

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 1 de 36

PROYECTO DE GRADO 2

Muros móviles “Mobile Walls”

Autores:

Patricia Betancourt Pardo

Adriana Zúñiga Tovar

Erika Julieth Cuervo Olivera

John Arbey Velásquez Cifuentes

Docente:

Carlos Cruz Osorio

CORPORACIÓN UNIFICADA DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN

BOGOTA D.C.

Abril de 2018

ELABORÓ: Analista de Camacun	REVISÓ: Coordinadora Nacional de Emprendimiento	APROBÓ: Directora de Extensión y Relaciones Interinstitucionales
FECHA: 08-08-2017	FECHA: 08-08-2017	FECHA: 28-07-2017

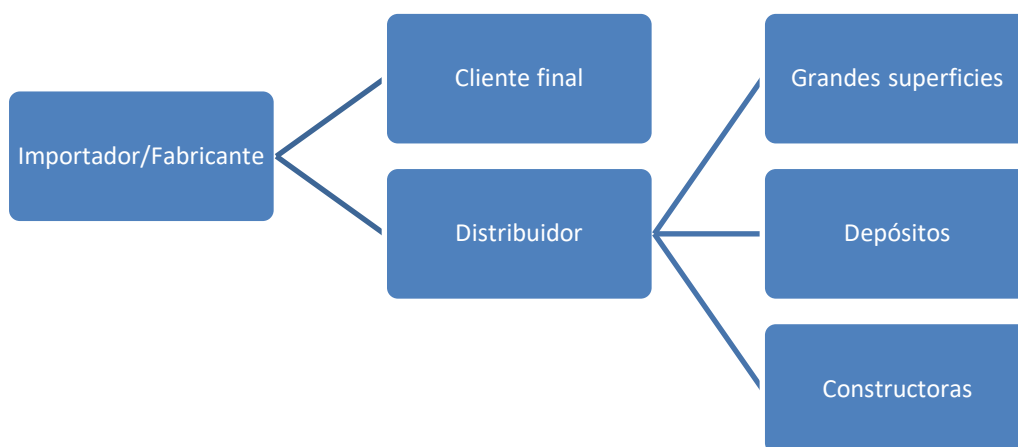
## Tabla de contenido

<b>Desingn Thinking</b> .....	<b>4</b>
Planteamiento del Problema .....	5
<b>Idea</b> .....	<b>6</b>
Prototipo .....	6
Solución actual.....	6
<b>Customer</b> .....	<b>7</b>
Identificación de Holders .....	7
Mercado Objetivo .....	7
Mercado Potencial.....	7
Identificación de Necesidades .....	8
Identificación de Beneficios .....	8
Identificación de Soluciones Actuales .....	8
Inconformidades de las soluciones Actuales .....	8
Identificación del Problema al Mercado a Atender.....	8
<b>Perfil Del Cliente</b> .....	<b>9</b>
Necesidades y motivaciones del cliente .....	9
<b>Lego</b> .....	<b>9</b>
Reto.....	9
Construcción.....	9
Plasmar Creatividad e Innovación.....	9
Interacción y Trabajo en Equipo .....	9
<b>Estudio de Mercado</b> .....	<b>10</b>
Objetivos del Estudio de Mercado .....	10
Objetivos General .....	10
Objetivos Específicos.....	10
Segmentación de Mercado .....	10

Tablas Graficas .....	11
Variables de Segmentación .....	11
<b>Plan de Marketing .....</b>	<b>13</b>
Estrategia de Producto .....	13
Estrategia de Precio .....	13
Estrategia de Publicidad.....	13
<b>Desarrollo de Marca .....</b>	<b>15</b>
<b>Ventaja Comparativa .....</b>	<b>15</b>
<b>Estrategia de Distribución.....</b>	<b>15</b>
Canal .....	18
Localización de Puntos .....	18
<b>Ejecución Comercial.....</b>	<b>18</b>
Estrategias de Servicios .....	18
<b>Proyección de Ventas.....</b>	<b>19</b>
<b>Plan de Mercado .....</b>	<b>19</b>
<b>Planeación Estratégica .....</b>	<b>20</b>
<b>Análisis Pestel .....</b>	<b>21</b>
<b>Análisis Porter .....</b>	<b>26</b>
<b>Estudio Administrativo .....</b>	<b>28</b>
<b>Estudio Financiero.....</b>	<b>32</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>35</b>

## Desingn Thinkin

### Quienes intervienen



### Soluciones actuales

En la actualidad, los espacios de vivienda han sido construidos, a partir de propuestas industrializadas, cuyo objetivo se basa en gran medida en el desarrollo de proyectos, donde potencializar los espacios, genera mayor rentabilidad; es por ello que en un tiempo de progreso el cambio de la panorámica de las ciudades ha sido notorio, los edificios han remplazado las grandes casas y las opciones de vivienda se han diversificado. Una de las causas más notables de este cambio habitacional es la reducción del espacio para vivir. De las casas a los apartamentos y de los apartamentos a la aparta estudios, la forma como vivimos se adapta a nuestras condiciones sociales. Por esto buscamos crear espacios saludables y que puedan mejorar la condición de vida de los estratos más bajos.

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 5 de 36

**¿Qué es?** Muros móviles

**¿Cómo es?** Es un muro que se puede mover

**¿Cómo se usa?** moviendo de un lado a otro para poder ampliar el entorno

**¿Cuándo se usa?** cuando se desee hacer la ampliación de alguna área del apartamento.

**¿Quién lo usa?** Lo utilizan las personas de estratos 2 y 3 que desean ampliar el espacio de alguna de las áreas del apartamento.

### **Planteamiento del problema**

El ser humano desarrolla su personalidad y actitudes debido a su entorno, lo que implica que éste tenga ciertas características de confort, relaciones sociales y ambientes de acuerdo a los gustos personales. Cualquier insatisfacción del entorno que ofrezca presión puede causar alteraciones que se evidencian en la salud del individuo como el estrés.

Dada la importancia del ambiente en donde vive el ser humano y la creciente demanda de unidades residenciales en Bogotá sumado a los altos costos que se presentan por metro cuadrado en las mismas, se hace necesario desarrollar nuevas opciones que permitan la optimización de los espacios y la generación de entornos mucho más versátiles que ofrezcan una opción para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

### **Idea**

Un Panel modular que pueda mejorar espacios cuando el cliente final lo requiera.

**Prototipo**

**Solución Actual**



Figura 1. Solución actual

**Solución propuesta**



Figura 2. Solución propuesta

## Customer

### Identificación Stake Holders:

Todas aquellas personas de estrato 3 4 y 5 que deseen tener apartamentos modulares en los que por sus espacios reducidos puedan modificarlos y hacer las áreas sociales mucho más amplias.

### Mercado Objetivo

PRODUCTO	MERCADO OBJETIVO
MUROS MÓVILES COMO OPCIÓN PARA EL DESARROLLO DE VIVIENDAS MÁS VERSÁTILES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hombre y Mujeres.</li> <li>• Edades entre 30 a 35 años.</li> <li>• Solteros.</li> <li>• Hijos.</li> <li>• Recien Casados.</li> <li>• Capacidad de Edeudamiento.</li> <li>• Estrato Medio bajo – bajo.</li> <li>• Espacios propios.</li> <li>• Sector Construcción (Inversionistas)</li> </ul>

Figura 3. Mercado Objetivo

### Mercado Potencial

PRODUCTO	MERCADO POTENCIAL
MUROS MÓVILES COMO OPCIÓN PARA EL DESARROLLO DE VIVIENDAS MÁS VERSÁTILES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hombre y Mujeres.</li> <li>• Edades entre 35 a 40 años.</li> <li>• Casados.</li> <li>• Uno a Dos Hijos</li> <li>• Capacidad de Edeudamiento.</li> <li>• Necesidad de Adaptación del espacio.</li> <li>• Estrato Medio</li> </ul>

Figura 4. Mercado potencial

<p>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior</p>	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 8 de 36

### **Identificación de Necesidades:**

- Contar con espacios más amplios en las áreas sociales
- Sentirse cómodo en una reunión logrando optimizar espacios
- Ampliar las áreas
- Hacer ver el apartamento más grande

### **Identificación de Beneficios:**

- Hacer espacios más cómodos
- Tener viviendas inteligentes
- Poder tener un espacio amplio para reuniones sociales

### **Identificación de Soluciones Actuales:**

Actualmente se cuenta con este tipo de soluciones para sitios empresariales, hoteles, salones de reuniones, auditorios, pero no para casas ni apartamentos.

### **Identificación de Inconformidades de las soluciones actuales**

- Espacios reducidos
- Áreas sociales muy pequeñas
- Incomodidad de espacios en momentos donde se requiere recibir un numero grande de visitas

### **Identificación del Probable mercado a atender:**

Población de los estratos medio – bajo.



	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 9 de 36

## **Perfil del Cliente**

El mercado potencial, está dirigido a hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre 35 a 40 años que tengan la capacidad económica para adquirirlo, casados, con uno a dos hijos, necesidad de adaptación de espacios, estrato medio y su ubicación seria en los conjuntos residenciales que estén próximos a edificar para que puedan ser incluidos en proyectos sobre planos.

## **Necesidades y motivaciones del cliente**

Los muros móviles permiten una mejor solución para aquellas áreas que requieren una mejor distribución temporal. Esto permite al cliente tener un mejor aprovechamiento del espacio.

## **Lego**

## **Reto**

Llegar a que los clientes logren entender que la idea puede causar un impacto positivo dentro de un espacio, creando áreas más amplias y con facilidad de adaptación.

## **Construcción**

Esto deberá realizarse directamente con las constructoras ya que debe ir incluida dentro de sus planos iniciales ya que después de construido es muy complejo cambiar o adaptar estos paneles, pues no se podrían afectar bigas y muros estructurales.

## **Plasmar creatividad e innovación**

Espacios móviles, ideales para generar entornos versátiles y máximo aprovechamiento de los espacios.

“Espacios que cambian la rutina”

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 10 de 36

### **Interacción y trabajo en equipo**

**Recursos Humanos:** Arquitectos, Ingenieros, Mercadeo y Publicidad.

**Físicos y financieros:** Stand de ventas y capital para promocionar el producto.

**Intelectuales:** Investigación de materiales

### **Estudios de Mercado**

#### **Objetivos del Estudio del Mercado**

**Objetivo General:** Identificar el potencial de mercado para un sistema de muros móviles para unidades residenciales para la ciudad de Bogotá.

#### **Objetivos específicos:**

1. Identificar el tamaño del mercado potencial
2. Identificar el perfil del cliente potencial.
3. Desarrollar un sistema de muros móviles acorde a los requerimientos del mercado.
4. Identificar canales apropiado para la comercialización del sistema desarrollado.
5. Diseñar la estrategia de penetración del mercado

#### **Segmentación**

Dirigido a todas las personas que quieran adquirir una solución de vivienda con la necesidad de adaptar espacios, estrato medio – bajo.

### Población por estrato socioeconómico



Grafico1. Estratos socioeconómicos

### Porcentaje por Déficit Habitacional



Grafico 2. Porcentaje hogares

## Variables de Segmentación

### Geográfica

El proyecto The Mobile Walls se llevará cabo en la ciudad de Bogotá en la en los diferentes sectores de conjuntos residenciales de la capital.

### Edad:

Está dirigido a hombres y mujeres cuyas edades oscilan entre 30 a 40 años.

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 12 de 36

## **Ingresos**

Personas con niveles de ingreso entre 2 y 4 SMLV.

- **Por ciclo de vida**

**Nacimiento:** Este proyecto nace desde opción de grado 1 el segundo semestre de 2016, CUN (BOGOTA D.C). Nuestra empresa se encuentra en la etapa de nacimiento ya que hasta ahora se está implementando como modelo de lo que puede ser una gran idea para la solución de varios aspectos se ven afectados como la optimización de los espacios y la generación de espacios muchos más amplios que ofrezca una opción para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, buscando alcanzar estabilidad en el mercado bogotano.

## **Metodología del Estudio de Mercado**

En la actualidad, los espacios de vivienda han sido construidos, a partir de propuestas industrializadas, cuyo objetivo se basa en gran medida en el desarrollo de proyectos, donde optimizamos los espacios, genera mayor rentabilidad. Es por ello que en un tiempo de progreso el cambio de la panorámica de las ciudades ha sido notorio, los edificios han reemplazado las grandes casas y las opciones de vivienda se han diversificado.

## **Análisis Concluyente**

El Producto resulta innovador pues no hay soluciones actuales del mercado que brinden o suplan este tipo de necesidades en hogares, dependiendo del costo del producto podría tener una muy buena acogida en el mercado. Debe buscarse una alternativa para implementar estos muros en apartamento terminado y no solo en construcciones nuevas para poder ampliar el mercado.

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 13 de 36

## **Plan de Marketing**

Por otra parte dentro de la estrategia de comunicación se contemplan: Facebook:

Desarrollo de adds enfocados en un público joven - Website: Software gratuito para el diseño de espacios acorde al inmueble, difusión de proyectos realizados, ventajas y beneficios del producto

- Revistas especializadas: Principalmente revistas de diseño y arquitectura y Ferias de emprendimiento (CCB) Se evidencia de acuerdo al análisis porcentualmente que es un producto innovador, el cual representa un 60% de acogida dentro de los entrevistados , siendo esto significativo desde la viabilidad del mismo. Se evidencia interés por el producto, debido a las necesidades específicas de los clientes, y se tiene evidencia de igual forma interés de compra del producto.

## **Estrategia de Producto.**

Este producto está diseñado exclusivamente para el mercado colombiano, analizamos minuciosamente cada uno de los detalles que conforman el producto, para asegurarnos que el resultado final, sea un muro de gran calidad.

Estos paneles cuentan con la mejor calidad e innovación en el producto ya que cuenta con un material muy liviano fácil de manipular y un tamaño adecuado para el ajuste en los espacios.

Las ventajas de usar este producto es comodidad, optimización de espacios, confort, tranquilidad en la persona, fácil manejo; logrando de esta manera un producto que beneficie al consumidor y optimice recursos.

### **Estrategia de Precio**

Dado que es una empresa cuyo principal servicio es la personalización de espacios basados en sistemas desarrollados a la medida del cliente, se ha tomado una estrategia enfocada en precios con un margen de utilidad bajo, de tal forma que las márgenes de utilidad inicial sean sanos para la empresa buscando resaltar la calidad del producto, así como asegurar una demanda más controlada y no sobrepasar las capacidades de producción inicial de la empresa.

### **Estrategia de Publicidad**

Nosotros nos hemos encargado de promocionarlo, de hacerlo atractivo al público. Se difundirá por medio de redes sociales ya que hoy en día es lo que el consumidor más usa, y económico para la empresa en publicidad.

Diseñaremos tarjetas de publicidad en donde demos a conocer nuestro producto de manera directa con las constructoras ya que es un servicio personalizado en donde lograremos llegar a un gran número de personas o clientes que deseen adquirir nuestro producto. Para hacer más atractiva la innovación de esté deseamos tener facilidades de pago de hasta 3 meses por compras superiores hasta de 3 paneles con el ánimo de incentivar la compra y por último se hará descuentos de hasta del 5% por referenciar al momento de la compra el medio por el cual se enterará el cliente del producto.

<p>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior</p>	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	<b>CÓDIGO: EMP-FO10</b>
		<b>VERSIÓN: 00</b>
		<b>PÁGINA: 15 de 36</b>

## Desarrollo de Marca

Se harán:

- Desarrollo de Manuales de Identidad Corporativa.
- Desarrollo de Marcas por líneas de producto o actividad.
- Investigación de Mercado para determinar el Valor de Marca. Es decir, que percepción tienen sus clientes de su marca o la de sus productos.
- Buscar el posicionamiento deseado para la marca.

**Marca:**

Mobile Walls

**Logo:**



**Slogan:**

“Espacios que cambian la rutina”

**Ventaja competitiva:**

Lo que diferencia este producto de la competencia es el estilo y modelos de los muros que maneja, se harán con base a diseños exclusivos y en algunas ocasiones serán creaciones de los clientes.

### **Ventaja comparativa**

Nuestra empresa manejará precios asequibles a los clientes y productos de buena calidad que permitirá satisfacer las necesidades de los clientes.

### **Estrategia de Promoción**

Como parte de la estrategia de promoción se encuentra el servicio de apoyo en el diseño de espacios interiores, este servicio no tiene costos adicionales y pretende dar al cliente un desarrollo de espacios mucho más amables y donde se optimicen los espacios iniciales de cada proyecto.

Adicional a lo anterior, se ofrecerán facilidades de pago de hasta 3 meses por compras superiores a 10 paneles con el ánimo de incentivar la compra y disminuir el impacto inicial del precio alto.

Por último, se harán descuentos de hasta el 5% por referenciar al momento de la compra el medio por el cual se entera el cliente del producto y permitir a habitud modular fotografiar el proyecto ya instalado para utilizar dentro de su material de comunicación.



	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	<b>CÓDIGO: EMP-FO10</b>
		<b>VERSIÓN: 00</b>
		<b>PÁGINA: 17 de 36</b>

**Comunicación:**

COMUNICACIÓN				
MEDIO	PUBLICO OBJETIVO	EDAD	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN	TONO
REDES SOCIALES (Facebook)	USUARIO FINAL (Remodelación de apartamentos)	25-45	DAR A CONOCER EL SISTEMA	AMIGABLE
WEBSITE	PUBLICO EN GENERAL	18-60	DAR A CONOCER EL SISTEMA	AMIGABLE -TECNICO
REVISTAS ESPECIALIZADAS	ARQUITECTOS Y DISEÑADORES (Especificación de producto)	25-60	DAR A CONOCER EL SISTEMA	TECNICO
FERIAS	USUARIO FINAL, ARQUITECTOS Y DISEÑADORES	18-60	DAR A CONOCER EL SISTEMA	AMIGABLE -TECNICO

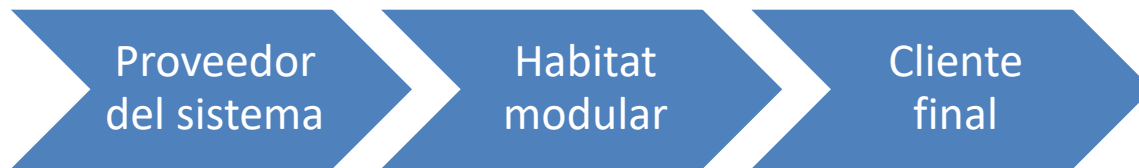
- Facebook: Desarrollo de adds enfocados en un público joven
- Website: Software gratuito para el diseño de espacios acorde al inmueble, difusión de proyectos realizados, ventajas y beneficios del producto
- Revistas especializadas: Principalmente revistas de diseño y arquitectura (Axis, Proyecto diseño, Exkema)
- Ferias: Desarrolladas por gremios específicos del sector (Expocamacol, ekotectura, Expo construcción y Expodiseño). Ferias de emprendimiento (CCB)

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 18 de 36

## Estrategia de Distribución

### Canal:

La distribución de los módulos y los servicios de asesoría en diseño de espacios es de tipo directa ya que es un servicio personalizado y que dado el bajo volumen esperado inicialmente no permite dejar márgenes representativos al canal, por lo cual no se hace atractivo para el mismo.



### Localización y dimensión de puntos de venta:

Para la distribución de los paneles de hábitat modular, el punto de venta se ubicará inicialmente en la ciudad de Bogotá y contará con un espacio entre 40 y 50 m<sup>2</sup> donde el usuario pueda experimentar y vivir el sistema con el ánimo de generar la experiencia previa a la compra del mismo.

## Ejecución Comercial

### Estrategia de servicio

**Garantía:** Todos los sistemas cuentan con una garantía de 10 años relacionados a la conservación del color, rigidez y estanqueidad.

**Servicio postventa:** Los clientes pueden acceder a un servicio de asesoría en diseño permanente por parte de la marca para futuras modificaciones, ampliaciones o cambios de panelería.

### **Habilidades Comerciales y Administrativas**

Atención al cliente: Espacio en el sitio web para comentarios, quejas y reclamos, así como una línea telefónica directa para la atención de solicitudes.

### **Proyección de ventas**

Se piensa en tener unas ventas anuales de \$ 900.000.000 y con un margen de utilidad del 20%.

### **Política de Cartera**

Dentro de la política de cartera se determina la no generación de intereses por morosidad de la misma.

La cartera estará calificada en los siguientes términos

**Cartera administrativa:** La administración de la cartera tiene por objetivo darle un tratamiento comercial a la misma, los rangos para este calificativo se entenderán entre los 31 a 90 días de vencimiento.

**Cartera vencida:** En este rango se considera la cartera que presenta una altura de mora entre los 91 y 180 días. Para su recuperación se agotarán recursos como requerimientos escritos, telefonitos, cruces de cartera, suspensión de servicios.

**Cartera de difícil cobro:** Las obligaciones que presenten alturas de mora entre los 181 y 360 días de vencimiento, se calificaran como de difícil cobro y se procederá a realizar el

correspondiente cobro pre jurídico y/ o coactivo, en donde se solicitaran las medidas cautelares necesarias que nos garanticen el resarcimiento de las obligaciones

Una vez agotados los lineamientos anteriores, e identificadas y calificadas las partidas como irrecuperables se procederá a su correspondiente castigo. El cierre del periodo contable anualizado no será óbice para la materialización de la política.

### **Presupuesto del plan de Mercado**

EL presupuesto inicial del negocio es muy bajo ya que iniciaremos nuestra promoción a través de redes sociales y visitas a las constructoras, se hará entrega de un brochure y tarjetas de presentación que no tienen un costo significativo.

### **Planeación Estratégica Generativa**

#### **Descripción del Negocio**

Creación de espacios móviles para áreas habitacionales que mejoren la calidad de vida y puedan realizarse ambientes acogedores y espacios saludables.

#### **Propuesta de valor**

Espacios móviles, ideales para generar entornos versátiles y máximo aprovechamiento de los espacios.

“Espacios que cambian la rutina”

#### **Objetivo General**

Identificar el potencial de mercado para un sistema de muros móviles para unidades residenciales para la ciudad de Bogotá.

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 21 de 36

### **Objetivos Específicos**

1. Ofrecer al cliente un producto que atienda a la necesidad de recrear espacios de forma elegante y sofisticada.
2. Brindar una opción en el mercado para clientes de varios estratos incentivando la producción y comercialización nacional.
3. Interactuar con nuestros clientes para la optimización y satisfacción que nuestros clientes requieran
4. Administrar y operar de manera eficiente y con calidad humana

### **Misión**

Somos una empresa dedicada al diseño y comercialización de panel modulares para viviendas que busca satisfacer las necesidades de nuestros clientes buscando la comodidad y espacios óptimos para vivir, disminuyendo el stress y creando ambientes modernos y saludables para quienes los habiten.

### **Visión**

Para el año 2025 ser una empresa líder en soluciones habitacionales con una expansión a nivel nacional y con unas ventas aproximadas de \$ 3.240.0000 anuales y una rentabilidad del 30% que no solamente beneficie la empresa sino la generación de empleo de nuestro país y optimizando recursos que mejoren la calidad de vida y contribuyan con el medio ambiente.

### **Análisis Pestel**

De acuerdo con un informe presentado Bogotá, Colombia chapter la situación de la construcción en Colombia se encuentra de la siguiente manera:

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 22 de 36

Es muy diferente ejecutar la construcción de proyectos para el sector privado, que para el sector público, institucional o para entidades sin ánimo de lucro. Siendo la más notable diferencia que los proyectos de construcción en el sector privado o proyectos de desarrollo inmobiliario buscan ante todo una rentabilidad financiera.

La mencionada rentabilidad financiera dependerá de la viabilidad y correcta ejecución del proyecto dentro de los parámetros de la triple restricción (alcance, tiempo y costo) que genere el proyecto que se esté estructurando o que se vaya a ejecutar. Es de anotar que prima el interés público de preservar en las nuevas construcciones, las premisas de bienestar común y aprovechamiento máximo de los limitados recursos de tiempo y dinero.

El negocio de la construcción es algo más que ejecutar una cimentación, levantar una estructura, realizar sus instalaciones hidrosanitarias, eléctricas, comunicaciones, equipos especiales, etc., y los acabados de la misma según sea su uso y destino. Para ejecutar la construcción de una edificación Igualmente se debe estudiar si el proyecto es viable, no solo si se tiene el flujo de caja suficiente para ejecutar todas las actividades desde la pre-factibilidad y factibilidad, la planeación, las ventas, su construcción, puesta en marcha y cierre; sino también estudiar el mercado y el análisis financiero del mismo.

En el sector privado se necesita conocimientos de mercadeo, finanzas, comercialización, planeación urbana, diseño urbano y de arquitectura, todo tipo de ingenierías, derecho comercial y urbano, administrativos y manejo de riesgos entre otros. Por lo tanto, el reto no es el tipo de edificación que se va a construir, ni el sistema constructivo en sí mismo, sino el poder dirigir, encausar o gestionar los procesos de todos estos conocimientos de diferentes profesiones y

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 23 de 36

disciplinas para concretar un ciclo de proyectos que logren que la construcción cumpla su cometido.

Este cometido es ante todo y lo más importante cumplir con que el proyecto sea rentable para los inversionistas. También cumplir con importantes aspectos como el mercado objetivo, el alcance del proyecto, las normas vigentes de ordenamiento territorial, las normas ambientales y las normas técnicas colombianas (NTC). Y cumplir con las expectativas de todos los interesados.

Entonces el éxito del proyecto de construcción depende de muchos factores que hay que tener en cuenta. Estos factores provienen del hecho de analizar el comportamiento del entorno económico del país y el conocimiento del negocio antes de adquirir el predio; es decir que el proyecto comienza desde antes de la ejecución de los diseños con sus respectivos estudios técnicos y de la propia ejecución de la construcción.

### **Actividad edificadora y tendencias de la construcción para Colombia**

La Construcción es el sector de mayor crecimiento en la ocupación del país, ahora bien, el voluntariado ha planteado que las empresas del sector de la construcción deben integrar y articular mediante procesos de calidad, el conocimiento del negocio, con los conocimientos de las diferentes profesiones, con las buenas prácticas de la gerencia o la gestión de proyectos y con la ejecución de sus respectivas obras. Pero para que estos procesos se den, es de vital importancia el conocimiento de las políticas, los planes de desarrollo y del entorno económico del país con sus indicadores de demanda y oferta para así poder predecir, proyectar e identificar las tendencias y las verdaderas oportunidades de negocio que este sector puede ofrecer.

Por lo anterior, presentamos a continuación un resumen ejecutivo del entorno macroeconómico actual del sector de la construcción en Colombia y cuáles son sus tendencias y proyecciones.

### Contexto Macroeconómico

Al analizar el comportamiento se observa que la construcción (tanto obra civil como edificaciones privadas) se movió así:

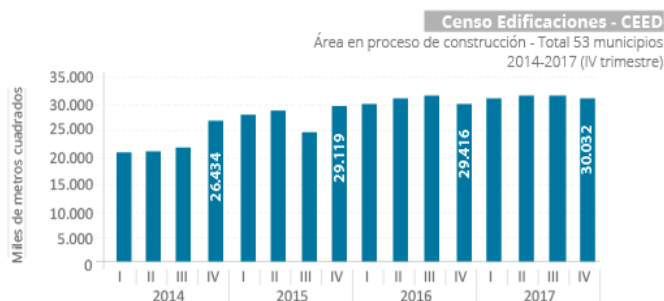


Grafico 3.

### Adquisición de dinero para créditos

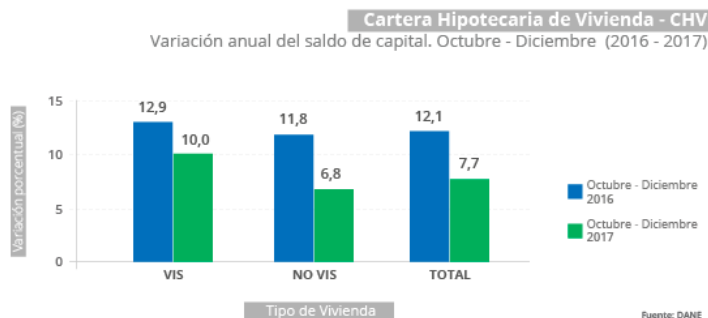


Grafico 4. Adquisición de dinero



### **Tendencias de la construcción**

- El PIB del Sector Edificador se mantendrá positivo y continuará aportando al crecimiento de la economía.
- Cada año la Construcción crea alrededor de 80.000 nuevos puestos de trabajo. El sector aporta 1.308.327 empleos al país.
- Más colombianos le apuestan a la vivienda. La finca raíz sigue siendo el vehículo idóneo de inversión para los hogares colombianos. Las cifras reflejan la confianza en el sector.
- Los empresarios siguen invirtiendo en proyectos y en la ejecución de la política de vivienda social en 2014 realizaron el lanzamiento de 134.463 unidades de vivienda con una variación del 16,3% con respecto al año 2013.
- La proyección 2018 registra que el sector edificador crecerá el 9,7%
- El aporte de los programas de vivienda social anunciados sería de 3,8 puntos porcentuales adicionales en el crecimiento del sector para 2015 por lo tanto la proyección 2018 queda en 13.5% más.

### **Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter**

#### **Poder de negociación de los proveedores**

Conseguir descuentos en insumos por pronto pago, consolidar las compras a través de licitaciones logrando manejar mejores márgenes de rentabilidad.

#### **Amenaza de nuevos competidores**

Que alguno constructor decida implementar directamente el mecanismo de los paneles cerrando el crecimiento en el mercado.

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 26 de 36

### **Rivalidad entre los competidores actuales**

Actualmente no hay ningún competidor que maneje este tipo de soluciones en viviendas, podría empezar a manejarlo aquellos que tienen este tipo de soluciones en otros sectores como los salones de reuniones, auditorios, teatros etc.

### **Poder de negociación de los clientes**

Manejaremos rentabilidad baja y obtendremos las ganancias a través de los proveedores para poder ingresar con costos bajos y que sean iguales a realizar un muro en concreto pero con diseños creativos.

### **Amenaza de productos o servicios sustitutos**

Actualmente se tienen muros en concreto.

### **Fuerzas Impulsoras (Oportunidades y Fortalezas)**

n/a hasta la fecha estamos en la idea de negocio

### **Fuerzas Opositoras (Debilidades y Amenazas)**

n/a hasta la fecha estamos en la idea de negocio

### **Análisis campo de fuerzas (DOFA)**

n/a hasta la fecha estamos en la idea de negocio

### **Cadenas de Valor**

Los insumos relacionados con el sector de la construcción se encuentran asociados principalmente a cinco (5) grupos: metales y derivados, cemento y sus derivados y artículos de cerámica, vidrio y plástico, los cuales, luego de procesos de industrialización (Cuando es requerido) tienen como destino final su aplicación en el desarrollo de construcciones de cualquiera de los subsectores mencionados en párrafos anteriores.



Figura 5. Cadena de Valor

### Estrategia Competitiva (Componente Innovador)

#### Beneficios

- Hacer espacios más cómodos
- Tener viviendas inteligentes
- Poder tener un espacio amplio para reuniones sociales

#### Propuesta de valor

Espacios móviles, ideales para generar entornos más cómodos y aprovechamiento de los espacios.

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 28 de 36

## **Estudio Administrativo**

### **Objetivo del Estudio Administrativo**

Se realizará una búsqueda permanente y continua de la alta calidad en la elaboración diferentes paneles modulares, a través de una cultura de autoevaluación y de los planes de mejora para contribuir a la búsqueda de solución a los problemas del entorno, para esto contaremos con una excelente coordinación entre las áreas, el equipo humano que tendrá Mobile Wall será el más preparado para el resultado exitoso y brindar lo esperado al cliente.

### **Definición de la Estructura Organizacional /Variables Estratégicas**

La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos.

A) Mapa de procesos



Organigrama



En el anterior organigrama se hace referencia a las funciones a desarrollar por los trabajadores de la empresa, en las cuales una persona puede realizar varias funciones a la vez sin estar situada fijamente en una de ellas.

### **Dirección y Administración**

La empresa estará conformada por cuatro socios, de los cuales seremos empleados directos de la empresa durante el primer año apoyando cada área de la organización.

La distribución de las funciones es de la siguiente manera:

**Patricia Betancourt:** Es la Gerente General será la encargada de garantizar el logro de los objetivos estratégicos de la empresa. El ejercicio de sus funciones inicia con la correcta selección del proveedor, y finaliza con la satisfacción del cliente.

**Erika Cuervo:** será la encargada del proceso de promoción de la marca y acercamiento a los distintos clientes como también se encargará en el tema de ventas y compras teniendo contacto con los proveedores La mayoría de los proveedores ya han sido preseleccionados, para cada venta solo es necesario enviar las órdenes de compra y mejorar con el tiempo las relaciones para adquirir los productos a menor coste y en el menor tiempo posible.

**John Velázquez:** se encargará en el desarrollo de los diseños de los paneles modulares el cual será producto de su creatividad, conocimiento y experiencia, teniendo en cuenta las tendencias mundiales y las necesidades de los clientes.

**Adriana Zuñiga:** Coordinará la ejecución de la obra, luego de ceder la acción al personal de compañía con más experiencia. En esta etapa es fundamental su supervisión pues solo así

	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 31 de 36

podrá asegurarse que se cumplan las expectativas de los clientes. En el segundo año, contrataremos un diseñador, con el fin de ofrecer productos más innovadores. Además, contrataremos un asistente, que apoye a la gerencia en sus funciones. En el tercer año, tenemos como objetivo llegar a ser reconocidos a nivel nacional para lograrlo contrataremos un Gerente Nacional, que se encargue de manejar las relaciones con los socios aliados y clientes en estas ciudades.

### **Tamaño de la Empresa /Cadena de Valor**

Es una microempresa iniciada con cuatro socios que inician una idea de negocio de emprendimiento.

### **Normatividad /Estudio Legal**

1. Inicialmente la empresa necesita sacar el RUT.
2. Después se ira a la Cámara de Comercio a Registrar la empresa con una SAS. La Sociedad por Acciones Simplificada es una persona jurídica con fines comerciales que puede ser constituida por una o más personas (naturales o jurídicas) mediante un documento privado, el cual debe ser inscrito en el registro mercantil de la Cámara de Comercio para que cobre existencia efectiva. El proceso es más sencillo que con otro tipo de sociedades.
3. Deberá sacarse la resolución de facturación ante la DIAN.
4. Como estamos hablando de una idea tenemos que hacer la patente ante la Superintendencia de Industria y Comercio

### **Costos Administrativos**

Costos de insumos para una pared de 3 metros cuadrados: \$ 348.050

El Valor de un muro vendido e instalado costaría \$ 917.757

### **Tipos de Contratación**

Los socios iniciaran un contrato por prestación de servicios para no poner cargas prestacionales a la empresa desde su nacimiento.

### **Gastos de Personal**

Los gastos son los pagos de contratos por prestación que suman un total de \$6.000.000

### **Financiera**

#### **Inversión inicial**

Se requiere un capital inicial de \$ 24.000.000 Este valor cubriría el primer mes, pero debemos tener como mínimo lo de dos meses para poder permanecer en el mercado

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>
Personal Administrativo	\$ 4.500.000
Personal de Ventas	\$ 1.500.000
Instalador	\$ 1.000.000
Arrendamiento	\$ 1.000.000
Servicios publicos	\$ 250.000
Publicidad	\$ 2.750.000
Transportes	\$ 500.000
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 11.500.000</b>



Para poder iniciar el proyecto debemos tener en cuenta un crédito bancario y revisando con simuladores el más asequible sería solicitar un crédito con Bancóldex que, aunque no da los créditos directos si ayuda a microempresarios con tasas preferenciales, se solicitaría 4 meses de gracia para poder financiarnos.

<b>Cuotas</b>	<b>Abono a capital</b>	<b>Valor intereses</b>	<b>Valor cuota</b>	<b>Saldo (capital)</b>
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 24.000.000,00
1	\$ 0,00	\$ 150.125,87	\$ 150.125,87	\$ 24.000.000,00
2	\$ 0,00	\$ 150.125,87	\$ 150.125,87	\$ 24.000.000,00
3	\$ 0,00	\$ 150.125,87	\$ 150.125,87	\$ 24.000.000,00
4	\$ 0,00	\$ 150.125,87	\$ 150.125,87	\$ 24.000.000,00
5	\$ 750.000,00	\$ 150.125,87	\$ 900.125,87	\$ 23.250.000,00
6	\$ 750.000,00	\$ 145.434,44	\$ 895.434,44	\$ 22.500.000,00
7	\$ 750.000,00	\$ 140.743,00	\$ 890.743,00	\$ 21.750.000,00
8	\$ 750.000,00	\$ 136.051,57	\$ 886.051,57	\$ 21.000.000,00
9	\$ 750.000,00	\$ 131.360,14	\$ 881.360,14	\$ 20.250.000,00
10	\$ 750.000,00	\$ 126.668,70	\$ 876.668,70	\$ 19.500.000,00
11	\$ 750.000,00	\$ 121.977,27	\$ 871.977,27	\$ 18.750.000,00
12	\$ 750.000,00	\$ 117.285,84	\$ 867.285,84	\$ 18.000.000,00
13	\$ 750.000,00	\$ 112.594,40	\$ 862.594,40	\$ 17.250.000,00
14	\$ 750.000,00	\$ 107.902,97	\$ 857.902,97	\$ 16.500.000,00
15	\$ 750.000,00	\$ 103.211,54	\$ 853.211,54	\$ 15.750.000,00
16	\$ 750.000,00	\$ 98.520,10	\$ 848.520,10	\$ 15.000.000,00
17	\$ 750.000,00	\$ 93.828,67	\$ 843.828,67	\$ 14.250.000,00
18	\$ 750.000,00	\$ 89.137,23	\$ 839.137,23	\$ 13.500.000,00
19	\$ 750.000,00	\$ 84.445,80	\$ 834.445,80	\$ 12.750.000,00
20	\$ 750.000,00	\$ 79.754,37	\$ 829.754,37	\$ 12.000.000,00
21	\$ 750.000,00	\$ 75.062,93	\$ 825.062,93	\$ 11.250.000,00
22	\$ 750.000,00	\$ 70.371,50	\$ 820.371,50	\$ 10.500.000,00
23	\$ 750.000,00	\$ 65.680,07	\$ 815.680,07	\$ 9.750.000,00
24	\$ 750.000,00	\$ 60.988,63	\$ 810.988,63	\$ 9.000.000,00
25	\$ 750.000,00	\$ 56.297,20	\$ 806.297,20	\$ 8.250.000,00
26	\$ 750.000,00	\$ 51.605,77	\$ 801.605,77	\$ 7.500.000,00
27	\$ 750.000,00	\$ 46.914,33	\$ 796.914,33	\$ 6.750.000,00
28	\$ 750.000,00	\$ 42.222,90	\$ 792.222,90	\$ 6.000.000,00
29	\$ 750.000,00	\$ 37.531,47	\$ 787.531,47	\$ 5.250.000,00
30	\$ 750.000,00	\$ 32.840,03	\$ 782.840,03	\$ 4.500.000,00
31	\$ 750.000,00	\$ 28.148,60	\$ 778.148,60	\$ 3.750.000,00
32	\$ 750.000,00	\$ 23.457,17	\$ 773.457,17	\$ 3.000.000,00
33	\$ 750.000,00	\$ 18.765,73	\$ 768.765,73	\$ 2.250.000,00
34	\$ 750.000,00	\$ 14.074,30	\$ 764.074,30	\$ 1.500.000,00

Estado de resultado proyectado a un mes:

**MOBILE WALL  
ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL MENSUAL**

<b>Ingresos de Actividades Ordinarias</b>	
Comercio al por mayor y al menor	13.766.355,00
<b>Total Actividades Ordinarias</b>	<b>13.766.355,00</b>
<b>Costos</b>	
	<b>5.010.500,00</b>
<b>Total Costos de Venta</b>	<b>0,00</b>
<b>GANANCIA BRUTA</b>	<b>13.766.355,00</b>
<b>Operacionales de Administracion</b>	
Gastos de Personal	0,00
Honorarios	4.500.000,00
Impuestos	0,00
Arrendamientos	1.000.000,00
Servicios	250.000,00
Gastos Legales	735.200,00
Mantenimiento y Reparaciones	100.000,00
Diversos	1.350.000,00
<b>Total Operacionales de Administración</b>	<b>7.935.200,00</b>
<b>Gastos de Ventas y Distribucion</b>	
Gastos de Personal	1.500.000,00
<b>Total Gastos de Ventas y Distribucion</b>	<b>1.500.000,00</b>
<b>GANANCIA OPERACIONAL</b>	<b>4.331.155,00</b>
Gastos bancarios	750.000,00
intereses bancarios	150.000,00
<b>Total Otros Gastos</b>	<b>900.000,00</b>
<b>GANANCIA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>3.431.155,00</b>
Provision impuestos renta	1.128.000,00
<b>GANANCIA NETA</b>	<b>2.303.155,00</b>

<p>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior</p>	<b>FORMATO ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS CUNBRE</b>	CÓDIGO: EMP-FO10
		VERSIÓN: 00
		PÁGINA: 35 de 36

### **Conclusiones**

El Producto resulta innovador pues no hay soluciones actuales del mercado que brinden o suplan este tipo de necesidades en hogares, dependiendo del costo del producto podría tener una muy buena acogida en el mercado. Debe buscarse una alternativa para implementar estos muros en apartamento terminado y no solo en construcciones nuevas para poder ampliar el mercado.

### **Bibliografía**

Garcia, Emmanuel (14/04/2008) Los Recursos Humanos.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (13-02-2018) Censo de Edificaciones – CEED

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (20-02-2017) tendencias

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (05-01-2018) Estadísticas Población.

### **Cibergrafía**

[https://www.bancoldex.com/simuladores/simulador\\_credito.aspx](https://www.bancoldex.com/simuladores/simulador_credito.aspx)

<b>CONTROL DE CAMBIOS</b>		
<b>FECHA</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO</b>