materia prima reciclable, lo cual les dará un toque estético y único a los productos.

Identificación del Problema

Este proyecto fue elegido ante la evidente necesidad de las personas de un espacio para trabajar y/o estudiar en la comodidad de su oficina y hogar, por lo que en la actualidad enfrentamos las medidas de contingencia sanitarias nos han obligado a mantener el distanciamiento social.

La materia prima de la cual están elaborados los productos de MadeOfis busca ser amigable con el medio ambiente. Por esta razón nuestro grupo de trabajo dedico tiempo a realizar las correspondientes investigaciones para determinar que la madera usada fuese un producto reciclado, ayudando así a evitar la tala masiva e innecesaria de árboles.

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Basándose en una investigación sobre los ODS la empresa MadeOfis está relacionada con los objetivos N# 12 Producción y Consumo Responsable y con el objetivo N# 15 Vida de Ecosistemas Terrestres; por lo cual la empresa está destinada a la producción y distribución de mesas inteligentes a partir materia prima reciclable.

Llegando a un análisis la empresa toma medidas que ayudan al medio ambiente disminuyendo una masacre ambiental hacia nuestro ecosistema, hacia la fauna, y hacia nosotros mismos. Mas que los productos que la empresa ofrece a los consumidores, ellos se llevaran una buena imagen con un producto de excelente calidad y así mismo también colaboran con la causa del medio ambiente.

Nosotros hacemos énfasis y una enseñanza, a que las personas tomen medidas de lo importante que es reciclar y a través de eso evitamos el desperdicio de materiales y electricidad. Por esta razón, el grupo de trabajo de MadeOfis se capacita en la producción, bienestar y educación ambiental.

Valor Compartido / MadeOfis

Nuestra empresa busca el valor social y el valor ambiental, busca integrar a toda la sociedad que sea posible en la cual considere que pueda lograr aportar y concientizar a la misma que nos rodea, nuestra empresa con sus oferta que presenta al cliente busca ser asequible para cualquier persona, de eso se deriva nuestro portafolio. Como empresa nos asesoramos que nuestros clientes y proveedores cumplan con los parámetros establecidos por la ley a través de las certificaciones nacionales y/o internacionales a la que han logrado certificarse.

Buscamos una posición deseada en el mercado por medio de estrategias administrativas, que es del cómo voy a crecer, una estrategia competitiva que es de cómo voy a competir en los mercados y la estrategia de tipo funcional, que es de cómo voy a operar en los mercados

Análisis PESTEL

Factores Políticos

Tratado de libre comercio.

Un Tratado de Libre Comercio es un acuerdo regional o bilateral, a través del cual se establece una zona de libre comercio de bienes y servicios, en la que se eliminan aranceles.

Este tipo de tratados nos beneficia ya que con un plan estrategia a largo plazo y luego de probar la viabilidad de nuestras mesas en el sector colombiano, podríamos intentar abarcar el sector internacional.

Diversas convocatorias que el gobierno abre año a año.

EJEMPLO: <https://www.dinero.com/pais/articulo/apoyo-a-emprendimientos-de-mujeres-mediante-patrimonio-autonomo-del-gobierno/289455>

El gobierno Nacional de Colombia y diversas constantemente abren convocatorias, o algún tipo de apoyo para las personas que deseen emprender, nosotros podríamos beneficiarnos, dependiendo el tipo de convocatoria que esté vigente en el momento que deseemos aplicar

Posibles problemas a los que nos podríamos enfrentar en algún periodo de tiempo

- Cambios de gobierno y sus programas
- Cambios en Subsidios del gobierno
- Guerras y conflictos
- Cambios en legislación
- Cambios en los tratados comerciales
- Acuerdos internacionales
- Conflictos internos y externos

Factores Económicos

¿Cuál es nuestro sector económico?: Nos encontramos ubicados en el sector secundario de la economía (Transformación de recursos naturales a un producto o servicio)

¿Qué entidades en Colombia podrían financiarnos?: algunas son

- Fondo Emprender: “Es un fondo de capital semilla creado por el gobierno nacional y que está adscrito al Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Tiene como objetivo financiar iniciativas empresariales creadas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes universitarios o profesionales.”
- Bancoldex: “Bancoldex es el banco para el desarrollo empresarial y el comercio exterior. Financia cualquier necesidad de crédito que tengan las empresas, con destinaciones para capital de trabajo, inversión fija, consolidación de pasivos y capitalización empresarial. Estos financiamientos están disponibles para micros, pequeñas, medianas y grandes empresas de todos los sectores económicos.”

Posibles riesgos a corto, mediano o largo plazo

- Recesión económica luego de civil 19
- PIB
- Impuestos
- Inflación
- Decisiones económicas de otros gobiernos
- Devaluación y reevaluación de la moneda
- Tendencias en canales de distribución
- Déficit gubernamental
- Índice de confianza del consumidor
- Financiación

Factores Sociales

- Nivel de educación: Cualquier tipo
- Modas: Personas a las que les gusta estar a la vanguardia
- Patrones de compra: Compra con frecuencia ya que siempre busca estar al

corriente con las tendencias

- Estilo de vida: Vida promedio
- Nivel de ingresos: \$3.000.000
- Nivel de edad: 20 en adelante

Factores tecnológicos

Nos podemos beneficiar en este factor por medio de:

- Nueva maquinaria o dispositivos tecnológicos
- Impresión 3d
- Uso de la energía
- Software en la nube para conservar nuestros diseños
- Internet
- Incentivos por uso de tecnologías

Factores Ecológicos o Ambientales

• Políticas medioambientales, como empresa tenemos un gran compromiso con el medio ambiente y entre nuestras políticas está el general la menor cantidad de residuos posibles y además aprovechar los residuos de otras empresas que trabajen con madera.

Factores legales o jurídicos

Podemos consultar a fondo las leyes que rigen el sector comercio en:

Decreto 1074 del 26 de mayo de 2015

"Por medio del cual se expidió el Decreto Único Reglamentación del Sector Comercio, Industria y Turismo".

Auto 02 del 07 de abril de 2020

"Por el cual se da cumplimiento al artículo 6° del Decreto Legislativo 491 de 2020, se continúa con la suspensión de términos establecida mediante Auto 01 del 19 de marzo de 2020 y se dictan otras disposiciones".

- Propiedad intelectual
- Salud y seguridad laboral
- Regulación de sectores
- Leyes de protección
- Salario mínimo
- Licencias

¿Qué problema afecta a la comunidad, clientes y entorno al que pertenecen?

La falta de productos biodegradables.

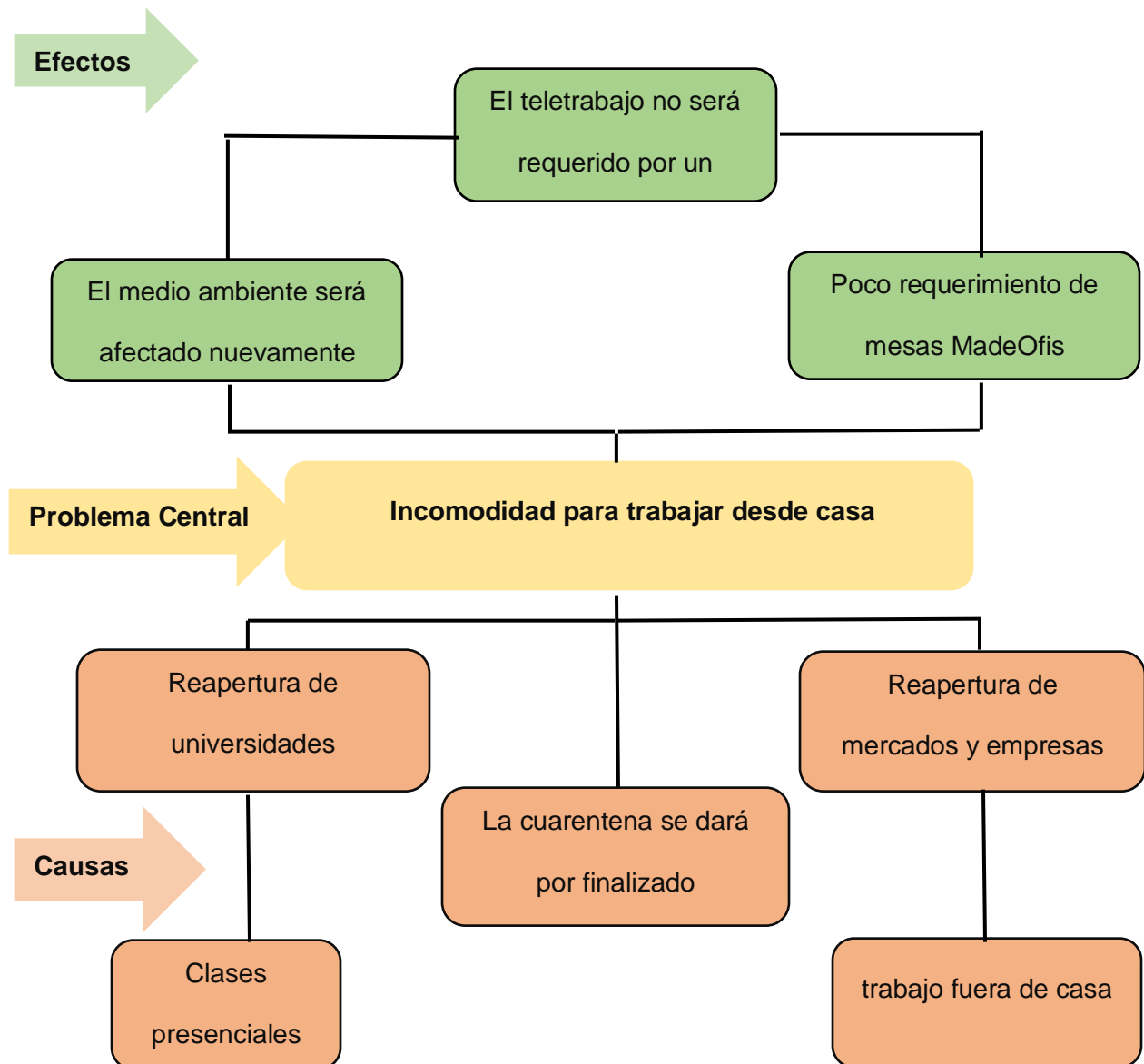
Problema 1: productos no biodegradables

Problema 2: que la pandemia se acabe

Problema 3: Exceso de competencia

Criterio	Problema 1	Problema 2	Problema 3
Conocimiento o experiencia	3	2	4
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos?)	3	5	4
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas?, ¿Podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/datos/cifras, ¿puedo darle alguna solución?)	5	2	3
Tiempo (posible solución)	4	3	3
Costos (posible solución)	3	2	3
Impacto ¿es trascendental? ¿Representa un desafío para ustedes?	4	5	3
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	3
TOTAL	27	24	23

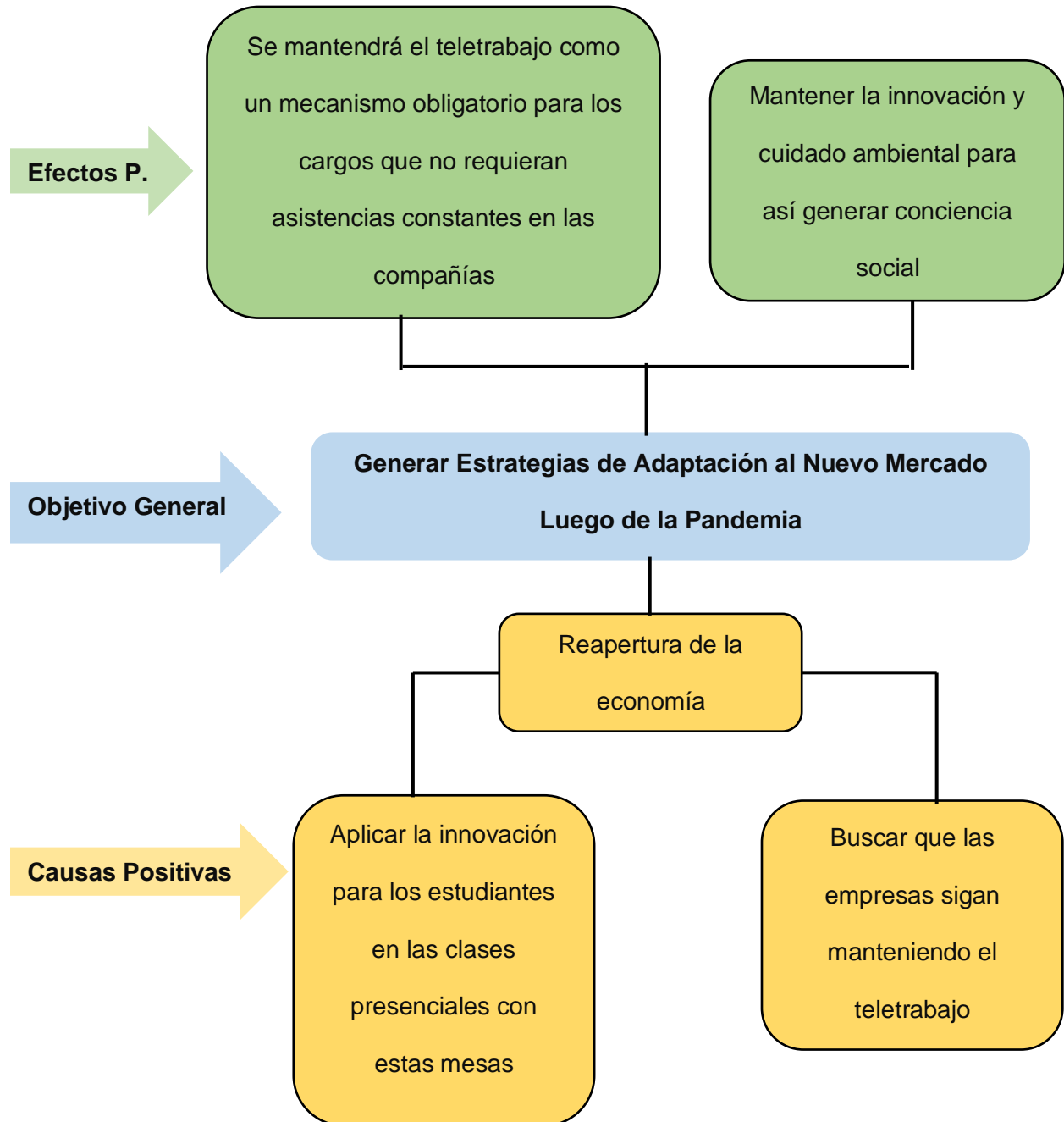
Árbol de Problemas



Incomodidad de trabajar y estudiar desde casa

¿Cómo adaptarse de forma espontánea en nuestras viviendas por la crisis pandémica?

Árbol de Objetivos



Lluvia de Ideas

¿Cómo adaptar las mesas inteligentes de MadeOfis después de la pandemia?

- Nuevos diseños
- YouTube ADS
- Promociones
- Implementar un software en las mesas

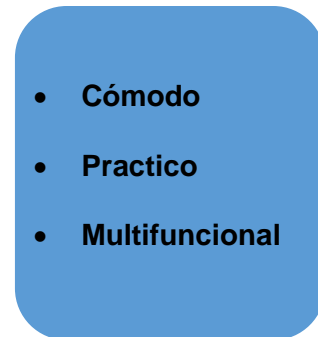
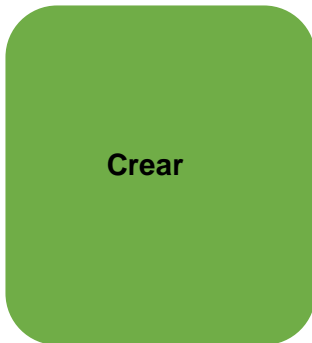
INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
- La Idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.				4	
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.				4	
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.					5
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.			3		
Nº TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:			1	2	1

	A		B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:	0	x	1	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 2:	0	x	2	=	0
Total de afirmaciones valoradas en 3:	1	x	3	=	3
Total de afirmaciones valoradas en 4:	2	x	4	=	8
Total de afirmaciones valoradas en 5:	1	x	5	=	5

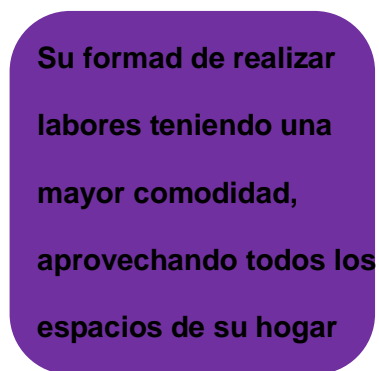
PUNTAJE TOTAL 16

¿Cuál Es el Producto o Servicio?	Nuestro producto son mesas multifuncionales
¿Quién es el Cliente Potencial?	Personas mayores de edad y estudiantes que cuentan con un espacio reducido en su hogar, que a su vez tienen interés por la mobiliaria de su hogar, los productos sostenibles, el ahorro de espacio, y la comodidad en cada una de las tareas re realizan.
¿Cuál es la Necesidad?	Esta idea surge de la raíz de la presente pandemia y lo inesperado que fue para nosotros. Nuestro producto sacia la necesidad de espacio y la falta de un lugar óptimo. Cómodo y practico, para realizar todas las tareas que hoy debemos hacer en nuestros hogares (estudio/trabajo).
¿Cómo Funciona Nuestro producto?	Funciona como una mesa practica y cómoda la cual es plegable y nos permite así acomodarla en cualquier lugar, reduciendo espacio y brindándonos comodidad. Incluso se puede usarse sobre nuestras camas
¿Por qué lo Prefieren?	Porque están hechas con material reciclables (Pallets), de esta forma se ajustan a las preferencias de nuestro cliente. A su vez estas son cómodas, prácticas y multifuncionales con la opción de usarse en todos los lugares de nuestro hogar. Por esto y porque son un producto innovador en el mercado las prefiere.
	

¿Cómo Podemos?



Para que los...



Estrategias de Innovación.

- Implementar nuevos canales de distribución como son las tiendas virtuales a nivel nacional.
- Ampliar nuestras líneas de producto.
- Alianza con una empresa de servicio.
- Implementar la tecnología



“Desarrollar espacios flexibles e interactivos para nuestros clientes, que faciliten la comodidad y productividad de las personas con un diseño estético y funcional para sus diferentes ambientes; mediante la fabricación y comercialización de soluciones integrales que incluye divisiones modulares, puestos de trabajo, archivos rodantes y estanterías metálicas, garantizando calidad de producto, oportunidad en la entrega y servicio postventa.

Ofrecer respaldo con un equipo de colaboradores competentes, proveedores calificados, el uso de tecnología apropiada y procesos integrados que además permitan lograr el crecimiento sostenido de la organización garantizando el mejoramiento continuo, calidad de vida de nuestros trabajadores, una adecuada rentabilidad para los accionistas y el cumplimiento de los deberes y responsabilidades para el desarrollo de la ciudad, la región y el Estado.”



“Nuestros escritorios y puestos de trabajo se adaptan a cualquier tipo de espacio, pueden tener diferentes configuraciones de forma y acabados dentro de nuestras líneas de diseño. Podemos personalizar el mobiliario de oficina de acuerdo a su imagen de marca y presupuesto.”

Analizando la primera alternativa con respecto a la competencia lo que debemos hacer implementar una nueva forma de páginas web de tiendas virtuales para que los consumidores a la hora de utilizarlas sean más didácticas, y por lo tanto integrar la psicología del color, por ejemplo, el color púrpura representa una marca creativa e imaginativa, frecuentemente es asociado con la realeza, riqueza, éxito y sabiduría, entre otros aspectos. También los colores verdes suaves que representan una imagen ambiental y cálida de la naturaleza.

Por lo tanto, podemos incluir en nuestra línea de producto accesorios hechos del mismo material reciclable sin incluir ningún otro tipo de materia no amigable con el medio ambiente.

Una de las estrategias la cual queremos utilizar es el implemento de la tecnología dentro de las mesas. Es decir, tendríamos mesas inteligentes que se puedan plegar solas y acomodarse de acuerdo de como el usuario la establezca a su gusto. Una idea innovadora y atractiva para el cliente. Combinamos lo ambiental con lo tecnológico, una buena forma de llevar la competencia en el mercado a un mayor nivel y prestigio.

Fuerza de la Industria

Contextualización de la empresa

- ❖ Nombre de la Empresa: MadeOfis
- ❖ La empresa se encuentra ubicada en Colombia Bogotá DC. Ubicada en la zona rural de San Andresito
- ❖ Los clientes a menudo buscan comodidad por lo tanto donde nos encontramos ubicados es el lugar más adecuado en lo calidad y precio que es lo que buscan las personas.
- ❖ El mercado actual en el que nos ubicamos donde frecemos nuestro producto al consumidor es bastante grande a lo compra y venta, en este mercado las personas buscando de todo y encuentran de todo por eso decidimos colocar nuestra empresa en San Andresito nos facilita las ventas y llegamos al cliente mucho más rápido.
- ❖ Nuestros competidores más cercanos a nuestro producto son **Divimuebles** y

Estudio4d

Nombre del Competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Divimuebles	Muebles hogar Muebles Oficina	60.000 180.000	Ambiente Laboral	Cali, Valle del Cauca AV, 6ª NTE #25-54
Estudio4d	Mobiliario para Oficinas	250.000 300.000	Diseño de Espacios Comerciales Corporativo	Bogota, Carrera 53ª # 123ª-57

Bondades de MadeOfis

1. Es adaptable
2. Ahorra espacio
3. Es un producto multifuncional
4. Es moderno
5. Tiene gran capacidad innovadora
6. Es estético
7. Funciona en cualquier superficie
8. Se puede usar en cualquier sitio
9. Es un soporte para cualquier objeto
10. Cuenta con espacio de ventilación para los computadores
11. Cambia su largo según se desee
12. Nos permite trabajar desde la cama
13. Es un objeto practico
14. Lo pueden usar personas de todas las edades
15. Es un producto que nos brinda muchísima comodidad

BUYER

	<p>Miedos y frustraciones: Le preocupan sus ingresos ya establecidos, miedo a salir de su zona de confort, miedo a ser despedido del trabajo, un poco de miedo al cambio, al fracaso, al encontrarse en una situación desesperada y no saber cuál será la mejor decisión a tomar, al que digan yo te lo dije.</p>	<p>Desea, necesita y sueña: Desea marcar la diferencia, anhela un ascenso en su trabajo, quiere tener reconocimiento personal y generar mayores ingresos, medir sus límites tanto en conocimientos como en liderazgo, estabilidad, superación, felicidad, creatividad.</p>
<p>Demográficos y geográficos En cuanto a lo demográfico se estableció tener en cuenta los clientes de edades entre 20-30 años de edad, de todas las religiones, genero, nivel de escolaridad, ocupación y demás datos demográficos con la mayor diversidad posible. Geográfico, el ejercicio se realizó en una zona urbana, pero se identificó que en sí, eran personas de diversas partes de país, lo que nos lleva decir que no importa de dónde eres, lo importante son las ganas de salir adelante.</p>	<p>¿Que están tratando de hacer y porque es importante para ellos? Están tratando de realizar su propio emprendimiento, consideran que es importante debido a que quiere hacer algo diferente y que de cierta manera trata de dejar un legado, aparte de querer ser dueños de su propio tiempo, de generar mayores ingresos y de querer medir todas sus capacidades y de demostrar sus conocimientos</p>	<p>¿Como alcanzan esas metas hoy? ¿hay alguna barrera en su camino? Se puede decir que están en el camino de realizar el ejercicio, y al hablar de barreras, consideran que se encuentran mucha, unas de ella es el miedo al fracaso, aunque también dicen verlo más como un reto a enfrentar, otra barrera es el dinero, pues, aunque se dice que el dinero no lo es todo, pues consideran que el dinero o el capital para el emprendimiento es fundamental para poder realizar su proyecto con mejor eficacia.</p>

<p>Frases que mejor describen su experiencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El fracaso es el inicio un final exitoso - El tiempo de Dios es perfecto - Hacer caso omiso a los comentarios negativos de los demás - Nada es fácil en esta vida - Lo regalado sale más caro que lo comprado
<p>Existen otros factores que deberíamos de tener en cuenta</p>	<p>Consideran que un factor a tener en cuenta es el factor VE; es decir que ven, como se mantienen informado de los cambios, de los nuevos modelos de negocios de innovación, de que escuchan y que leen.</p>

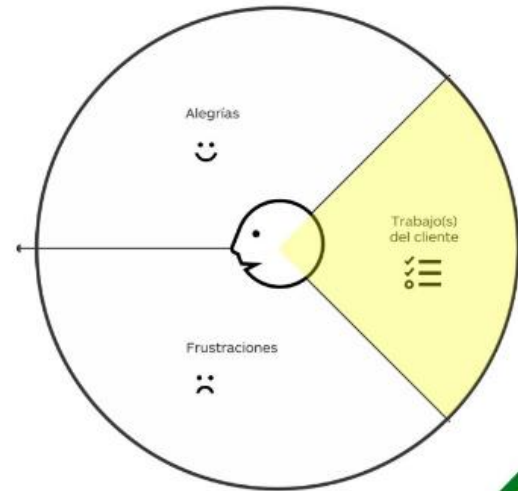
- A) Nuestros clientes ideales son aquellos que Estudian y trabajan desde casa, nuestro modelo de negocio no se encuentra en B2B. las personas jóvenes y adulta las encontramos por medios rurales y medios de internet.
- B) 1- dedicación en lo que hace
2- apoyo al medio ambiente
3- la paciencia
4- responsabilidad
5- empatía
- C) Por causa del aislamiento, el entorno en el que se encuentra nuestro cliente es en el hogar, y su mayor convivencia es con la familia que se encuentra en la misma situación.
- D) Estabilidad económicamente, comodidad y relación social.

Propuesta de Valor (Perfil del Cliente)

“Con MadeOfis resuelves tus problemas de espacio en el hogar y tienes la tranquilidad de aportar un grano de arena a la sostenibilidad”

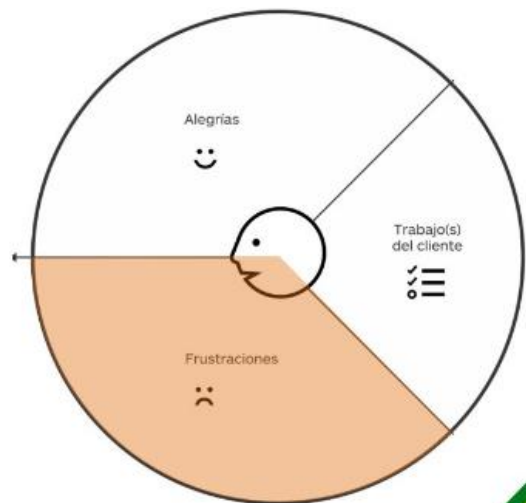
Trabajo del Cliente

- ✚ Las tareas de nuestros clientes son los estudios universitarios, el trabajo desde casa, y labores de la casa.
- ✚ Algunos de nuestros clientes no tienen el espacio suficiente y posiblemente se agobien por eso.
- ✚ Nuestros clientes se quieren sentir satisfechos, cómodos y a la misma vez libre en su propio espacio de teletrabajo o estudio.



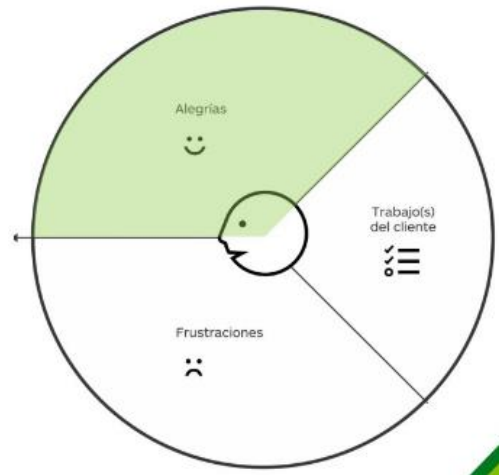
Frustraciones

- ✚ La preocupación que tiene nuestro cliente es el estrés causado por el aislamiento.
- ✚ La mayor dificultad que obstaculizan a nuestros clientes es la pandemia y el encierro.



Alegrías

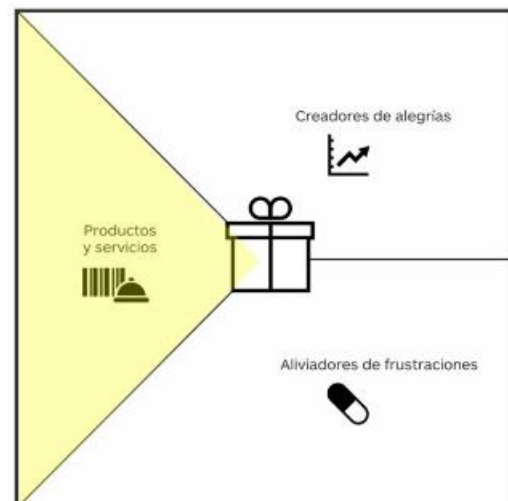
- ✚ el cliente mide el éxito a través de logros y estos logros hacen que nuestros clientes se sientan satisfechos
- ✚ nuestro producto es funcional y adaptable para cualquier sitio esto les facilitaría a nuestros clientes una mejor forma de estudiar o trabajar desde casa
- ✚ el nivel de calidad que esperan nuestros clientes es la funcionalidad y el diseño de nuestro producto.



Mapa de Valor

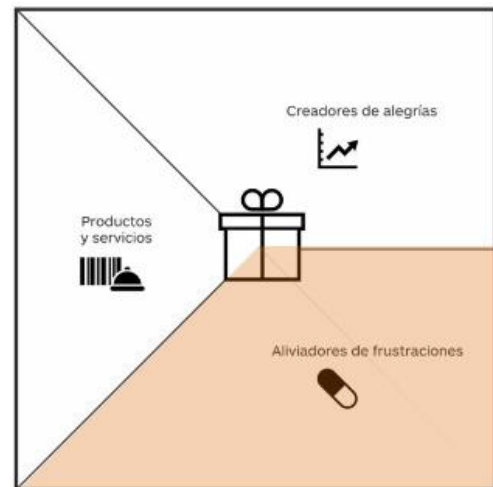
Productos y Servicios

- ✚ la ventaja que tenemos es que nosotros pensamos en las personas, y esto nos ayuda mucho por que nuestro producto lo hacemos con base a investigaciones y análisis sobre el medio ambiente. Por lo tanto, el producto está pensado en el cliente y facilitará dichas tareas en la vida de nuestros clientes.



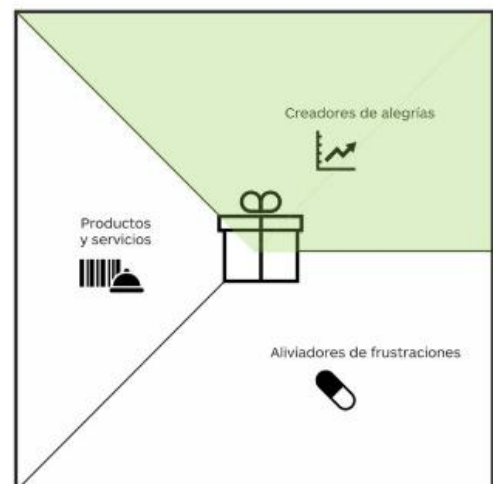
Aliviadores de Frustraciones

- ✚ nuestro producto no tiene un costo alto, y seguramente nuestros clientes se van ahorrar más que otras mesas similares al nuestro.
- ✚ Satisfacer sus necesidades
- ✚ Nuestro producto es una buena solución a los problemas de espacio



Generadores de Alegría

- ✚ nuestro producto es una buena forma de generar tranquilidad y menos estrés.
- ✚ El resultado que esperan del producto es calidad, resistencia, y rentabilidad.
- ✚ La mejor forma de facilitar el teletrabajo, como también para los estudiantes que estudian de forma virtual.
- ✚ El éxito lo consiguen ellos, de forma segura y estable.



Leyes para el uso debido de la madera:

Aunque nuestro producto es de material reutilizado de otras compañías, tenemos un compromiso con la sociedad en saber el adecuado uso de los materiales con las que estas empresas trabajan.

La Constitución Política de Colombia adoptó el principio del Desarrollo Humano Sostenible para conciliar las necesidades de mejorar la calidad de vida de la población y el crecimiento económico. Así mismo, le asigna al Estado al igual que a todas las personas la obligación de proteger y conservar los recursos naturales de la Nación.

*El numeral 4 del Artículo 64 de la Ley 99 de 1993, establece entre las funciones de los Departamentos, las de ejercer, en coordinación con las demás entidades del Sistema Nacional Ambiental (SINA) y con sujeción a la distribución legal de competencias, funciones de control y vigilancia del medio ambiente y los recursos naturales renovables, con el fin de velar por el cumplimiento de los deberes del Estado y de los particulares en materia ambiental y de proteger el derecho a un ambiente sano.






* El numeral 6 del Artículo 65 de la Ley 99 de 1993, establece entre las funciones de los Municipios, las de ejercer, a través del alcalde como primera autoridad de policía con el apoyo de la Policía Nacional y en coordinación con las demás entidades del Sistema Nacional Ambiental (SINA), con sujeción a la distribución legal de competencias, funciones de control y vigilancia del medio ambiente y los recursos naturales renovables, con el fin de velar por el cumplimiento de los deberes del Estado y de los particulares en materia ambiental y de proteger el

derecho constitucional a un ambiente sano.

* La Política de Bosques establece que el Ministerio de Ambiente, en coordinación con las Corporaciones, entidades territoriales, y otras instituciones, formulará y pondrá en marcha una estrategia conjunta para el control y vigilancia del aprovechamiento, la movilización, almacenamiento y transformación de los productos del bosque. Que mediante dicha estrategia se busca eliminar la corrupción, reducir el tráfico ilegal de productos del bosque y garantizar el cumplimiento de las obligaciones de quienes lo aprovechen, para lo cual se establecerán medidas especiales para enfrentar el comercio ilegal en los puntos estratégicos de la cadena productiva y de comercialización.

* En el Plan Nacional de Desarrollo Forestal (PNDF) se establece que se busca generar una cultura del seguimiento, monitoreo y control a la gestión y uso de los recursos forestales. Del mismo modo se señala 10 Pacto Intersectorial por la Madera Legal en Colombia que con el fin de mejorar los procedimientos para el control y seguimiento en las diferentes etapas del aprovechamiento, movilización y transformación, establecidos en el Régimen de Aprovechamiento Forestal, el Ministerio de Ambiente y las CAR fortalecerán el cumplimiento de las normas y procedimientos técnicos correspondientes.

LISTA DE MATERIALES

-  Paneles de madera multicapa.
-  Sierra circular.
-  Sierra eléctrica.
-  Sargento (para sujetar la madera)
-  Bisagras.

- ✚ Tornillos.
- ✚ Pintura impermeable.
- ✚ Pieza de madera.
- ✚ Lápiz
- ✚ Papel de lija

Al ser una empresa que está en sus inicios, muchos de sus procesos se realizaran manuales. Estas son las máquinas de mayor requerimiento para la fabricación o transformación del producto



Cortadora



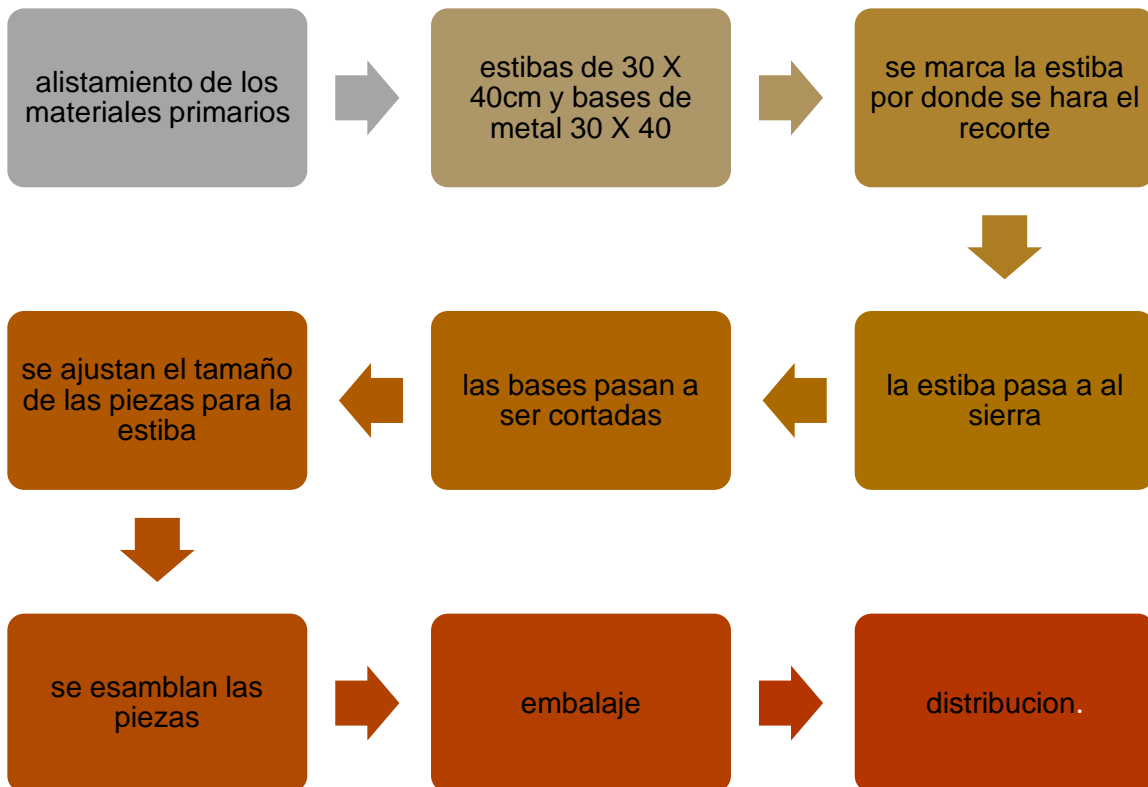
Sierra



Lija

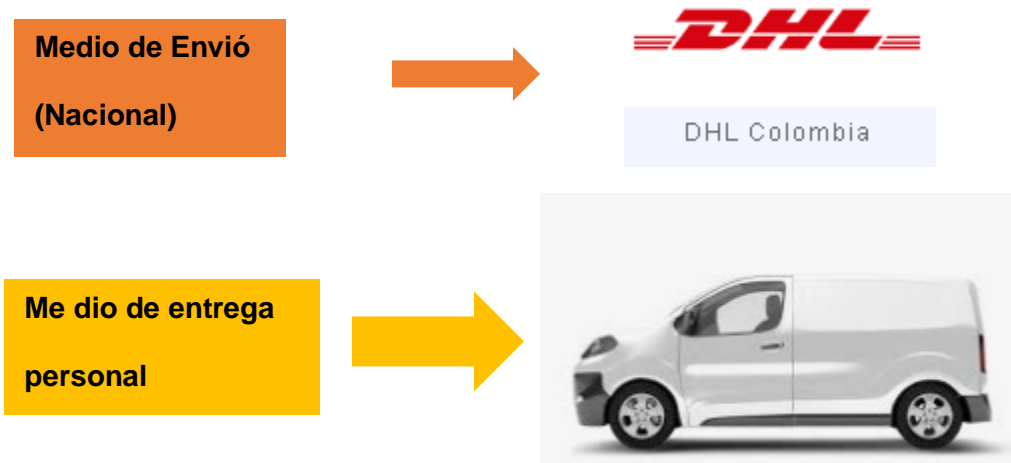


Proceso de Fabricación



Cadena de Distribución

El proceso de distribución de las mesas plegables se realizará por dos formas. una por medio de la empresa de servicio de mensajería (si el cliente se encuentra en otra ciudad) y la otra seria la entrega directamente en la misma ciudad



Hemos optado por un plan de marketing digital atractivo por medio de redes sociales, lo cual nos permite llegar a un publico a nivel nacional, dándonos un mayor campo de acción para poder distribuir nuestras mesas.



DINERO PARA INICIO DE NEGOCIO \$7.000.000					
GASTOS DIRECTOS					
RUBRO	CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
MATERIALES	ESTIBAS/PALETS	50	12 X 1000	12000	600000
	TORNILLOS	200	2 CAJAS	44	8800
	ARANDELAS	200	2 CAJAS	50	10000
	BULONES	200	2 CAJAS	222	44400
	TUERCAS	200	2 CAJAS	15	3000
MAQUINAS DE PRODUCCIÓN	ALQUILER MES	30	DÍAS		510000
EQUIPOS	COMPRA DE PC	3		1000000	3000000
LOCAL	ALQUILER MES	30	DÍAS	20000	600000
PAPELERIA	PAGO DE PAPELERIA	10	PIEZAS	100000	1000000
DISEÑADOR DE MARKETING	PAGO UN DÍA	1	1	100000	100000
TRANSPORTE	PAGO DÍA AL MES	1	1	50000	50000
TOTAL (PARA EMPEZAR)					5926200

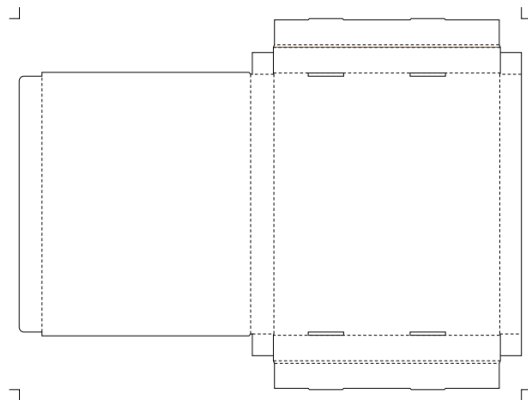
Por lo tanto el coste de una de nuestras mesas varían en \$40.000 pesos pago contra entrega, si llega el caso de que el cliente se encuentre en otra ciudad el medio de pago sería por Pago electrónico Bancario, y \$13.000 pesos del envío.

Indicadores

1. Medir la resistencia
2. Presentación del producto
3. Altura y dimensiones acorde a la necesidad del consumidor
4. Variación de colores en las mesas
5. Plan piloto / pruebas del producto

6. Gestión de medios de comunicación
7. Precio
8. Ventajas competitivas
9. Facilidad de uso
10. Estudio de mercado

Empaque



Etiqueta



Ficha Técnica

<https://drive.google.com/file/d/11DHJQb766EMCklaF0NUnMWsh7khJDGD1/view?usp=sharing>

"Por favor descargar y abrir el documento completo para que se pueda visualizar de forma completa y correcta"

Ciclo de Vida del Producto

Por lo tanto, nuestro producto se encuentra en la fase de "Introducción (lanzamiento)"

Características del producto: Para nuestro producto de mesa tipo 1 de MadeOfis queremos reflejar la capacidad de adaptabilidad de altura a través de su soporte, brindando así mayor comodidad y funcionalidad para nuestros clientes, esta Modelo gracias a su forma y adaptabilidad, nos permitirá trabajar desde múltiples sitios y usarla también como un objeto decorativo y ¿por qué no? sostener nuestras plantas o servirnos de mesa de noche.

Características del Prototipo: los materiales que usaremos para realizar la maqueta en base al prototipo serán palos de madera, cartón, cartulina, tornillos para que tenga resistencia y por último el soporte que le dará la opción que se ajuste la altura.

Como Sera la Interacción del Cliente con el Prototipo: la prueba que se hará con el cliente será interactiva junto con el prototipo, con todos los protocolos de bioseguridad, desde alcohol y gel desinfectante, con el uso respectivo del tapabocas para el ingreso del cliente al salón de prueba con, donde se llevaran a cabo las actividades. El cliente realizara ciertas actividades de resistencias para medir la calidad, el gusto, comodidad y funcionalidad del prototipo.

Evidencia del Prototipo



Modelo Running Lean de la empresa _____

<p>Acciones Claves: MadeOfis es una empresa que busca ser asequible para todo tipo de cliente, en oferta tenemos para clientes comunes que son nuestro objetivo potencial diseños estándares, manteniendo la calidad y garantía del producto, ya para clientes más exigentes, contamos con diseños personalizados.</p>	<p>Actividades Claves: MadeOfis busca que en sus actividades un gran compromiso social tanto en el trabajo con sus colaboradores, como con sus clientes y con su entorno</p>	<p>Propuesta de Valor única: Fomentar el teletrabajo, hacer de nuestro hogar un espacio que además de permitirnos trabajar nos permita conservar los espacios de nuestros hogares para las actividades en familia, además de apoyar el medio ambiente que es uno de nuestros objetivos principales.</p>	<p>Relaciones con Clientes: Buscando siempre mantener la comunicación con el cliente, se ceo una página web, la cual busca resolver todo tipo de inquietudes dudas y sugerencias que el cliente nos pueda brindar, además contamos con una línea de atención al cliente, así como también con nuestros asesores en nuestros puntos de servicios.</p>	<p>Segmento de clientes: Queremos que además de que nuestros clientes se sientan satisfechos por su compra, queremos que el cliente conozca nuestro compromiso social que tenemos con la naturaleza y el medio ambiente, que nos conozcan por ser líderes en el cuidado y desarrollo ambiental.</p>
--	--	---	--	---

<p>Métricas Clave Recursos clave: *Físicos: Debemos contar con un lugar amplio y la maquinaria suficiente para poder desarrollar nuestras mesas de la mejor forma posible, también un sitio de almacenamiento para los productos de nuestro inventario. *Intelectuales: Como marca desarrollaremos un gran plan de marketing que nos permita comunicar de forma efectiva nuestra identidad como marca. *Recurso humano: Necesitaremos operarios en el área de producción de las mesas, Personas encargadas</p>	<p>Canales La comercialización y la forma de dar a conocer nuestros productos: se hará por medio de la web, en redes sociales como Instagram, basándonos en estrategias de marketing digital dando siempre información necesaria y llamativa, pero sin saturar (CANAL PROPIO). Evaluación: Nuestros clientes luego de recibir nuestro producto recibirán una encuesta a sus correos, en la cual podrán darnos a conocer su nivel de satisfacción. La Distribución: se hará por medio de una empresa</p>
--	---

<p>del área de mercadeo y redes sociales. *Y como recursos económicos, requeriremos del monto total que se ve evidenciado en nuestro presupuesto mostrado en páginas anteriores.</p>	<p>que se encargará del embalaje del producto y la entrega al cliente final. Como experiencia post venta: El cliente contará con canales de soporte personalizados a los cuales podrá acudir para cualquier duda posible sobre nuestras mesas, y para hacer efectivas sus garantías</p>

<p>Estructura de costos: Modelo de valor. Costos fijos: Sueldos, Arriendo, Servicios. Costos variables: Insumos, Materia prima, Contratación de personal, costos de distribución.</p>	<p>Fuentes de ingresos Nuestros productos se venderán por unidad (Ventas de activos) y también tendremos algunos ingresos variables a raíz de los mantenimientos que posiblemente se requieran por parte de los usuarios. Nuestros precios se establecerán según el segmento de mercado.</p>
---	---

Encuesta

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScnQt3JO8isJtjk2qC203GufidhZ2Ji0YiAxrfZDp14BO4upg/viewform>

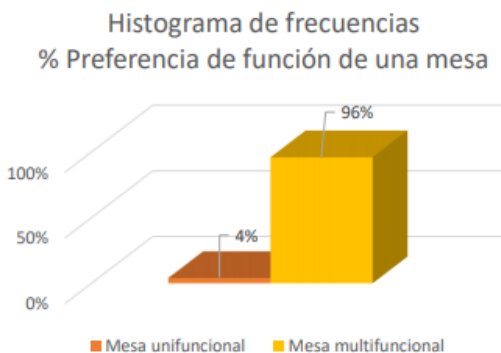
Como empresa queremos ser más cercanos al cliente, saber que le gusta y en que debemos mejorar respecto al producto que se está ofreciendo, se busca identificar las posibilidades en ventas, de crecimiento y de cualquier otro dato que nos ayude a identificar y poder tomar las medidas correctivas necesarias al momento de ofrecer al mercado nuestro producto y así mismo poder medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales. Evaluar las estadísticas demográficas como errores, omisiones e inexactitudes. Conocer profundamente patrones de las variables demográficas y sus factores asociados.

Primera pregunta: ¿Usted prefiere una mesa que tenga una sola función o varias al mismo tiempo?

Lista de datos:

Mesa unifuncional
Mesa multifuncional

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia relativa (hi)
Mesa unifuncional	2	4%
Mesa multifuncional	48	96%
	50	100%



Acá podemos ver que el 96% de las respuestas prefieren una mesa multifuncional a que una mesa unifuncional que fue el 4% que eligió esta respuesta

Segunda pregunta: Los muebles inteligentes permiten ahorrar espacio sin perder elegancia ni estética, y cumplen con dos o más funciones. Teniendo en cuenta lo anterior usted tendría en su hogar:

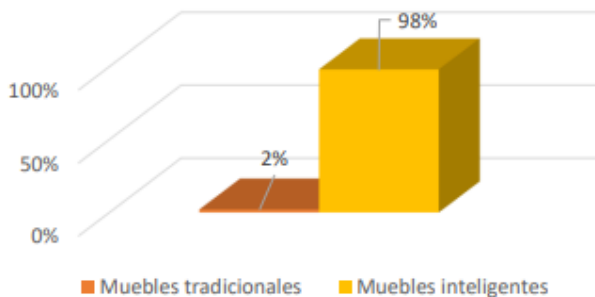
Lista de datos:

Muebles inteligentes
Muebles tradicionales

Tabla de frecuencias:

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia relativa (hi)
Muebles inteligentes	49	98%
Muebles tradicionales	1	2%
	50	100%

Histograma de frecuencias
%Preferencia de muebles en el hogar



Las personas prefieren tener muebles inteligentes que fue un 98% de las respuestas a que unos muebles tradicionales y sencillos que fue le 2%

Tercera pregunta: Teniendo en cuenta el espacio de trabajo o de estudio que dispone en su hogar u oficina. ¿Es de su preferencia tener muebles plegables o muebles estáticos?

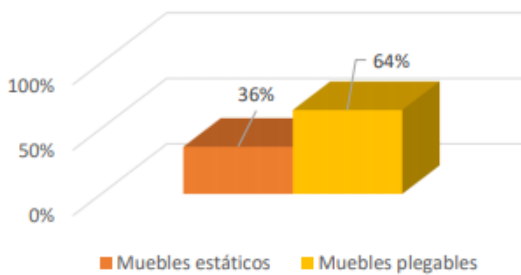
Lista de datos:

Muebles estáticos
Muebles plegables

Tabla de frecuencias:

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia relativa (hi)
Muebles estáticos	18	36%
Muebles plegables	32	64%
	50	100%

Histograma de frecuencias
% Preferencia de tipos de muebles



El 64% prefiere tener mesas plegables en cambio el 36% prefiere mesas estáticas ya seas en sus oficinas en su hogar

Cuarta pregunta: Si dispone de una mesa adaptable para su trabajo o estudio, es decir, una mesa a la que se le puede adaptar la altura según el lugar en donde la utilice ¿En qué lugar la usaría?

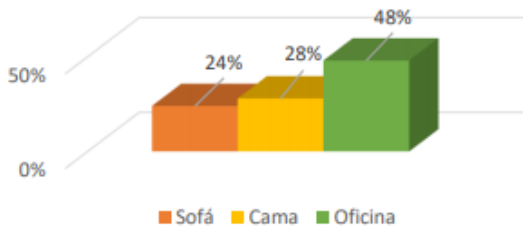
Lista de datos:

Sofá
Cama
Oficina

Tabla de frecuencias:

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia relativa (hi)
Sofá	12	24%
Cama	14	28%
Oficina	24	48%
	50	100%

Histograma de frecuencias
% Preferencia de ubicación de la mesa adaptable



El 48% prefiere tener mesas dentro de la oficina les facilita más el trabajo y la comodidad, el 28% en sus camas y el 24% en el sofá

Quinta pregunta: Teniendo en cuenta las necesidades de sus hijos o los menores que conviven con usted. ¿Prefiere que hagan sus tareas o dibujos en una mesa regular o en una que se adapte a la altura y le brinde más comodidad al niño?

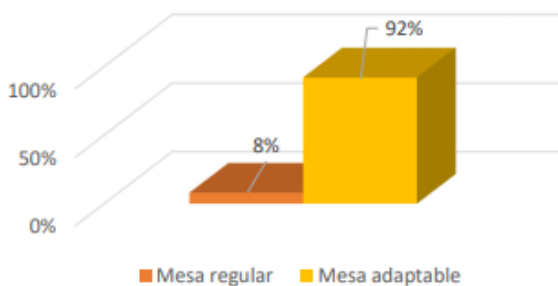
Lista de datos:

Mesa regular
Mesa adaptable

Tabla de frecuencia:

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia Relativa (hi)
Mesa regular	4	8%
Mesa adaptable	46	92%
	50	100%

Histograma de frecuencias
% Preferencia de mesa para los niños



El 92% prefieren una mesa adaptable para los que tengan hijos hagan sus deberes en una de estas mesas, y el 8% prefiere una mesa regular

Sexta pregunta: Respecto al impacto ambiental que se ha generado a raíz de los desechos y algunos procesos en grandes fábricas, incluyendo las que están dedicadas al sector de productos para el hogar ¿cree usted que nuestros productos puedan ayudar a disminuir la cantidad de residuos y tener un gran impacto en la regulación del consumo?

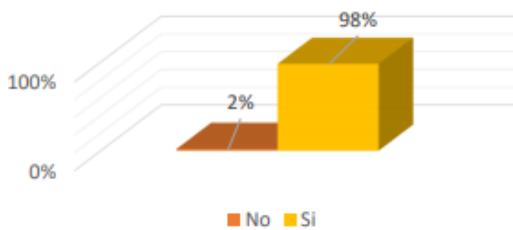
Listad de dato:

Si
No

Tabla De Frecuencia

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia relativa (hi)
Si	49	98%
No	1	2%
	50	100%

Histograma de frecuencias
% Opinión sobre impacto ambiental de nuestros productos



Casi el 100% de las personas están de acuerdo que nuestro producto pueda reducir la cantidad de residuos que esta consumiendo el medio ambiente

Séptima pregunta: ¿usaría muebles hechos en madera reciclada (estibas), plástico o vidrio?

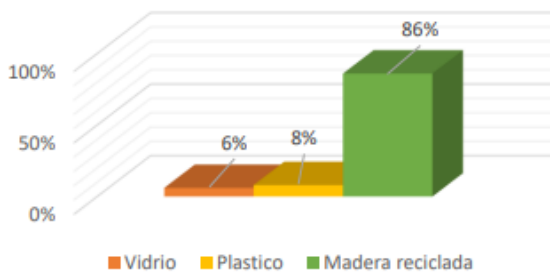
Lista de datos:

Madera reciclada
Plástico
Vidrio

Tabla de frecuencias:

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia relativa(hi)
Madera reciclada	43	86%
Plástico	4	8%
Vidrio	3	6%
	50	100%

Histograma de frecuencias
% Preferencia de material para muebles



El 86% prefieren usar muebles, mesas de madera reciclada para su uso, mientras que el 8% los prefiere en plástico y el 6% en vidrio

Octava pregunta: Teniendo en cuenta la situación actual y las medidas de bioseguridad que se deben tener ¿Prefiere hacer sus compras online o presencialmente?

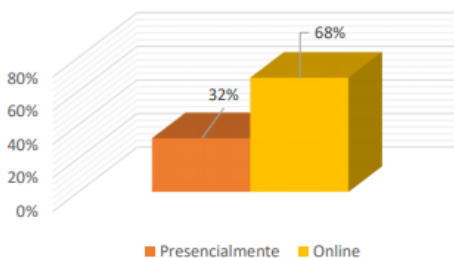
Lista de datos:

Online
Presencialmente

Tabla de Frecuencias:

Datos	Frecuencia absoluta (fi)	Frecuencia relativa (hi)
Online	34	68%
Presencialmente	16	32%
	50	100%

Histograma de frecuencia
% Preferencia modalidad de compra



El 68% de estas personas prefieren hacer sus compras online con las medidas de bioseguridad mientras que el 32% los harían presencialmente.

Al grupo de personas encuestadas en su gran mayoría fueron a jóvenes estudiantes, trabajadores y madres cabeza de familia, quienes con gran aceptación recibieron de forma positiva nuestro producto, considerando al 90% de la muestra fue gustada esto debido a las necesidades que se le hizo comprender a los encuestados y los beneficios que les puede ofrecer el producto, y con un 5% en márgenes de error.

TAMAÑO DE LA POBLACION	NIVEL DE CONFIANZA	MARGEN DE ERROR
100	95%	5%

Resumen Ejecutivo

La empresa MadeOfis pretende lanzar productos para el hogar como para los espacios laborales, ya que en esta pandemia las personas trabajan desde casa y muchos no tienen un espacio adecuado para realizar ciertas tareas.

Nuestro enfoque se trata de solucionar ese problema con nuestro producto. Dentro de 3 a 4 años pretendemos tener un nivel de mercado más amplio cuando, es decir, cuando se termine la pandemia, realizaremos nuevos diseños y nuevas estrategias de publicidad para que las personas sigan con un incentivo de estas mesas biodegradables que les ayudaran en su día a día. Un producto practico y cómodo para cualquier tipo de área.

Conclusión

Podemos concluir que la empresa MadeOfis busca la innovar las mesas y gracias a estas estrategias formuladas se podrá facilitar la utilización de los productos y llevar a cabo este proyecto. Las personas se verán atraídas por ver un producto que combina la tecnología y lo ambiental dándole un toque rustico y moderno para sus sitios de trabajo u hogar.

Lo cual implica que la empresa tendrá un futuro en el mercado y buen rendimiento dando batalla en la competitividad para aquellas empresas cuyo labor, proceso o producto sea similar al nuestro.

Webgrafía

<http://www.estudio4d.com/index.html>

<https://divimuebles.com/>

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

<https://www.dinero.com/pais/articulo/apoyo-a-emprendimientos-de-mujeres-mediante-patrimonio-autonomo-del-gobierno/289455>