

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



NF CONSTRUARTE

Trabajo de Grado

David Franco Cepeda

Bogota D.C

2020

UNIVERSIDAD DEL ROSARIO



NF CONSTRUARTE

Trabajo de Grado

David Franco Cepeda

Centro de Emprendimiento UR Emprende

Administración de Negocios Internacionales

Bogota D.C

2020

Tabla de contenido

1. ONE PAGER	11
1.1.1 Emprendimiento	13
1.1.2 Problema.....	14
1.1.3 Tamaño del mercado	15
1.1.3.1 La oferta.....	15
1.1.3.2 Datos del mercado de Caicedonia	16
1.1.3.3 Datos del mercado de Sevilla	17
1.1.4 Mecanismos de distribución.....	19
1.1.5 Validación del prototipo.....	19
1.1.6 Monetización	19
1.2 Sector y actividad económica del emprendimiento	20
2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO	21
2.1 Objetivo general	21
2.2 Objetivos específicos.....	21
3. ALINEACIÓN DE INTERESES PROPIOS O DEL EQUIPO EMPRENDEDOR CON PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO	22
4. MODELO DE NEGOCIO AMPLIADO	23
4.1. Mi meta	23

4.2. DESCRIPCIÓN DE MODELO DE NEGOCIO	23
4.2.1 Nuestros valores:	25
4.2.2 Servicios	26
4.2.3 Nuestra misión:	26
4.2.4 Nuestra visión:	27
4.3. Retos.....	27
4.4. Estrategias en el mediano plazo	28
4.5. Métricas por áreas	29
4.6. Proyectos clave.....	30
4.6.1 Condominio Paraíso Campestre	30
4.6.2 Condominio Bora Campestre	31
5. FINANZAS.....	33
5.1. Modelo financiero	33
5.1.1 Costos de programa de mercadeo	37
5.1.2 Resultados de aplicación de estrategias de mercadeo proyecto Bora.....	37
5.1.3 Resultados de aplicación de estrategias de mercadeo proyecto Paraiso Campestre.....	39
5.1.4 Conclusiones aplicación de estrategias de mercadeo	39
5.1.5 Efectividad de ventas.....	41
5.2. Ventaja competitiva.....	42
5.3. Indicadores en escenario normal	42

5.4. Proyección financiera de crecimiento	43
5.5. Fuentes de financiación	43
6. ASPECTOS LEGALES.....	44
6.1. Estructuras de desglose de trabajo: Necesidades/planeación.....	45
6.2. Estructuras de desglose de trabajo: Riesgos.....	45
6.3. Diagrama de Gantt	46
6.4. Registro o carta de compromiso.....	47
7. ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIA SALES 4.0	49
7.1. Construcción del mapa de experiencia del cliente	49
7.2. Estrategia de consolidación de mercado	50
7.3. Descripción de funnel.....	53
7.4. Modelo y pasos de tracción comercial	53
8. ESTRATEGIA DE MERCADEO Y COMUNICACIÓN.....	54
8.1. Propuesta de valor en prosa/manifiesto.....	56
8.2. Brief de marca	57
8.3. Mensajes claves.....	58
8.4. Plan de mercadeo	59
8.5. KPI de seguimiento comercial	64
9. BENEFICIOS PARA LA COMUNIDAD.....	64
9.1. Desarrollo humano	64

9.2. Desarrollo económico	65
9.3. Desarrollo colectivo	65
10. BIBLIOGRAFÍA	67

Índice de tablas

Table 1 Descripción del emprendimiento	12
Table 2 Objetivos estrategias de mercadeo.....	54

Índice de figuras

Figura 1. Logo NF Construarte.....	12
Figura 2. Poblacion degradada por sexo Caicedonia	17
Figura 3. Piramide Poblacional Caicedonia.....	17
Figura 4. Poblacion degradada por sexo Sevilla	18
Figura 5. Piramide Poblacional Sevilla	18
Figura 6. Logo condominio Paraiso Campestre.....	30
Figura 7. Logo condominio Bora Campestre	31
Figura 8. Registro camara de comercio	48
Figura 9. Mapa de empatia.....	52
Figura 10. Estrategia marketing digital.....	61
Figura 11. Estrategia brochure.....	62
Figura 12. Estrategia capacitacion de ventas	63

Índice de gráficos

Grafico 1. Estado de resultados nf construarte..	34
Grafico 2 Estado de situación financiera	35
Grafico 3.costo de programa de mercadeo	37
Grafico 4. Metricas Ratio Bora	37
Grafico 5.Metricas ROI Bora	38
Grafico 6. Metricas Ratio Paraiso Campestre	39
Grafico 7.Metricas ROI Paraiso Campestre	39
Grafico 8.Cuadro total de ventas totals de nf construarte Bora y Paraiso Campestre	40
Grafico 9.Grafico de dispersión ventas ventas totals de nf construarte Bora y Paraiso Campestre	40
Grafico 10.efectividad de ventas promedio mensual mes mayo	41
Grafico 11.ETD Planeación	45
Grafico 12.ETD Riesgo	46
Grafico 13. Diagram de Gantt	47
Grafico 14.Journey map	49
Grafico 15. Funnel Comercial	53

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo explicar el proyecto de emprendimiento llamado NF Construarte y como esta empresa busca aumentar las ventas por medio de diferentes estrategias de mercadeo las cuales influyan directamente en las ventas y en el reconocimiento de la marca en el mercado. Dentro de estas estrategias buscamos dar relevancia a los valores, las características propias de la empresa y de los proyectos exponiendo su innovación, sus diseños y su calidad.

Palabras Claves

Constructora, Innovación, Marketing, Diseños arquitectónicos

Abstract

The present work aims to explain the entrepreneurship project called NF Construarte and how this company seeks to increase sales through different marketing strategies which directly influence sales and brand recognition in the market. Within these strategies we seek to give relevance to the values, the characteristics of the company and the projects exposing its innovation, its designs and its quality.

Key Words

Construction, Innovation, Marketing, Architectural Design

1. ONE PAGER



Figura 1. Logo NF Construarte

Fuente: Creación propia

Table 1 Descripción del emprendimiento

Categoría	Descripción
Nombre del emprendimiento	NF Construarte
URL	https://nfconstruarte.co/
Industria	Construcción
Información financiera	Actualmente tienen más de 8.000.000.000 millones de pesos en activos
KPI	Tiene más de 1.300.000.000 millones de pesos en flujo de efectivo
	Tasa de rotación de inventario del 1%

Se presentan los elementos claves del emprendimiento.

Fuente: Creación propia

1.1.1 Emprendimiento

Somos una empresa confiable que diseña y construye proyectos arquitectónicos y de ingeniería de alta calidad. NF Construarte S.A.S es una empresa 100% Caicedonita ubicada en el Nororiente del departamento del Valle del Cauca, fundada en el año 2016, nos enfocamos en la búsqueda de encontrar las mejores ubicaciones para construir proyectos, cumpliendo con todos los estándares necesarios para la correcta ejecución teniendo en cuenta el desarrollo sostenible, la innovación y la protección ambiental, esto nos permite cumplir con las expectativas de nuestros clientes, proporcionándoles valores de compromiso, honestidad, cumplimiento y responsabilidad social.

Nuestro proyecto va dirigido a dos segmentos:

El primer segmento son personas que están buscando construcciones las cuales pueden ver como una inversión, sus edades oscilan entre los 35 y 55 años. En los proyectos de NF Construarte buscan que sus viviendas se encuentren en estrato alto, que sean tranquilos y seguros.

El segundo segmento son personas las cuales buscan inmuebles donde puedan vivir y sea su segundo hogar de descanso, la mayoría de los clientes buscan que sus viviendas sean casas y sus edades oscilan de los 55 años en adelante.

1.1.2 Problema

La adquisición de vivienda propia es una decisión importante en la vida de las personas, las propiedades como casas y apartamentos, suelen revalorizarse con el paso del tiempo y a su vez, evidencian un crecimiento en el aumento del patrimonio trayendo, mayor solidez financiera e inversión con renta fija gracias a este tipo de adquisiciones.

Esto produce beneficios para una persona o una familia ya que brindan confiabilidad y bienestar, de esta manera hacer parte de un proyecto de vivienda es uno de los mayores logros para muchos ya que esto es una meta tanto a nivel personal como personal como financiera.

Cuando una persona accede a una vivienda propia y esta no se ve reflejada en un arriendo esto genera una estabilidad para la misma lo que se entiende como una forma de generar calidad de vida ya que la vivienda es el activo más importante de una familia o una forma de inversión para una persona.

Esta necesidad de tener una vivienda nueva y moderna propia en el municipio de Caicedonia y sus alrededores no se encontraba, ya que en el municipio los inmuebles en su mayoría eran edificación vieja y los pocos proyectos nuevos eran de vivienda de interés social o predios modificados por su dueño. Al encontrar esta necesidad la empresa NF Construarte descubrió el potencial que existía al poder generar proyectos de calidad, alta innovación, diseño, sostenibilidad y comodidad en el municipio y en la región Nor-oriental y sus alrededores lo que

vio como una posibilidad de poder generar proyectos donde traigamos la comodidad de la ciudad en la tranquilidad de los municipios de la región.

1.1.3 Tamaño del mercado

La Cámara Colombiana de la Construcción (Camacol), regional Valle del Cauca el mercado está compuesto en 62 por ciento es de estratos medio y alto (no VIS), mientras que el resto es vivienda social (VIS). Sobre la dinámica por zonas, el gremio entregó los siguientes datos: El sur sigue con la mayor participación del total de proyectos con un 58 por ciento, la zona oeste con el 22 por ciento, la norte con 18 por ciento y oriente con un 2 por ciento. (Construcción, 2019)

1.1.3.1 La oferta

En el sur, la oferta de vivienda está compuesta por 73 proyectos y 2.536 unidades, lo que representa el 61 por ciento del total. Según Camacol, se concentró en el estrato 4. Por su parte, la zona oeste sumó 789 casas y apartamentos para la venta, es decir, el 19 por ciento de la oferta disponible en la ciudad, que, además, es, en su mayoría, de estrato 6, aunque también hay estrato 3. En el norte, había 22 proyectos y 759 viviendas, especialmente de estrato 5. Según el informe de la regional, también hay inventario de estrato 3, seguido del 6 y algo de 4. En el oriente de

Cali solo había dos proyectos de estrato 2. En cuanto a ventas, Camacol reveló que crecieron 36 por ciento en el norte, 3 por ciento en oriente y 2 por ciento en el sur.

En el departamento del Valle del Cauca se están construyendo 2.612 proyectos de construcción de edificios residenciales y 906 de edificios no residenciales. (Construcción, 2019)

En el municipio de Caicedonia existen 6 proyectos y en Sevilla 1 proyecto de construcción, se encuentra que Cali y Palmira son las ciudades con más construcción. (DANE, 2018)

1.1.3.2 Datos del mercado de Caicedonia

También conocida como la Centinela del Valle Se ubica al Oriente del departamento y hace parte de los municipios del Paisaje Cultural Cafetero, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 2011.

Su temperatura promedio es de 23° Centígrados, perfecto para tomar un café en el parque principal o simplemente para tomar un descanso en alguna de sus casas cómodas y antiguas. Este municipio cuenta con tres parroquias católicas: Nuestra Señora del Carmen, San Judas Tadeo, Santísima Trinidad y el Santuario Santa María Madre de Dios localizado en la vereda de Montegrande. el jardín de Maria – Turismo Religioso, parques recreacionales, club de pesca y su gastronomía que se basa en sancocho de gallina. (Colombia.travel, s.f)

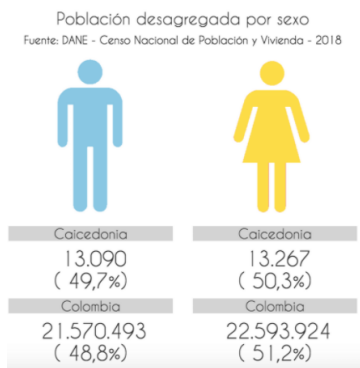


Figura 2. Poblacion degradada por sexo Caicedonia Fuente; Tomado de (TerriData, 2018)

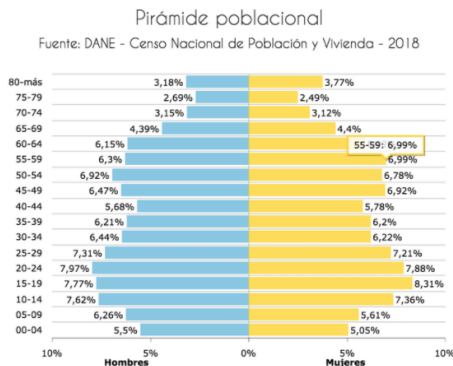


Figura 3. Piramide Poblacional Caicedonia Fuente; Tomado de (TerriData, 2018)

1.1.3.3 Datos del mercado de Sevilla

Localizado en el norte del departamento, aproximadamente a 2 h 30 min (145,8 km) desde Cali. Población: 45,142 habitantes aproximadamente. Se le conoce también como "Capital

Cafetera de Colombia", "Balcón del Valle del Cauca", "Mirador del Valle y del Quindío." La Santa Sede, por decreto de junio 18 de 2015, honró con el título y privilegio de Basílica Menor la Iglesia Parroquial de San Luis Gonzaga.

La solemne Proclamación y Dedicación tuvo lugar el 19 de noviembre de 2015. Se celebran las Fiestas Aniversarias y el Reinado del Café en el mes de mayo; el Festival Bandola en la segunda semana de agosto; el Concurso Nacional de la Canción Inédita del Café, en el mes de abril o Mayo "El Festival Rock al 100"; el "Festival del Campo" y "Sevijazz" en noviembre; entre otros. (Colombia.travel, s.f)

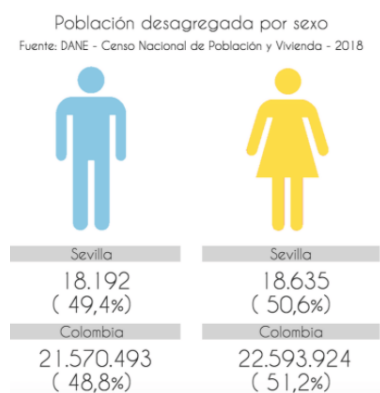


Figura 4. Poblacion degradada por sexo Sevilla Fuente; Tomado de (TerriData, 2018)

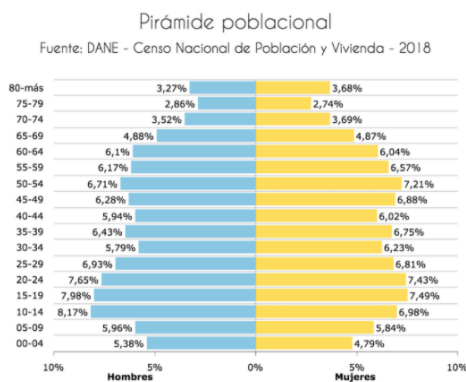


Figura 5. Piramide Poblacional Sevilla Fuente; Tomado de (TerriData, 2018)

1.1.4 Mecanismos de distribución

NF Construarte es una empresa de construcción que se dirige a su consumidor por medio de la sala de ventas ubicada en el municipio de Caicedonia adicionalmente por medio de stands en centros comerciales, ferias inmobiliarias, redes sociales (Instagram, Facebook y Whatsapp) y página web con esto buscamos poder generar una cercanía con nuestro cliente y que conozca nuestros diferentes proyectos .

1.1.5 Validación del prototipo

En nuestra página web se podrá evidenciar los diferentes proyectos que se están vendiendo y construyendo adicionalmente nuestro equipo de trabajo, numero de contacto, redes sociales y ubicación. <https://nfconstruarte.co/>

1.1.6 Monetización

NF Construarte al ser una empresa de construcción sus ingresos dependen 100% de la venta de inmuebles el proceso de monetización comienza cuando la empresa negocia el valor de un lote y lo transforma para poder volverlo un proyecto inmobiliario, NF Construarte por medio de su equipo plantean y desarrollan desde el diseño, los permisos y la ejecución del mismo.

Con la venta de estos inmuebles por medio de las promesas de compra la empresa va pagando los insumos necesarios para poder desarrollar cada proyecto, la utilidad se ve reflejada al momento de entregar la escritura al dueño, los valores de todos los gastos operacionales se incluyen en el total de la cuota inicial.

1.2 Sector y actividad económica del emprendimiento

El sector en el cual se encuentra ubicado la empresa NF Construarte S.A.S es en

- ACTIVIDAD PRINCIPAL : F4290 - CONSTRUCCIÓN DE OTRAS OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL
- ACTIVIDAD SECUNDARIA : M7110 - ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERÍA Y OTRAS ACTIVIDADES CONEXAS DE CONSULTORÍA TÉCNICA

- OTRAS ACTIVIDADES : F4329 - OTRAS INSTALACIONES ESPECIALIZADAS
- OTRAS ACTIVIDADES : F4330 - TERMINACIÓN Y ACABADO DE EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL

2. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICO

2.1 Objetivo general

Creación de nuevos canales de venta y comunicación con clientes en la empresa NF
Construarte que oriente su proceso hacia la expansión de la marca.

2.2 Objetivos específicos

- Crear estrategias para mejorar el marketing en la empresa NF construarte en la página web y brochure y así generar una marca reconocida en el mercado regional.
- Generar una mayor visualización de la marca en medios digitales.
- Crear una identidad corporativa y una cultura de ventas.

3. ALINEACIÓN DE INTERESES PROPIOS O DEL EQUIPO EMPRENDEDOR CON PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

Para mí el poder generar un valor agregado a un emprendimiento familiar como lo es NF Construarte al conseguir expandir la marca, darle reconocimiento en el mercado y mostrar por qué nuestra empresa representa esos valores que nos identifican como familia me genera una gran satisfacción y orgullo.

El desarrollar un intra emprendimiento en el área de mercadeo y poder direccionar a la marca como una empresa líder en el mercado es un sueño persona cumplido, a futuro espero generar las bases para que NF Construarte logre ese objetivo de posicionarse regionalmente como una empresa líder gracias a sus diseños, calidad, innovación, sostenibilidad y responsabilidad.

4. MODELO DE NEGOCIO AMPLIADO

4.1. Mi meta

Ejecutar un plan de mercadeo para la empresa NF Construarte con el fin de generar un reconocimiento de la marca en el mercado regional dándonos a conocer por diferentes medios digitales y presenciales con el objeto de aumentar las ventas en todos los proyectos y mejorar el indicador de rotación de inventario para poder generar una mayor rentabilidad en el negocio.

Buscamos ser una empresa líder a nivel nacional, llegando a todos los sectores de la región, con los mejores tiempos y parámetros del mercado, comprometidos con la calidad e inmerso en un proceso de mejora continua.

4.2. DESCRIPCIÓN DE MODELO DE NEGOCIO

Somos una empresa confiable que diseña y construye proyectos arquitectónicos y de ingeniería de alta calidad. NF Construarte S.A.S es una empresa 100% Caicedonita ubicada en el Nor-orienté del departamento del Valle del Cauca, nos enfocamos en brindarle a los clientes un servicio integral, donde además de recibir lo mejor en diseño y construcción; pueda tener la plena certeza de que en nosotros encontrará la mejor opción en gerencia de proyectos.

Los cuales son manejados mediante el mayor compromiso y seriedad, con una misión constante de brindar siempre las mejores herramientas. Nosotros te daremos la tranquilidad que buscan los clientes por medio del profesionalismo que necesitan para hacer de su inversión una gran realidad y un logro sin precedentes.

NF Construarte siempre se ha caracterizado por trabajar de la mano con su recurso humano, convirtiéndolo en uno de nuestros principales valores. Procesos estandarizados con el más alto nivel de calidad le generan a nuestros clientes la confianza que todos buscan a la hora de iniciar un proyecto. Cuenta con un compromiso constante con el medio ambiente, por esto en cada uno de sus proyectos minimiza el impacto buscando fuentes de energías sustentables y renovables.

- ***Construcción Sostenible***

En cada uno de nuestros proyectos buscamos la forma de minimizar el impacto buscando fuentes de energías sustentables y renovables

- ***Compromiso y Seriedad***

Trabajamos con compromiso generando el cumplimiento de nuestros objetivos laborales, legales y sociales

- ***Servicios Integrales***

Ofrecemos servicios integrales completos brindando lo mejor en diseño, construcción y gerencia de proyectos

- ***Profesionales Certificados***

Somos profesionales en cada una de nuestras áreas de trabajo, confía tu próxima inversión en un personal experto

4.2.1 Nuestros valores:

- El compromiso y la responsabilidad con los clientes y los proyectos son valores clave para nosotros. Es de suma importancia una atención adecuada, que de obtención a un buen resultado.

- Un trabajo transparente basado en la honradez a nivel personal y profesional, desarrollada internamente y en la relación con los clientes.

- Buen ambiente laboral, implementada por políticas de respeto y tolerancia, el trabajo en equipo es nuestro mayor activo, ya que es el motor que mueve nuestra empresa.

4.2.2 Servicios

- Ingeniería civil
- Obras de urbanismo
- Arquitectura
- Interventorías
- Construcción
- Consultorías
- Diseño
- Vías
- Administración y gerencia de proyectos.

4.2.3 Nuestra Misión:

Construimos tus sueños

Le damos cimientos a tus ideas, levantamos tus anhelos y estructuramos lo que a partir de ahora será tu más grande logro convertimos tus sueños en una realidad .

Actualmente somos la empresa líder de la región Nor-oriental del Valle del Cauca en todo lo relacionado con el diseño, construcción y gerencia de proyectos; rótulo que hemos ido construyendo poco a poco, con responsabilidad, compromiso y principalmente; con el cumplimiento de nuestros objetivos laborales, legales y sociales.

4.2.4 Nuestra Visión:

Es establecernos como una empresa líder a nivel nacional, llegando a todos los sectores del país, con los mejores tiempos y parámetros del mercado, comprometidos con la calidad e inmersos en un proceso de mejora continua. NF Construarte siempre buscará darle a nuestro cliente un servicio integral, donde además de recibir lo mejor en diseño y construcción; pueda tener la plena certeza de que en nosotros encontrará la mejor opción en gerencia de proyectos, los cuales son manejados con el mayor compromiso y seriedad.

4.3. Retos

El principal reto para la empresa NF Construarte es lograr mayores ventas en un periodo de tiempo más corto ya que al ser una empresa de construcción esta depende completamente de la venta de sus inmuebles, sus utilidades se ven afectadas cuanto más tiempo se demore en rotar el inventario ya que entre la venta del inmueble y la ejecución de la obra hasta la entrega de la escritura aumentaron todos los gastos.

La empresa al ser nueva en este mercado efectúa las obras por medio del capital pagado de las promesas de compra y el dinero de los inversionistas entre más se demore en llegar al punto de equilibrio más dinero tendrá que pagar la constructora por todos los gastos operacionales, es por esto que la rotación de inventarios, generar mayores ventas y tener un reconocimiento de la marca son los principales retos para la empresa.

Así que los principales retos para afrontar en la empresa son que actualmente la empresa tiene poca visualización en el mercado regional lo que hace que pierda posibles compradores adicionalmente presenta una desactualización de la información de los proyectos en la página web y en el brochure lo que ocasiona confusión, no manejo de redes sociales y la falta de una cultura corporativa desarrollada

4.4. Estrategias en el mediano plazo

Se van a generar tres estrategias puntuales para poder cubrir estos retos:

Marketing digital

La estrategia se basa en el desarrollo de una campaña para la remodelación de la página web, mejorar las redes sociales mediante información nueva de los proyectos y las dinámicas comerciales, generar videos institucionales y de los diferentes proyectos.

Creación de un brochure para bancos y inmobiliarias

Diseño de un catálogo de acuerdo a las tendencias del mercado novedoso e innovador mostrando los diferentes proyectos realizados que tiene la empresa y así mismo su modelo de negocio basado en la calidad y la satisfacción del cliente

Programa de capacitaciones de ventas y identidad corporativa

Generar un programa de capacitación de ventas para el personal con actividades donde se logre entender el consumidor, conocer las diferentes clases de clientes y poder cerrar más ventas el fin es aumentar el indicador de rotación de inventario. Adicionalmente generar un programa de identidad corporativa donde la empresa junto con sus colaboradores desarrollen actividades en pro a la marca.

4.5. Métricas por áreas

Operaciones: Duración del proceso comercial y Costos operacionales / ventas

Mercados: Ventas por segmento y CSAT

Financiero: Porcentaje de utilidad / ingreso, WACC y Fuentes de ingreso

Recursos: Porcentaje de rotación de empleados, Tiempo promedio por unidad de vivienda construida y Tiempo promedio por unidad de vivienda hasta entrega de escritura

4.6. Proyectos clave

4.6.1 Condominio Paraíso Campestre



Figura 6. Logo condominio Paraiso Campestre

Fuente: Elaboración propia

55 casas y además un edificio de 5 pisos con ascensor, 20 aptos desde 89.63 mts² hasta 148.21 mts² (pent house)

55 casas campestres rodeadas de naturaleza, en una ubicación estratégica para quienes desean estar en un ambiente de quietud y tranquilidad pero con la facilidad de desplazarse en menos de un minuto a la zona urbana.

- zonas verdes
- piscina

- portería
- club house
- mall comercial
- parqueadero
- visitantes
- senderos ecológicos
- juegos infantiles
- vigilancia privada

4.6.2 Condominio Bora Campestre



Figura 7. Logo condominio Bora Campestre

Fuente: Elaboración propia

Ubicado en Caicedonia Valle; en la Urbanización la hacienda

Un gran proyecto que consta de:

- 3 Locales comerciales en el primer piso
- 14 apartamentos en los Pisos 2, 3, y 4
- Apartamentos de 67 mts², tres alcobas un baño, cocina, zona de ropa, y un gran balcón.
- En el 5 piso, 4 penthouse de 130 mts², de dos alcobas y un baño; cocina, zona social y zona de ropa , en la primera planta; una alcoba principal con baño privado, sala de estar o de TV; más una amplia zona de terraza en la segunda planta

52 apartamentos con parqueadero privado

- 8 parqueaderos visitantes
- Portería con espacio para seguridad privada
- Espacio para lavandería Piscina
- Posibilidad de domótica
- Paneles Solares
- Espacio para gimnasio Club
- Espacio para cinema
- coworking space
- Zona de mascotas Zonas verdes
- Mall comercial con 11 locales y plazoletas

5. FINANZAS

5.1. Modelo financiero

La empresa empezó su operación a principios del 2016 al iniciar la obra de Torres del Surco la cual se finalizó en el 2019 esto significa que sus primeras ventas reales con escritura por parte de la constructora fueron en dicho año lo que se refleja en el estado de resultados. Cabe aclarar que el estado el cual se presenta esta análisis es del 01 de enero al 31 de diciembre de 2019 lo que evidencia las ventas efectuadas de este año, lo que representa el 30% de las escrituras de la constructora.

Para poder entender el mercado de la construcción es importante tener en cuenta que estas empresas se pueden financiar de diferentes formas. En el caso de NF Construarte la forma en la cual esta se financia es por medio de las ventas realizadas del proyecto, con las cuales se construyeron los inmuebles, por medio de promesas de compra por parte de los consumidores durante el 2016 lo que se ven reflejadas hasta el 2019.

El dinero que se recibe de la venta inicial en planos de los proyectos es con el cual se construyen los inmuebles y hasta el momento de la venta por medio de la escritura se ve reflejada en una utilidad para la empresa, estas primeras utilidades se presentan hasta el 2019.

ESTADO DE RESULTADOS				
Del 01 de enero al 31 de diciembre de 2019				
Con Cifras Comparativas a 31 de diciembre de 2018				
Cifras en Pesos Colombianos				
		Notas	dic 2019	dic 2018
VENTAS BRUTAS			2.284.979.909	15.000.000
Terminación de Edificaciones	8		2.284.979.909	0
Arrendamientos			0	15.000.000
VENTAS NETAS			2.284.979.909	15.000.000
COSTO DE VENTAS			1.873.243.953	10.500.000
Terminación de Edificaciones			1.873.243.953	10.500.000
UTILIDAD BRUTA			411.735.956	4.500.000
GASTOS DE ADMINISTRACION	9		276.977.253	4.338.000
Gastos de Personal			80.682.587	0
Honorarios			42.978.172	2.613.000
Impuestos			11.588.435	
Arrendamientos			6.949.328	
Seguros			822.228	
Servicios			101.720.856	1.725.000
Gastos Legales			16.378.279	
Mantenimiento			365.000	
Depreciaciones			585.143	
Amortizaciones			97.183	
Diversos			14.810.042	
UTILIDAD OPERACIONAL			134.758.703	162.000
FINANCIEROS				
Ingresos			2.480.962	0
Gastos			114.999.238	1.086.000
NO OPERACIONALES				
Ingresos no Operacionales	10		5.794.234	0
Gastos no Operacionales			5.208.161	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			22.826.501	-924.000
Provisión Impuesto de Renta			7.532.745	0
UTILIDAD LIQUIDA			15.293.756	-924.000
Reserva Legal			1.529.376	0
UTILIDAD NETA			13.764.380	-924.000

Grafico 1. Estado de resultados nf construarate..

Fuente: Creación propia.

Teniendo en cuenta la información anterior y el estado de resultados de la empresa podemos determinar que la empresa a generado una utilidad de \$13.764.380 solo con el 30% de sus ventas brutas por medio de la venta de los inmuebles al entregar las escrituras y cumpliendo con todos sus gastos administrativos durante todo el año. A diferencia del año anterior en el 2019 se efectuaron ventas reales por parte de la empresa, esta utilidad neta aumentará conforme se entreguen el 70% de las escrituras faltantes las cuales se están ejecutando desde el 1 de enero lo que representará un aumento sustancial para la empresa.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA				
A 31 de diciembre de 2019				
Con Cifras Comparativas a 31 de diciembre de 2018				
Cifras en Pesos Colombianos				
	Notas	dic 2019	dic 2018	
ACTIVO				
ACTIVO CORRIENTE		8.211.752.181	2.299.885.000	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	1	318.473.987	33.215.000	
Inversiones		0	132.000.000	
Cuentas por Cobrar a Accionistas		342.353.441	320.140.301	
Clientes		450.428.424	525.529.699	
Anticipos y Avances		404.361.328	0	
Anticipo Impuestos	2	18.759.839	0	
Cuentas por Cobrar a Trabajadores		277.599	0	
Inventario de Productos en Proceso	3	1.166.728.757	1.289.000.000	
Inventario de Productos Terminados		5.506.668.781	0	
Gastos Pagados por Anticipado		3.700.024	0	
ACTIVO NO CORRIENTE		9.722.044	32.480.000	
Maquinaria y Equipo		4.150.000	32.480.000	
Equipo de Oficina		1.680.030		
Equipo Cómputo y Comunicación		3.408.140		
(-)Depreciación Acumulada		-585.143	0	
Intangibles		1.166.200		
(-)Amortización Acumulada		-97.183	0	
TOTAL ACTIVOS		8.221.474.225	2.332.365.000	
PASIVO				
PASIVO CORRIENTE		804.439.462	0	
Otras Obligaciones		708.000.000		
Proveedores		50.984.046		
Costos por Pagar		8.675.853		
Retención en la Fuente por Pagar		14.487.067		
Retenciones por Nómina		1.745.000	0	
Acreedores Varios		1.888.100		
Impuesto de Renta por Pagar	6	7.532.745	0	
Obligaciones Laborales		11.126.651	0	
PASIVO LARGO PLAZO		7.332.665.007	2.261.463.000	
Otras Obligaciones		708.000.000		
Deudas con Accionistas		807.723.352		
Anticipos Recibidos		5.816.941.655	2.261.463.000	
TOTAL PASIVO		8.137.104.469	2.261.463.000	
PATRIMONIO				
PATRIMONIO		84.369.756	70.902.000	
Capital Suscrito y Pagado		70.000.000	70.000.000	
Reserva Legal		1.529.376	0	
Resultados de Ejercicios Anteriores		-924.000	1.826.000	
Resultados del Presente Ejercicio	7	13.764.380	-924.000	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		8.221.474.225	2.332.365.000	

Grafico 2 Estado de situación financiera

Fuente: Creación propia.

Teniendo en cuenta estado de situación financiera observamos un crecimiento en su activo corriente, de \$2.299.885.000 a \$8.211.752.181 este se ve reflejado en el empeño de la empresa para poder finalizar Torres del Surco y así poder continuar con sus próximos proyectos como lo son Paraíso Campestre y Bora este activo se afectos positivamente por la venta por medio de promesas de compra efectuados en dichos proyectos.

Los pasivos que tiene la empresa de \$804.439.462 se reflejan mayormente en la cuenta de otras obligaciones, las cuales son terceros que aportaron capital al momento inicial de la construcción. El pasivo a largo plazo de \$7.332.665.007 que se ve afectado en su mayor parte por la cuenta anticipos recibidos hace referencia a los inmuebles que se han pagado de los diferentes proyectos y que todavía no se ha efectuado la venta formal o la escritura.

Podemos concluir que NF Construarte es una empresa sólida que genera una utilidad real de sus proyectos, se encuentra en un proceso de expansión y es por esto que re invierte su capital en otros proyectos. Esta empresa se financia por medio de la venta de apartamentos sobre planos que generan utilidad solo al momento de la entrega de la escritura, adicional nos damos cuenta que presenta una deuda con terceros y sus accionistas la cual está cubriendo

Finalmente, nos damos cuenta que la empresa como en todo el sector de la construcción tiene una tasa de rotación de inventario baja lo que significa que su utilidad se ve reflejada al finalizar el proyecto y ejecutar la escritura.

Al aplicar las diferentes estrategias planteadas anteriormente con el fin de mejorar los indicadores de rotación de inventario y efectividad de ventas se evidencio como estos programas beneficiaron a la empresa.

5.1.1 Costos de programa de mercadeo

marketing digital	\$ 6.000.000
guion digital	\$ 2.500.000
videos	\$ 2.000.000
identidad corporativa	\$ 1.500.000
brochure	\$ 1.500.000
cultura de ventas	\$ 3.000.000
programa de ventas	\$ 3.000.000
total	\$ 10.500.000

Grafico 3. costo de programa de mercadeo

Fuente: Creación propia.

5.1.2 Resultados de aplicación de estrategias de mercadeo proyecto Bora

Fecha implementación estrategia	1/01/18	
Total de apartamentos	18	
Ventas desde el inicio hasta antes de implementar estrategia	11	apartamentos
Semanas desde apertura de ventas hasta antes de implementar estrategia	70	semanas
Ratio de ventas semanal	0,16	apartamentos por semana
Porcentaje de ventas alcanzado previo estrategia	61%	
Ventas completadas desde implementación estrategia 15/04/2020	3	apartamentos
Semanas desde implementación estrategia	6	semanas
Ratio de ventas semanal	0,5	apartamentos por semana
Porcentaje de ventas alcanzado total	78%	
Porcentaje alcanzado durante el periodo de estrategia	17%	

Grafico 4. Metricas Ratio Bora

Fuente: Creación propia.

Ventas Totales generadas	\$ 482.400.000
Costos totales de las ventas	\$ 241.200.000
Beneficio neto	\$ 241.200.000
Valor inversion de estrategia	\$ 10.500.000
ROI	2197%

Grafico 5.Metricas ROI Bora

Fuente: Creación propia.

Se evidencio en el (grafico 4) que durante seis semanas de ejecución de las estrategias se lograron vender tres apartamentos lo que implicó subir el ratio de ventas semanal y generar en un periodo corto la venta del 17% del proyecto .

Al analizar el roi en el (grafico 5) del ejercicio nos damos cuenta que es muy alto debido a el valor de los bienes en comparación con el de las estrategias pero aun asi es altamente efectivo.

5.1.3 Resultados de aplicación de estrategias de mercadeo proyecto Paraiso Campestre

Fecha implementación estrategia	1/07/17	
Total de apartamentos	55	
Ventas desde el inicio hasta antes de implementar estrategia	43	casas
Semanas desde apertura de ventas hasta antes de implementar estrategia	147	semanas
Ratio de ventas semanal	0,29	casas por semana
Porcentaje de ventas alcanzado previo estrategia	78%	
Ventas completadas desde implementación estrategia 15/04/2020	2	casas
Semanas desde implementación estrategia	6	semanas
Ratio de ventas semanal	0,333333333	casas por semana
Porcentaje de ventas alcanzado total	82%	
Porcentaje alcanzado durante el periodo de estrategia	4%	

Grafico 6. Metricas Ratio Paraiso Campestre

Fuente: Creación propia.

Ventas Totales generadas	\$ 506.876.000
Costos totales de las ventas	\$ 259.600.000
Beneficio neto	\$ 247.276.000
Valor inversión de estrategia	\$ 10.500.000
ROI	2255%

Grafico 7. Metricas ROI Paraiso Campestre

Fuente: Creación propia.

Se evidencio en el (grafico 5) que durante seis semanas de ejecución de las estrategias se lograron vender dos casas lo que implicó subir el ratio de ventas semanal y generar en un periodo corto la venta del 4% del proyecto.

5.1.4 Conclusiones aplicación de estrategias de mercadeo

2020	vendidos 2020	vendidos 2019	vendidos 2018	vendidos 2017
enero	3	1	4	
febrero	0	0	3	
marzo	0	0	3	
abril	0	0	6	
mayo	5	0	3	
junio		0	0	
julio		1	2	1
agosto		2	2	3
septiembre		5	0	8
octubre		0	0	2
noviembre		1	0	2
diciembre		0	0	2
promedio	1,6	0,833333333	1,916666667	3
meses sin vender	3	7	4	0

Grafico 8. Cuadro total de ventas totales de nf construarate Bora y Paraiso Campestre

Fuente: Creación propia.

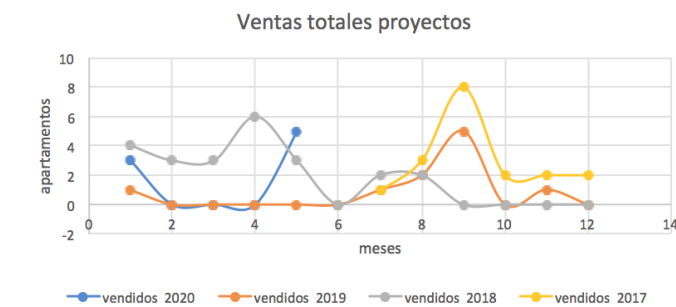


Grafico 9. Grafico de dispersión ventas ventas totales de nf construarate Bora y Paraiso Campestre

Fuente: Creación propia.

En conclusión nos damos cuenta al analizar la (grafica 7) de ventas totales de proyectos a través de los años que la empresa presenta períodos de tiempo en los cuales no venden ningún

bien solo el año pasado no se vendió en ninguno de los dos proyectos durante 7 meses, es por esto la importancia de generar un programa de mercadeo como este el cual incentive la compra.

Adicionalmente el promedio de compra de la empresa estaba en 1% mensual y se logró posicionar en un 1,6% esto representa mayores utilidades ya que con la venta de estos tres apartamentos en él el proyecto Bora se podría empezar más rápido el proceso de construcción

5.1.5 Efectividad de ventas

Antes de la estrategia	
# de visitas por mes	140
# de visitas efectivas en el mes	1
% Visitas efectivas	1%
Despues de la estrategia	
# de visitas por mes	240
# de visitas efectivas en el mes	5
% Visitas efectivas	2%

Grafico 10.efectividad de ventas promedio mensual mes mayo

Fuente: Creación propia.

En la tabla de efectividad de ventas se pasó de recibir 140 visitas por mes a 240 lo que representa un incremento de 71% además de aumentar el número de visitas efectivas de 1 por mes a 5, esta clase de incrementos beneficia el procesos ejecución de la empresa ya que

al llegar al punto de equilibrio más rápido se podrá ejecutar la obra y así mismo generar una utilidad más alta.

5.2. Ventaja competitiva

NF ConstruarTE es la única empresa de construcción presente en el municipio de Caicedonia que está generando esta clase proyectos arquitectónicos los cuales cuentan con las mejores ubicaciones, cumpliendo con todos los estándares necesarios para la correcta ejecución teniendo en cuenta el desarrollo sostenible, la innovación y la protección ambiental.

5.3. Indicadores en escenario normal

Previo a la aplicación de las estrategias de mercadeo la empresa tenía un promedio de rotación de 1% anual y este subió a 1,8%, adicionalmente las visitas a la constructora eran de 140 mensualmente y subieron a 240 con un incremento del 71% y se cerraron más negocios en un mes que lo conseguido en 7 meses lo que se puede concluir que el generar la visibilidad por medios digitales, actualizar la página web y crear una cultura de ventas maximizó la utilidad de la empresa.

Adicional a este proceso se logró conseguir un socio inmobiliario llamado M3C group el cual sera una aliado estratégico para seguir mejorando estos indicadores.

5.4. Proyección financiera de crecimiento

Se proyecta que en la empresa esta clase de estrategias impacten positivamente la utilidad ya que el retorno de capital será más rápido y así mismo se podrá reinvertir en nuevos proyectos, cabe aclarar que para hacer un análisis del crecimiento de la empresa los periodos de tiempo son muy largos y durante estos existen varias variables que puedan afectar los resultados.

5.5. Fuentes de financiación

NF Construarte al ser una empresa de construcción sus ingresos dependen 100% de la venta de inmuebles por medio de las promesas de compra, la empresa va pagando los insumos necesarios para poder desarrollar cada proyecto a medida que va ingresando el dinero, la utilidad se ve reflejada al momento de entregar la escritura al dueño los valores de todos los gastos operacionales se incluyen en el total de la cuota inicial

NF Constrarte al ser una empresa nueva no ha podido aplicar a un una fiducia por parte de los bancos o un crédito constructor pero si tiene inversionistas los cuales se les paga un interés para poder empezar cada proyecto.

6. ASPECTOS LEGALES

NF Construarate es una empresa líder en la región nor oriental del Valle y sur del Quindío por proporcionar proyectos de construcción basados en la calidad, sostenibilidad, innovación y diseño manifiesta su compromiso con la seguridad y salud en el trabajo, la conservación y protección del medio ambiente y con sus colabores directos como lo son los contratistas, subcontratistas y proveedores al brindar los recursos que permitan la implementación de de sistemas de identificación, valoración y control de riesgos, impulsando la prevención en la salud y impactos ambientales .

Garantizando en todo momento el cumplimiento de la legislación Colombiana y las diferentes normas y requisitos que se deben tener en cuenta para el desarrollo de nuestra actividad comercial siempre buscando mejorar los procesos que tiene la compañía comprometidos con nuestros trabajadores, proveedores y medio ambiente.

6.1. Estructuras de desglose de trabajo: Necesidades/planeación

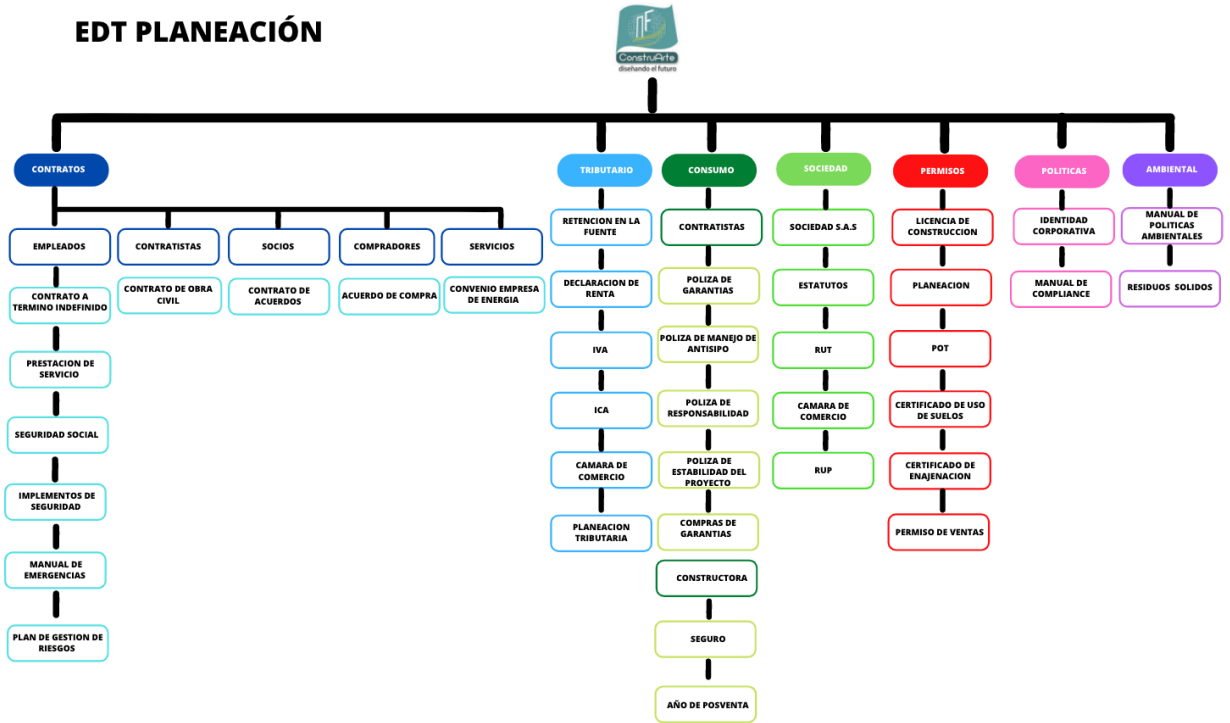


Grafico 11.ETD Planeación

Fuente: Creación propia.

Revisar anexo 1 para ver información puntual del EDT de planeación

6.2. Estructuras de desglose de trabajo: Riesgos

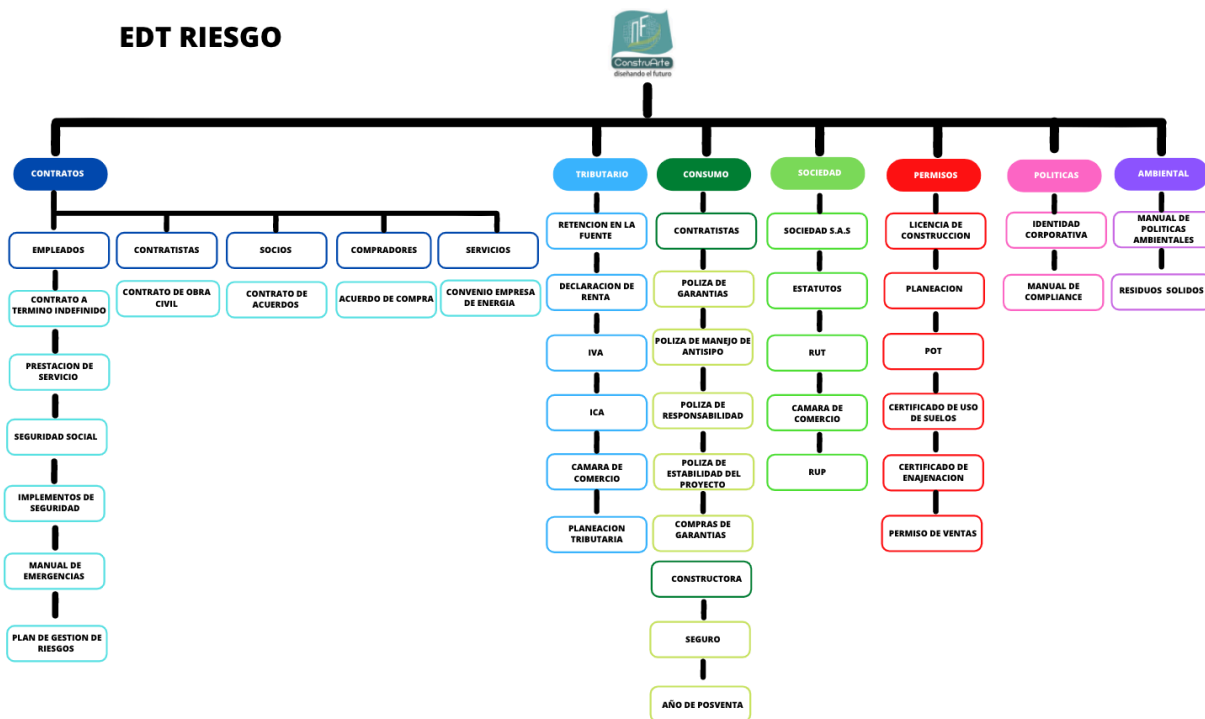


Grafico 12.ETD Riesgo

Fuente: Creación propia

Revisar anexo 2 para ver información puntual del EDT de riesgo

6.3. Diagrama de Gantt

Se muestra a continuación los procesos faltantes por parte de la empresa teniendo en cuenta que estas actividades van dirigidos a nuevos proyectos y las diferentes pólizas que se deben diligenciar cada año.

año	ene-20	feb-20	mar-20	abr-20	may-20	jun-20	jul-20	ago-20	sep-20	oct-20	nov-20	dic-20	ene-21	feb-21	mar-21	abr-21	may-21	jun-21	jul-21	ago-21	sep-21	oct-21	nov-21	dic-21
DECLARACION DE RENTA																								
RIA																								
ICA																								
CAMARA DE COMERCIO																								
IMPUESTOS DE SEGURIDAD																								
PLANIFICACION TRIBUTARIA																								
LICENCIA DE ENAGENACION BORA																								
LICENCIA DE CONSTRUCCION BORA																								
POLIZA DE RESPONSABILIDAD CIVIL BORA																								
POLIZA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BORA																								
POLIZA DE ESTABILIDAD DEL PROTECTOR BORA																								
LICENCIA DE ENAGENACION ETAPA 2 PARAISO CAMPESTRE																								
LICENCIA DE CONSTRUCCION ETAPA 2 PARAISO CAMPESTRE																								
POLIZA DE RESPONSABILIDAD CIVIL ETAPA 2 PARAISO CAMPESTRE																								
POLIZA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ETAPA 2 PARAISO CAMPESTRE																								
POLIZA DE ESTABILIDAD DEL PROTECTOR ETAPA 2 PARAISO CAMPESTRE																								

Grafico 13. Diagram de Gantt

Fuente: Creación propia.

6.4. Registro o carta de compromiso

CAMARA DE COMERCIO DE ARMENIA Y DEL QUINDIO
Nº CONSTRUARTE S.A.S
 Fecha expedición: 2020/04/16 - 14:42:17 **** Recibo No. 200416030 **** Num. Operación. 99-USLPLUBXX-2020/04/16-0047
 LA MATRÍCULA MERCANTIL PROPORCIONA SEGURIDAD Y CONFIANZA EN LOS NEGOCIOS
 RENUEVE SU MATRÍCULA A MÁS TARDAR EL 01 DE AJO DE 2021 EVITE SANCIONES DE HASTA 17 S.M.L.M.V
 CODIGO DE VERIFICACIÓN uEZB83y7Qd

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL O DE INSCRIPCIÓN DE DOCUMENTOS.
 Con fundamento en las matrículas e inscripciones del Registro Mercantil,

CERTIFICA

NOMBRE, SIGLA, IDENTIFICACIÓN Y DOMICILIO

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL: NF CONSTRUARTE S.A.S
ORGANIZACIÓN JURÍDICA: SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA
CATEGORÍA: PERSONA JURÍDICA PRINCIPAL
NIT: 900738431-9
ADMINISTRACIÓN DIANA: ARMENIA
DOMICILIO: ARMENIA

MATRÍCULA - INSCRIPCIÓN

MATRÍCULA NO: 223909
FECHA DE MATRÍCULA: MARZO 05 DE 2018
ÚLTIMO AÑO RENOVADO: 2019
FECHA DE RENOVACIÓN DE LA MATRÍCULA: MARZO 31 DE 2019
ACTIVO TOTAL: \$19.129.479.00
GRUPO NIIF: GRUPO III - MICROEMPRESAS

UBICACIÓN Y DATOS GENERALES

DIRECCIÓN DEL DOMICILIO PRINCIPAL: AV BOLIVAR 18 NORTE 14 16 AP 201
MUNICIPIO / DOMICILIO: 63001 - ARMENIA
TELÉFONO COMERCIAL 1: 3104278755
TELÉFONO COMERCIAL 2: NO REPORTE
TELÉFONO COMERCIAL 3: NO REPORTE
CORREO ELECTRÓNICO No. 1: nfconstruarte@gmail.com

DIRECCIÓN PARA NOTIFICACIÓN JUDICIAL: AV BOLIVAR 18 NORTE 14 16 AP 201
MUNICIPIO: 63001 - ARMENIA
TELÉFONO 1: 3104278755
CORREO ELECTRÓNICO: nfconstruarte@gmail.com

NOTIFICACIONES A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO

De acuerdo con lo establecido en el artículo 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, **SE AUTORIZA** para que me notifiquen personalmente a través del correo electrónico de notificación: nfconstruarte@gmail.com

CERTIFICA - ACTIVIDAD ECONÓMICA

ACTIVIDAD PRINCIPAL: F4290 - CONSTRUCCION DE OTRAS OBRAS DE INGENIERIA CIVIL
ACTIVIDAD SECUNDARIA: M7110 - ACTIVIDADES DE ARQUITECTURA E INGENIERIA Y OTRAS ACTIVIDADES CONEXAS DE CONSULTORIA TECNICA
OTRAS ACTIVIDADES: F4329 - OTRAS INSTALACIONES ESPECIALIZADAS
OTRAS ACTIVIDADES: F4330 - TERMINACION Y ACABADO DE EDIFICIOS Y OBRAS DE INGENIERIA CIVIL

CERTIFICA - CONSTITUCIÓN

POR ACTA NÚMERO 003 DEL 23 DE FEBRERO DE 2018 DE LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA, REGISTRADO EN ESTA CÁMARA DE COMERCIO BAJO EL NÚMERO 45186 DEL LIBRO IX DEL REGISTRO MERCANTIL EL 05 DE MARZO DE 2018, SE INSCRIBIÓ LA CONSTITUCIÓN DE PERSONA JURÍDICA DENOMINADA MEGNIVIAS CONSTRUTE S.A.S.

CERTIFICA - RELACION DE NOMBRES QUE HA TENIDO

QUE LA PERSONA JURÍDICA HA TENIDO LOS SIGUIENTES NOMBRES O RAZONES SOCIALES

Figura 8. Registro camara de comercio

Fuente: Cámara de comercio del Quindío

7. ESTRUCTURACIÓN DE ESTRATEGIA SALES 4.0

7.1. Construcción del mapa de experiencia del cliente

CLIENTE:						
ETAPAS	ATENCIÓN DESCUBRIMIENTO	ATRACCION EVALUACION	AVERIGUACION CONSIDERACIÓN	ACCIÓN COMPRA	APOLOGIA REFERENCIA	
ACTIVIDADES DEL CLIENTE	La empresa NF construar se da a conocer por medio de las redes sociales, su pagina web, canales convencionales de publicidad como lo son el radio y la prensa local, sala de ventas, alianza con agencias inmobiliarias, stands en centros comerciales y en ferias de construcción en principales ciudades.	La atracción va dirigida a que el consumidor conozca nuestro modelo de negocio y nuestra empresa, al hacerlo este pueda ver los proyectos que estamos ejecutando o planeamos hacer en el futuro nuestros posibles clientes pueden tener diferentes puntos de comunicación con nosotros como son nuestras salas presenciales de ventas o por medio de vía telefónica o redes sociales . Una ves llegan a estos untos de contacto pueden ampliar información sobre los proyectos de su mayor interés	La consulta se hace por medio de sus familiares, entidades financieras además se hace un análisis legal de la empresa, análisis del predio, análisis de los diseños, análisis de necesidades por parte del consumidor y solvencia por parte de la constructora, historia de la empresa, plazos de entregas y personal dispuesto a la ejecución del proyecto.	Los consumidores se dirigen hacia la sala de ventas después de estar informados, conocer la empresa y la propiedad que desean comprar al llegar se firma un contrato de promesa de compra venta , se establece una cuota inicial y los pagos mensuales con los cuales se compromete el propietario a pagar y la constructora a entregar un bien de calidad en un tiempo establecido. Al finalizar este proceso la constructora se compromete a dar conocimiento al propietario del estado de la obra y la fecha de entrega	La recomendación se genera al dar un testimonio de la marca frente al proyecto durante todo el proceso de conocer la marca, la asesoría, el cierre de la venta y la entrega del inmueble donde el consumidor recomendará a sus familiares y amigos cercanos.	
POSITIVA	5					
	4					
	3					
	2					
	1					
NEGATIVA	-1					
	-2					
	-3					
	-4					
	-5					
PROCESOS						
DOLORES IDENTIFICADOS	Se da mayor importancia en redes sociales, en la pagina web y publicidad	Nos enfocamos unicamente a consumidores ubicados en Calcedonia	-	La finalizacion de proyecto como los acabados y expectativas finales del proyecto	En algunas ocasiones no es factible dar recomendaciones a amigos y familiares ya que no cuentan con los recursos para hacer la inversion	
OPORTUNIDADES DE MEJORA	Se podría dar un mayor enfoque en la prensa al aumentar las publicaciones y maximizar el uso del radio. Se pueden llegar a mas ferias a nivel nacional y otras ciudades del eje cafetero	Podríamos extendernos a nivel municipal e internacional para dar a conocer nuestros proyectos tanto a personas de la region como extranjeros	Dar plazos de creditos extendidos y mas flexibles a los consumidores	A medida que avanza el proyecto ir informando el estado de la obra y no al final para que los usuarios puedan definir cuales acabados y diseños quieren y que no sea la constructora quien decida	Por medio de testimonios publicados en la pagina web, redes sociales y prensa dar recomendaciones y a dar a conocer la experiencia que se tuvo con la constructora ara motivar a posibles clientes a adquirir un inmueble con nosotros	

Grafico 14.Journey map

Fuente: Creación propia.

Para NF Construar es vital el generar nuevos clientes dentro de la región del nor oriente del Valle, como en Colombia y a nivel internacional es por esto que el crear una pagina web y

redes sociales permitirán a estos consumidores conocer nuestra empresa hacer preguntas y tener un punto de contacto con nosotros .

Además se encontró que mostrar el proceso de construcción es algo que los dueños de los apartamentos aprecian ya que durante este momento podrán ver el estado de su bien y podrán definir que clase de acabado desean y no al momento final de la entrega.

El generar un testimonio al momento de entrega de los inmuebles es una forma de mostrar el nivel de satisfacción por parte de nuestros compradores, este se puede hacer escrito o en video y se mostrara por medio de las redes sociales o la página web es una forma de que nuestros futuros compradores visualicen la experiencia de nuestros consumidores actuales.

7.2. Estrategia de consolidación de mercado

Diagnostico proceso comercial

Conocimiento

La empresa NF construye se da a conocer por medio de las redes sociales, su página web, canales convencionales de publicidad como lo son el radio y la prensa local, sala de ventas, alianza con agencias inmobiliarias, stands en centros comerciales y en ferias de construcción en principales ciudades.

Atracción

La atracción va dirigida a que el consumidor conozca nuestro modelo de negocio y nuestra empresa, al hacerlo este pueda ver los proyectos que estamos ejecutando o planeamos hacer en el futuro nuestros posibles clientes pueden tener diferentes puntos de comunicación con

nosotros como son nuestras salas presenciales de ventas o por medio de vía telefónica o redes sociales .Una vez llegan a estos puntos de contacto pueden ampliar información sobre los proyectos de su mayor interés

Consulta o consideración

La consulta se hace por medio de sus familiares, entidades financieras además se hace un análisis legal de la empresa, análisis del predio, análisis de los diseños, análisis de necesidades por parte del consumidor y solvencia por parte de la constructora, historia de la empresa, plazos de entregas y personal dispuesto a la ejecución del proyecto.

Acción

Los consumidores se dirigen hacia la sala de ventas después de estar informados, conocer la empresa y la propiedad que deseen comprar al llegar se firma un contrato de promesa de compra venta, se establece una cuota inicial y los pagos mensuales con los cuales se compromete el propietario a pagar y la constructora a entregar un bien de calidad en un tiempo establecido. Al finalizar este proceso la constructora se compromete a dar conocimiento al propietario del estado de la obra y la fecha de entrega

Recomendación

La recomendación se genera al dar un testimonio de la marca frente al proyecto durante todo el proceso de conocer la marca, la asesoría, el cierre de la venta y la entrega del inmueble donde el consumidor recomendará a sus familiares y amigos cercanos.

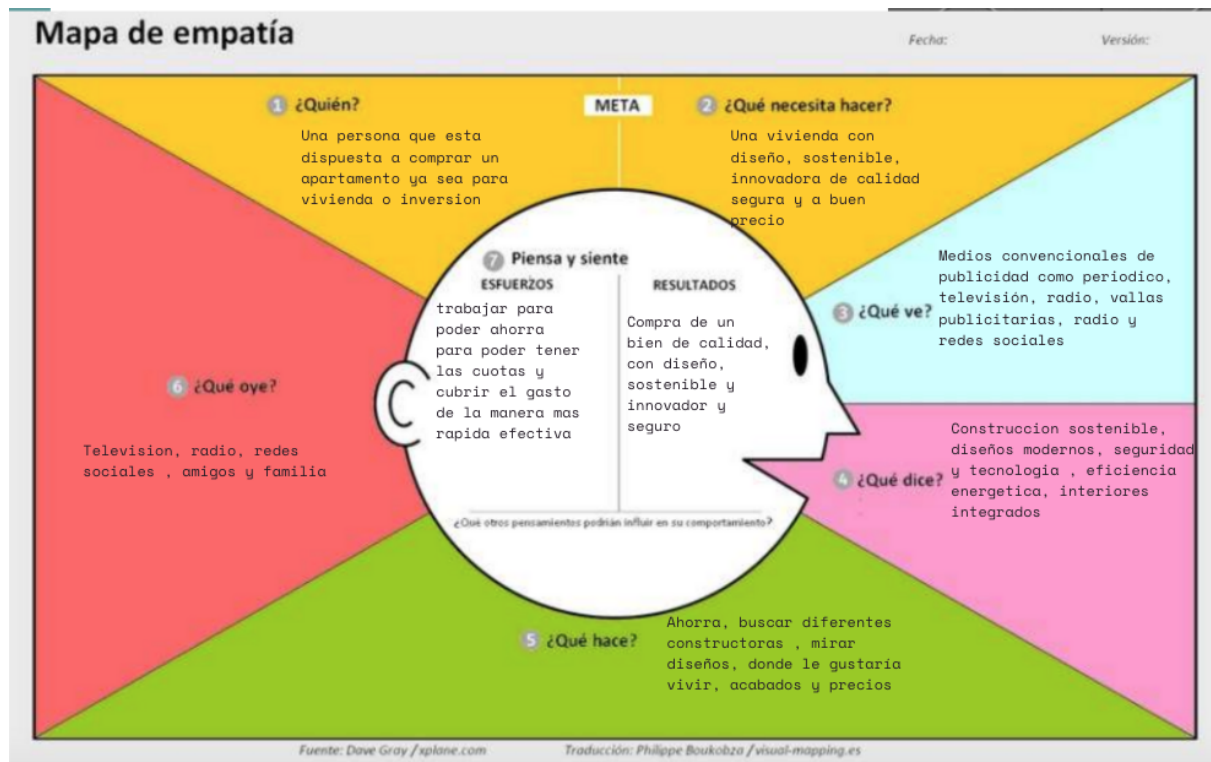


Figura 9. Mapa de empatia

Fuente: Creación propia.

7.3. Descripción de funnel

FUNNEL COMERCIAL					
As	VENTA SOLUCIONES	QUIEN LO HACE	QUE ACCION OFFLINE	QUE ACCION ONLINE	CONSUMO MASIVO
ATENCION Me conoce	Generación oportunidad	COMERCIAL	SALA DE VENTAS	REDES SOCIALES	Conciencia
		COMMUNITY MANAGER	STANDS	PAGINA WEB	
		PUBLICISTA	FERIAS INMOBILIARIAS		
		ASESOR COMERCIAL	CANALES TRADICIONALES DE PUBLICIDAD		
ATENCION Me conoce	Calificación prospecto	COMERCIAL	LLAMADAS A COMPRADORES	CORREOS A COMPRADORES	Interés
		GERENTE		REDES SOCIALES	
ATRACCION gusto	Análisis necesidad	GERENTE	LLAMADAS	REDES SOCIALES	Consideración
		DISEÑADOR	VALLAS	PAGINA WEB	
		CUMMUNITY MANAGER	VISTAS PRESENCIALES	BROCHURE	
		COMERCIALES	BROCHURE		
AVERIGUACIÓN respondo	Selección proveedor	COMERCIAL	SALA DE VENTAS	REDES SOCIALES	Prueba
		GERENTE	LLAMADAS	PAGINA WEB	
		ARQUITECTO			
ACCION Compra	Firma contrato	COMERCIAL	LLAMADAS A COMPRADORES	REDES SOCIALES	Compra
		GERENTE			
		ARQUITECTO			
APOLOGÍA Recomienda	Recompra contrato	COMERCIAL	TELEFONO	REDES SOCIALES	Recompra
		CUMMUNITY MANAGER	TESTIMONIOS	PAGINA WEB	

Grafico 15. Funnel Comercial

Fuente: Creación propia.

7.4. Modelo y pasos de tracción comercial

El modelo seleccionado para NF Construarte es el modelo de embudo

En el momento en el cual las personas se dirigen a conocer la marca es importante generar un mayor engagement y mostrar los diferentes proyectos que tienen la empresa a potenciales usuarios con el fin de que la venta sea más efectiva y el proyecto más atractivo para

ellos por medio de ayudas visuales, testimonios de clientes que brinden seguridad y los motiven a la compra gracias a la buena experiencia que tuvieron con el inmueble y la constructora

8. ESTRATEGIA DE MERCADEO Y COMUNICACIÓN

Para la empresa NF Construarte es clave generar diversas estrategias para mejorar el marketing ya que se busca que la marca sea reconocida en el mercado regional es por esto que se desarrollaron lo siguientes programas: Marketing digital, brochure y Programa de capacitaciones de ventas

Por medio de estas buscamos

Table 2 Objetivos estrategias de mercadeo

<p>Mercadeo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Ampliar el reconocimiento a la marca a nivel regional ● Generar una fidelización a la marca con nuestros consumidores ● Ser reconocidos por nuestra innovación, sostenibilidad , diseño y calidad
------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> ● Generar nuevos aliados comerciales como inmobiliarias ● Darnos a conocer frente instituciones bancarias ● Fidelización con proveedores
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ● Impactar directamente en el ROI al generar más ventas ● Generar un retorno de capital más rápido ● Disminuir costos operacionales ● Brindar mayor seguridad a nuestros inversionistas
Ventas	<ul style="list-style-type: none"> ● Generar ventas más efectivas ● Cultura de servicio al cliente ● Mejora satisfacción

	del cliente
Capital humano	<ul style="list-style-type: none"> ● Crear un sentido de pertenencia con la empresa ● Identidad corporativa

Se presentan los diferentes objetivos a lograr con el plan de mercadeo

Fuente: Creación propia

8.1. Propuesta de valor en prosa/manifiesto

Somos una empresa confiable que diseña y construye proyectos arquitectónicos y de ingeniería de alta calidad. NF Construarte S.A.S es una empresa 100% Caicedonita ubicada en el Nororiente del departamento del Valle del Cauca, fundada en el año 2016, nos enfocamos en la búsqueda de encontrar las mejores ubicaciones para construir proyectos, cumpliendo con todos los estándares necesarios para la correcta ejecución teniendo en cuenta el desarrollo sostenible, la innovación y la protección ambiental, esto nos permite cumplir con las expectativas de nuestros clientes, proporcionándoles valores de compromiso, honestidad, cumplimiento y responsabilidad social.

8.2. Brief de marca

Somos una empresa confiable que diseña y construye proyectos arquitectónicos y de ingeniería de alta calidad. NF Construarte S.A.S es una empresa 100% Caicedonita ubicada en el Nor-orientado del departamento del Valle del Cauca, Tenemos en cuenta el desarrollo sostenible, la innovación y la protección ambiental, esto nos permite cumplir con las expectativas de nuestros clientes, proporcionándoles valores de compromiso, honestidad, cumplimiento y responsabilidad social.

NF construarte brindamos a nuestros clientes un servicio integral, donde además de recibir lo mejor en diseño y construcción; pueda tener la plena certeza de que en nosotros encontrará la mejor opción en gerencia de proyectos. Los cuales son manejados mediante el mayor compromiso y seriedad, con una misión constante de brindar siempre las mejores herramientas. Nosotros te daremos la tranquilidad que buscan los clientes por medio del profesionalismo que necesitan para hacer de sus inversión una gran realidad y un logro sin precedentes.

Contamos con profesionales y personal de alta experiencia en la rama de la construcción, nuestra prioridad es la atención personalizada, manejar el mejor presupuesto y tener un buen control de obra. Dentro de nuestro personal contamos con más de 30 años de experiencia ejecutando proyectos.

Actualmente la empresa está desarrollando 4 proyectos los cuales son Paraíso Campestre, Bora, La Hacienda y Centinela mall de estos 2 ya se están construyendo y los otros están en ventas. La empresa actualmente tiene dos proyectos culminados uno en el municipio de Caicedonia y otro

en el de Sevilla. El principal de NF ConstruarTE es convertirse en una empresa líder de la región nororiental del Valle del Cauca generando proyectos innovadores para la región, con diseño, sostenibles y que a futuro represente una inversión para las personas que quieran comprar.

8.3. Mensajes claves

Los mensajes claves de NF ConstruarTE van dirigidos a sus principales atributos que son creatividad, compromiso experiencia, confiabilidad y respaldo .

- Creatividad: creamos proyectos con diseños innovadores siguiendo las tendencias del mercado basados en la sostenibilidad y la calidad.
- Compromiso: nuestra mayor motivación es construir tu sueño, enfocamos todos nuestros recursos y esfuerzos para cumplir esa promesa
- Experiencia: contamos con el personal más capacitado e idóneo para hacer realidad cada proyecto. Nuestro equipo tienen más de 20 años de experiencia entregando proyectos de calidad.
- Confiabilidad: sabemos que una inversión tan importante como la compra de vivienda es un gran paso para ti, por esto ponemos a tu disposición nuestros canales de comunicación

durante todas las etapas del proyecto para que puedas seguir el desarrollo de este gran sueño.

respaldo: te acompañamos de principio a fin cuentas con nosotros cuando lo necesites

8.4. Plan de mercadeo

El plan de mercadeo que se planteó para NF Construarte va dirigido a poder cumplir esos objetivos planteados para la empresa así mismo poder mejorar los indicadores, crear nuevos clientes, hacer más reconocida la marca, desarrollar una cultura empresarial y de ventas, implementación más efectiva de redes sociales y actualizar la información de nuestros proyectos en diferentes plataformas.

Es por esto que se plantearon tres estrategias puntuales con el fin de lograrlo

Marketing digital

La estrategia se basa en el desarrollo de una campaña para la remodelación de la página web mejorar las redes sociales mediante información nueva de los proyectos y las dinámicas comerciales, generar un video con las experiencias de las personas que confiaron y compraron en la empresa NF construarte y generar una identidad corporativa con un presupuesto de 6.000.000

Brochure

Diseño de un catálogo de acuerdo a las tendencias del mercado novedoso e innovador mostrando los diferentes proyectos realizados que tiene la empresa y así mismo su modelo de negocio basado en la calidad y la satisfacción del cliente con un presupuesto de 1.500.00

Programa de capacitaciones de ventas y identidad corporativa

Es fundamental poder cerrar los procesos de ventas y se encontró que es importante estar en constante capacitación en el área comercial adicional generar un programa de identidad corporativa en la empresa para aumentar la visualización de la marca, generar mayor confianza y aumento de reconocimiento por parte del público es por esto que se planteó un programa con un presupuesto de 3.000.000.

NF CONSTRUARTE

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL



Figura 10. Estrategia marketing digital

Fuente: Creación propia.

NF CONSTRUARTE

ESTRATEGIA DE BROCHURE



Figura 11. Estrategia brochure

Fuente: Creación propia.

NF CONSTRUARTE

ESTRATEGIA DE CAPACITACIONES DE VENTA

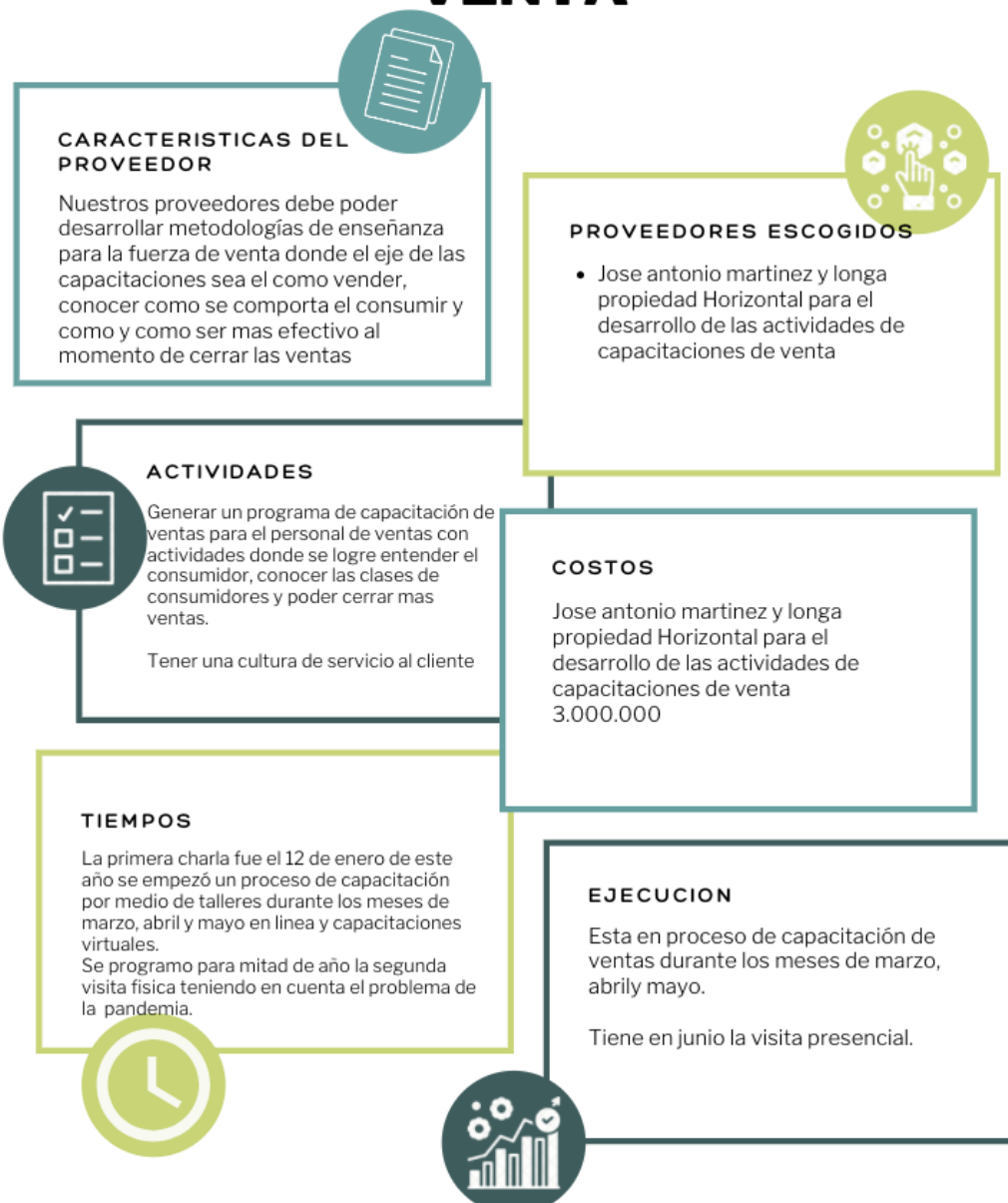


Figura 12. Estrategia capacitacion de ventas

Fuente: Creación propia

8.5. KPI de seguimiento comercial

- Ratio de ventas
- ROI
- Efectividad de ventas
- Rotación de inventario

9. BENEFICIOS PARA LA COMUNIDAD

NF Construarte por medio de sus proyectos planea involucrar a la comunidad de caicedonia en este crecimiento tanto para la empresa como para la región

9.1. Desarrollo humano

Para la empresa NF Construarte el capital humano es el motor de nuestra empresa por esta razón les brindamos estabilidad laboral y empleo continuo con todas las prestaciones sociales establecidas por ley. Gracias a esto nuestro colaboradores pueden aplicar a créditos de

vivienda, de estudio y de libre inversión al tener un trabajo fijo, adicionalmente gozar de la seguridad de una caja de compensación, salud, seguros, ARL y cesantías.

9.2. Desarrollo económico

NF Construarte al ser una constructora hace parte del sector de la construcción que genera mayor empleo en la economía nacional, por medio de nuestra empresas se emplea más de 30 personas que hacen parte de mano de obra calificada y aproximadamente 60 de no calificada. Por medio de nuestra empresa se generan beneficios para la empresas locales ya que hacen parte de nuestros proveedores siendo un punto de venta directo para la compra de equipo y de materiales esenciales que se necesiten en nuestras obras como lo son el cemento, ladrillos, pintura y diversos accesorios.

9.3. Desarrollo colectivo

En nuestros proyectos es primordial contratar personal de la región para promover el empleo, la inclusión y el generar un beneficio para la comunidad. Es por esto que apostamos en

personas que quieran crecer junto con nosotros con el fin de poder cumplir sus sueños por medio de un trabajo digno. Se ve reflejado con la cantidad de colaboradores que tenemos en la empresa, los cuales están comprometidos en el desarrollo de nuestros proyectos.

Adicionalmente, nuestra empresa crea nuevos puestos de trabajo en cada proyecto que se ejecuta y estos a su vez generan nuevos clientes para diferentes empresas que se encuentran en el municipio como los son tiendas, empresas de servicios públicos y telefonía. Asimismo contribuye económicamente a la alcaldía al verse beneficiada por las nuevas propiedades que pagarán diferentes impuestos y generará la visita de nuevos residentes y turistas, al igual que beneficia a los predios aledaños ya que estos se ven valorizados.

10. BIBLIOGRAFÍA

Colombia.travel. (s.f). colombia.travel. Obtenido de Que hacer : <https://colombia.travel/es/que-hacer>

Construcción, V. y. (25 de Enero de 2019). Sector edificador, cada vez mejor en el Valle del Cauca. El Tiempo.

DANE. (2018). *Geovisor Directorio de Empresas 2018* . Obtenido de Colombia - Todos los departamentos - Todos los municipios - 2018: <http://geoportal.dane.gov.co/geovisores/economia/directorio-estadistico-de-empresas/?lt=4.456007353293281&lg=-73.2781601239999&z=5>

TerriData. (2018). Caicedonia, Valle del Cauca . Obtenido de Demografía y población : <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/76122>

TerriData. (2020). Sevilla, Valle del Cauca. Obtenido de Demografía y población: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/76736>