

Universidad del Rosario



ITOOOLS

Trabajo de grado en Emprendimiento

Sebastian Melo Vega

Bogotá, D.C.

2024

Universidad del Rosario



ITOOLLS

Trabajo de grado en Emprendimiento

Sebastian Fernando Melo Vega (Administración de Negocios Internacionales)

Tutor: Julián Esteban Gutiérrez Rodríguez


Bogotá, D.C.

2024

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito el documento de título “ITOOOLS”, en la opción de grado en emprendimiento y que, por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que este trabajo no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized representation of the name Sebastian Fernando Melo Vega.

Sebastian Fernando Melo Vega

## **Declaración de exoneración de responsabilidad**

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized representation of the name.

Sebastian Fernando Melo Vega

## Tabla de contenido

Resumen .....	7
Abstract .....	11
1. Introducción .....	14
1.1. Justificación .....	14
1.2. Objetivos de Investigación.....	15
1.3. Objetivo General.....	15
1.4. Objetivos Específicos.....	16
2. Antecedentes .....	17
2.1. Perfil de la empresa .....	17
2.2. Portafolio de productos y/o servicios .....	18
2.3. Mercado actual .....	23
2.4. Competencia.....	25
2.5. Modelo de negocio .....	26
3. Deck de inversión del emprendimiento.....	27
3.1. Logo, slogan y elementos marcarios de la empresa. ....	27
3.2. Cuantificación del problema del emprendimiento .....	28
3.3. Hoja de ruta del emprendimiento. Principales hitos .....	30
3.4. Análisis económico.....	33
3.5. Descripción del equipo.....	34
3.6. Cantidad de capital requerida para crecer .....	38
4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo .....	39
4.1. Escenarios de crecimiento para el emprendimiento .....	46
4.2. Riesgos y alternativas de crecimiento.....	47
5. Aprendizajes.....	48
6. Conclusiones.....	49
7. Referencias Bibliográficas .....	51

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Mapa de servicios.....	18
<b>Figura 2.</b> Tabla del servicio de pintura.....	19
<b>Figura 3.</b> Tabla del servicio de plomería.....	19
<b>Figura 4.</b> Tabla del servicio de humedad .....	20
<b>Figura 5.</b> Mapa de competidores.....	25
<b>Figura 6.</b> Logo .....	27
<b>Figura 7.</b> Interés en servicios de reparación de los hogares colombianos (febrero-abril del 2024) .....	28
<b>Figura 8.</b> Interés en servicio de pintura de los hogares colombianos (febrero y abril del 2024)..	28
<b>Figura 9.</b> Tabla de ingresos primeros 2 años.....	33
<b>Figura 10.</b> Habilidades miembros junta directiva.....	34
<b>Figura 11.</b> Habilidades del gerente .....	36
<b>Figura 12.</b> Habilidades gerente de proyectos .....	37
<b>Figura 13.</b> Habilidades financiero.....	38
<b>Figura 14.</b> Tabla distribución préstamo .....	38
<b>Figura 15.</b> Business canvas model.....	40

## Resumen

El proyecto consiste en la constitución de una SAS en Colombia que ofrezca soluciones ágiles, seguras y de calidad a los daños y posibles adecuaciones que se presentan en los inmuebles de uso residencial ubicados en la ciudad de Bogotá. Con base en ello, es necesario precisar que después del análisis de mercado, la empresa en principio se enfocará en los siguientes servicios: reparaciones y adecuaciones residenciales locativas causadas por humedades y filtraciones, plomería y todos los servicios relacionados con la pintura de la estructura del hogar.

Inicialmente operaremos como contratistas directos para estos servicios; sin embargo, con mayor posicionamiento y consolidación del negocio, se pretende expandir el portafolio de servicios a futuro, lo que permitirá, además, ofertar reparaciones especializadas en electricidad, impermeabilización de techos y fachadas, limpieza y desinfección de tanques de almacenamiento de agua, detección y corrección de fugas de gas, servicios de cerrajería, decoración de interiores y exteriores, servicios de carpintería y reparación y mantenimiento de calentadores de agua.

Adicionalmente, esto nos permitirá ampliar la cobertura a inmuebles tales como: locales comerciales, oficinas, industrias, instituciones y otros, ubicados en Bogotá. Sobre este particular, es importante mencionar la posibilidad de expandir el portafolio de servicios a construcción (más allá de la adecuación y/o reparación, la construcción implica empezar desde 0 el proyecto), para un nicho de mercado en crecimiento, consistente en aquellas familias e inversionistas que a partir de 2026 reciban o entreguen apartamentos o casas de pequeñas áreas.

A partir de lo mencionado, surge la razón de ser del negocio como una forma de brindar soluciones integrales a los hogares bogotanos que requieran reparaciones locativas, con una propuesta de valor focalizada en atributos de rapidez, seguridad y calidad, ofrecidos a través de un talento humano competente, de forma directa y a precios del mercado. El canal principal de comunicación, será una plataforma digital interactiva, y de fácil acceso, como componente innovador que marcará la diferencia. Esto así, para que los clientes puedan solicitar los servicios en línea de forma rápida y sencilla y recibir una atención personalizada para cada necesidad, ajustada a la medida, lo cual sustenta la oportunidad de mercado para este tipo de respuestas empresariales.

Consecuentemente, como un diferencial superlativo nuestra plataforma provee la modalidad de emergencia donde se brinda un servicio integral en menos de 3 horas al usuario que haya solicitado este servicio en virtud de una necesidad de una reparación urgente en el hogar. Por otro lado, a diferencia de otras plataformas que buscan acaparar este nicho, podemos asegurar la promesa de calidad, seguridad y agilidad de nuestros servicios brindados, en virtud de que somos los contratistas directos que prestan el servicio.

Nuestra propuesta de valor radica en ofrecer un servicio rápido, seguro y eficaz, combinado con un equipo altamente capacitado y precios competitivos. Además, nuestra apuesta por la tecnología nos permite ofrecer una respuesta más rápida, adaptada a las necesidades del cliente y una atención personalizada a cada una de ellas. Sin embargo, nuestro diferencial en el mercado es bastante acentuado e implica mucho más que sólo nuestros rasgos tecnológicos:

1. A diferencia de las aplicaciones existentes, no sólo ofrecemos un servicio de intermediación, sino un servicio de contratista directo que garantiza calidad y rapidez de respuesta.

2. En cuanto a la modalidad de emergencia, en Colombia no existe una plataforma con este modelo de negocio. Aquí cumplimos con el servicio dentro de las 3 horas siguientes desde la solicitud urgente.

Para el cumplimiento del proyecto, el objetivo es ofrecer soluciones rápidas y de calidad a las necesidades de los hogares bogotanos, establecer una presencia sólida en el mercado de servicios de reparación y renovación e incrementar la satisfacción de los clientes.

Frente a nuestros planes de proyección, esperamos ampliar nuestra presencia en Colombia después del 4 año de funcionamiento, ya que inicialmente operaremos sólo en Bogotá. Por otro lado, buscamos aumentar nuestro portafolio y ofrecer una variedad de servicios de reparación y remodelación. Así mismo, buscamos generar un modelo de negocio dual donde también seamos intermediarios y planeamos desarrollar herramientas que faciliten la gestión y atención de servicios a través de nuestras plataformas digitales.

Finalmente, la empresa tendrá relación con el derecho en la medida en que se ejecuten las respectivas acciones de legalidad para su constitución, en el cumplimiento con las regulaciones establecidas en Colombia para la prestación de este tipo de servicios, en la tributación correspondiente, así como la protección de los derechos de los clientes y proveedores de los servicios, el estudio y puesta en conocimiento de la responsabilidad civil a la copropiedad, en caso que aplique, responsabilidad de las reparaciones necesarias y locativas por daños a los inmuebles en las relaciones contractuales de arrendamiento, responsabilidad civil por daños ocurridos a las viviendas que afecten otros inmuebles o zonas comunes de tipo estructural o arquitectónico, así como daños a los inmuebles que puedan ocasionar consecuencias colaterales a las construcciones vecinas.

Además, se deberán superar los retos que contractualmente se presentan en materia laboral a la hora de prestar el servicio, lo que en de forma lógica implica, la regulación sobre seguridad y salud en el trabajo.

***Palabras clave:***

Servicios integrales, Reparaciones locativas, Plataforma virtual, Innovación, Vivienda familiar, sostenibilidad, modalidad de emergencia

## Abstract

The project consists in the constitution of a SAS in Colombia that offers agile, safe and quality solutions to the damages and possible adjustments that occur in residential properties located in the city of Bogota. Based on this, it is necessary to specify that after the market analysis, the company will initially focus on the following services: residential repairs and adjustments caused by dampness and leaks, plumbing and all services related to the painting of the home structure.

Initially we will operate as direct contractors for these services; however, with greater positioning and consolidation of the business, we intend to expand the portfolio of services in the future, which will also allow us to offer specialized repairs in electricity, waterproofing of roofs and facades, cleaning and disinfection of water storage tanks, detection and correction of gas leaks, locksmith services, interior and exterior decoration, carpentry services and repair and maintenance of water heaters.

Additionally, this will allow us to expand our coverage to properties such as: commercial premises, offices, industries, institutions and others, located in Bogota. In this regard, it is important to mention the possibility of expanding the portfolio of services to construction (beyond the adaptation and / or repair, construction involves starting from 0 the project), for a growing niche market, consisting of those families and investors who from 2026 receive or deliver apartments or houses of small areas.

From the aforementioned, the reason of the business arises as a way to provide comprehensive solutions to Bogota homes that require home repairs, with a value proposition focused on attributes of speed, safety and quality, offered through a competent human talent,

directly and at market prices. The main communication channel will be an interactive digital platform, easy to access, as an innovative component that will make the difference. This will allow customers to request services online quickly and easily and receive personalized attention for each need, tailored to their requirements, which supports the market opportunity for this type of business response.

Consequently, as a superlative differential our platform provides the emergency mode where a comprehensive service is provided in less than 3 hours to the user who has requested this service due to the need for an urgent repair at home. On the other hand, unlike other platforms that seek to monopolize this niche, we can guarantee the promise of quality, safety and agility of our services provided, since we are the direct contractors who provide the service.

Our value proposition lies in offering a fast, safe and efficient service, combined with a highly trained team and competitive prices. In addition, our focus on technology allows us to provide a faster response, tailored to the client's needs and personalized attention to each of them. However, our differential in the market is quite accentuated and implies much more than only our technological traits:

1. Unlike existing applications, we do not only offer an intermediary service, but a direct contractor service that guarantees quality and prompt response.
2. In terms of the emergency modality, there is no platform with this business model in Colombia. Here we fulfill the service within the next 3 hours since the urgent request.

In order to fulfill the project, the objective is to offer fast and quality solutions for the needs of Bogotá homes, establish a solid presence in the repair and renovation services market and increase customer satisfaction

For our projection plans, we expect to expand our presence in Colombia after the fourth (4) year of operation, since we will initially operate only in Bogota. On the other hand, we seek to increase our portfolio and offer a variety of repair and refurbishment services. Likewise, we seek to generate a dual business model where we are also intermediaries and we plan to develop tools to facilitate the management and attention of services through our digital platforms.

Finally, the company will have a relationship with the law to the extent that the respective actions of legality for its constitution are executed, in compliance with the regulations established in Colombia for the provision of this type of services, in the corresponding taxation, as well as the protection of the rights of customers and service providers, the study and reporting of civil liability to the co-ownership, in case it is applicable, responsibility for the necessary repairs and repairs for damages to the properties in the contractual relations of lease, civil responsibility for damages occurred to the houses that affect other properties or common areas of structural or architectural type, as well as damages to the properties that can cause collateral consequences to the neighboring constructions.

In addition, we need overcome the challenges that contractually arise in labor matters at the time of rendering the service, which also implies the regulation of occupational health and safety.

***Key words:***

Integral services, Locative repairs, Digital platform, Emergency modality, Innovation, Family dwelling, Sustainability

## 1. Introducción

### 1.1. Justificación

Bogotá es la capital de Colombia con una proyección según el DANE de 2.776.362 predios inmobiliarios (DANE, 2024). De acuerdo al “Censo inmobiliario de Bogotá del 2023” llevado a cabo por el Catastro Distrital, esta ciudad con 7.907.281 habitantes (DANE, 2023), tiene 2.406.293 unidades de vivienda urbana; adicionalmente, cuenta con 87.851 locales comerciales, 1923 establecimientos de industria, y demás inmuebles afectados con diversos usos como salud, educación, funcionamiento de entidades estatales, oficinas, etc... (UAECD, 2023).

Teniendo en mente que esas unidades inmobiliarias demandan constantemente servicios de mantenimiento y reparaciones adecuadas a su correspondiente uso, se evidencia un gran mercado en expansión y una gran oportunidad para emprender, de esta forma se creará la empresa ITOOLLS que tiene como propósito ofrecer servicios integrales a personas naturales o jurídicas que requieran dichos servicios; el canal de comunicación será a través de una interactiva plataforma virtual que favorece un servicio ágil, seguro y de calidad.

Las operaciones serán realizadas por un talento humano competente, a precios de mercado. Del mismo modo, se favorece la generación de empleo al ofrecer al personal contratado una oportunidad laboral que contribuya a mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

## **1.2. Objetivos de Investigación.**

Demostrar que los bogotanos tienen dificultad para contar con un servicio integral de reparaciones y adecuaciones locativas para los hogares residenciales, que garantice agilidad, seguridad y calidad, a precios justos. Paralelamente, asegurar que tienen interés en la necesidad de solucionar esta problemática; solución que brindaría la empresa ITOOLLS.

## **1.3. Objetivo General.**

Constituir la sociedad SAS ITOOLLS que a través de una plataforma digital interactiva ofrezca un servicio integral a partir de soluciones ágiles, seguras y de calidad para las necesidades de reparaciones locativas a los inmuebles de uso residencial ubicados en la ciudad de Bogotá. De esta forma replantear el proyecto estructurado en opción de grado 1 y 2 para asegurar la posibilidad de establecer una presencia sólida en el mercado de estos servicios, prestando los mismos de forma directa, con un excepcional contacto con el cliente en caso de emergencia y la satisfacción de los clientes como diferenciadores.

#### **1.4. Objetivos Específicos.**

Los objetivos específicos planteados para este proyecto fueron pensados con base en la situación actual del mercado, a futuro habrán de reajustarse, estos son:

1. Exponer el portafolio de servicios que ofrecerá la empresa
2. Implementar herramientas y tecnologías avanzadas para optimizar los procesos de atención al cliente y la gestión oportuna de los servicios ofrecidos para garantizar la eficiencia y la calidad del servicio.
3. Establecer la necesidad de pivotar a un modelo de negocio B2B al poco tiempo de la constitución a fin de que el proyecto sea financieramente viable.
4. Garantizar la lealtad de los trabajadores para con el emprendimiento

## 2. Antecedentes

### 2.1. Perfil de la empresa

Itools es una empresa que se encuentra en el sector de la prestación de servicios de construcción, más específicamente en el nicho de las reparaciones locativas. Esta se encuentra desde hace 9 meses en fase de desarrollo y aún no se ha iniciado la fase de levantar capital.

Se ha tomado la decisión de que esta compañía se estructure como una SAS, puesto que permite una mayor libertad en cuanto a los aportes, al objeto social, a la organización y al control por parte del estado.

Esta organización nace de la detección de un importante reto en el mercado, en el que los particulares tienen dificultades para localizar fácilmente a profesionales expertos en reparaciones domésticas. Esta brecha en la accesibilidad representa una valiosa oportunidad para que nuestra empresa aborde y agilice el proceso de poner en contacto a las personas con expertos en reparaciones del hogar.

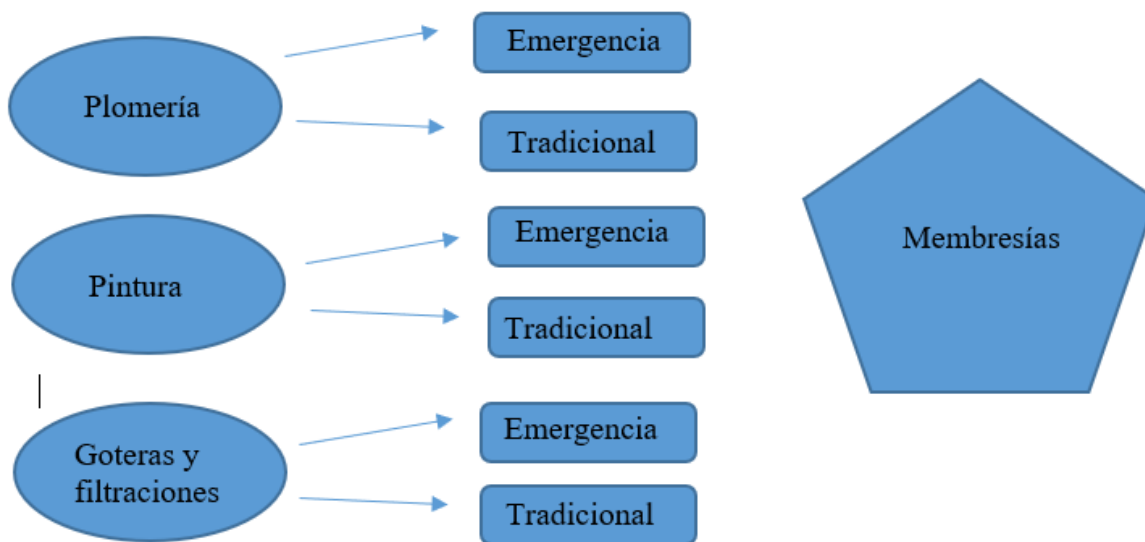
Por ese motivo, la presente compañía, en principio, se centra en atender las necesidades específicas de los habitantes de Bogotá que se encuentran en situaciones en las que realizar reparaciones y adaptaciones en sus viviendas se convierte en una tarea compleja. Este grupo demográfico engloba a varios segmentos de la población que comparten la característica común de carecer de tiempo o de conocimientos técnicos para acometer estas tareas.

## 2.2. Portafolio de productos y/o servicios

Itools en principio operará solo en la ciudad de Bogotá y ofertará tres servicios diferentes ofertados a través de dos modalidades distintas. Adicionalmente, hay un producto no mencionado hasta ahora como lo son las membresías.

**Figura 1.**

*Mapa de servicios*



Fuente: Elaboración propia

a. Productos y / o servicios de su empresa:

Itools ofrecerá en principio 3 servicios:

Las tablas en este apartado son fichas técnicas de estimaciones de algunos costos fijos que se podrían presentar en los servicios ofertados. Sin embargo, estos costos varían según las necesidades particulares del trabajo realizado. Adicionalmente, estas tablas tampoco representan el valor de venta del servicio puesto que allí se deberá incluir el costo de la mano de obra y esto se realiza mediante porcentaje.

- Pintura: Servicio que busca suplir cualquier necesidad relacionada con la pintura de las unidades residenciales

## Figura 2.

Tabla del servicio pintura

Pintura					
Rubro	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
Pintura		10		\$ 150.000	\$ 1.500.000
Brochas, baldes, rodillos		1		\$ 700.000	\$ 700.000
uniformes		2		\$ 90.000	\$ 180.000
escalera		1		\$ 300.000	\$ 300.000
Herramientas varias		15		\$ 30.000	\$ 450.000
pintor		2		\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
#¿NOMBRE?					\$ 5.130.000

Fuente: Elaboración propia

- Plomería: Servicio que busca suplir cualquier necesidad relacionada con la plomería y el flujo de agua de las unidades residenciales

## Figura 3.

Tabla del servicio de plomería

Plomería					
Rubro	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
Plomeros		2		\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
tubos e insumos		1		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
uniforme		2		\$ 90.000	\$ 180.000
escalera		1		\$ 300.000	\$ 300.000
herramientas varias		20		\$ 30.000	\$ 600.000
cemento		5		\$ 45.000	\$ 225.000
#¿NOMBRE?					\$ 4.305.000

Fuente: Elaboración propia

- Filtraciones y goteras: Servicio que busca suplir cualquier necesidad relacionada con problemas de humedad y filtraciones de agua en las unidades residenciales

#### Figura 4.

Tabla del servicio de humedad

Adecuaciones residenciales locativas causadas por humedades, goteras, filtraciones, desprendimiento de partes de las paredes, pisos o techos					
Rubro	Tipo	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Total
obreros		3		\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
experto en humedad		1		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
escalera		2		\$ 300.000	\$ 600.000
estuco		100		\$ 5.000	\$ 500.000
lijas y herramientas varias		10		\$ 30.000	\$ 300.000
pisos		200		\$ 40.000	\$ 8.000.000
drywall		200		\$ 35.000	\$ 7.000.000
uniformes		4		\$ 90.000	\$ 360.000
cemento		100		\$ 35.000	\$ 3.500.000
<b>#¿NOMBRE?</b>					<b>\$ 24.260.000</b>

Fuente: Elaboración propia

Estos servicios serán prestados en una de dos modalidades diferentes posibles:

- Tradicional: Sistema por medio del cual el usuario entra a la plataforma y tras seguir el procedimiento estipulado se agenda el servicio con una fecha y hora programada según disponibilidad.
- Emergencia: Sistema por medio del cual en caso de una emergencia se brinda el servicio en menos de 3 horas desde la solicitud con un recargo del 15% sobre el costo de haber sido agendado a través de la modalidad tradicional.

Estos servicios se prestarán de forma directa. Como contratistas directos podemos asegurar esa promesa de agilidad, calidad y seguridad. Ofreciendo así un servicio de garantía de postventa, lo que implica la necesidad de mantener contacto con el usuario a fin de asegurar que el problema fuere resuelto.

Adicionalmente, como compañía, después de pago de mano de obra, materiales y gastos necesarios se estima que un 40% del dinero que ingresa por cada servicio queda desafectado de cualquier obligación.

b. Ventaja competitiva:

Itoolls SAS después de estudiar detalladamente el mercado tiene cuatro ventajas competitivas que nos permiten destacar sobre otras empresas que buscan acaparar este mercado.

1. Contratistas directos: Al analizar la competencia en el mercado en que se pretende incursionar se hace evidente que las existentes plataformas son simples intermediarios entre el usuario y los contratistas que prestarán de forma efectiva el servicio. Manteniendo como ingreso en su modelo de negocio las suscripciones y comisiones por intermediación como base.
2. Garantía por trabajo: Las plataformas existentes se dedican a conectar al usuario y el cliente, por lo que cualquier defecto en el servicio debe ser reclamado al contratista que lo presto. En nuestro caso, al ser contratistas directos brindamos garantía del servicio y aseguramos su calidad.

3. Servicio de emergencia: Ninguna plataforma cuenta con esta modalidad de emergencia, donde en casos de urgencia se asegura que el problema se resuelva en menos de 3 horas.

4. Plataforma digital interactiva: Todas las plataformas analizadas desincentivan por completo la finalización del proceso de agendamiento del servicio en razón a su poco amigable interfaz. Nuestra plataforma contará con una interfaz muy amigable con el usuario, donde personas de todas las edades puedan agendar su servicio sin tener que dar 30 especificaciones distintas. En nuestra plataforma no tomara más de 4 minutos tener un profesional asignado y finalizar el proceso.

c. Estrategia de precio de su producto o servicio:

Nuestro servicio es uno de gama media-alta, en virtud de ello, en principio, nuestro nicho son las unidades residenciales de estratos 3-6. Con base en las características de calidad, garantía, efectividad y rapidez este servicio no es económico, a pesar de ello, tampoco mantiene un costo desbordado. Por otro lado, puesto que brindamos un servicio tan volátil según las particularidades de cada trabajo nuestra estructura de precios es singular para cada uno de ellos; sin embargo, nuestro margen de beneficio por cada servicio es del 40%

### 2.3. Mercado actual

- El mercado de reparaciones locativas en unidades residenciales tiene oportunidades gigantes puesto que las unidades residenciales ubicadas en los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 corresponden al 86% de las unidades inmobiliarias residenciales que hay en Bogotá para el año 2023 (2.406.293). Según el catastro Distrital a nivel municipal en Colombia y a nivel localidad en Bogotá, estas corresponden a un total de 2.069.412 viviendas, distribuidas así: estrato 3 con un total de 1.034.706, estrato 4 con un número de 721.888, estrato 5 con 192.503 viviendas y estrato 6 con 120.315 viviendas (UAECD, 2023).
- A partir de los recursos disponibles con los que cuenta actualmente Itoolls podemos atender un 0.1% del mercado objetivo anualmente; es decir, unos 2700 hogares anualmente. Correspondiente a 225 hogares mensualmente, si se llegara a acaparar esta cantidad de hogares se tendría un ingreso mínimo de 61.9 millones de pesos mensuales aproximadamente.
- Para poder gestionar este mercado y llegar a cubrir la cuota deseada se pondrán en marcha estrategias de mercadeo como las siguientes:
  - Marketing digital:
    - Pago a los motores de búsqueda para estar en la primera página a la hora de buscar estos servicios dentro de la ciudad de Bogotá.

- Estrategias de creación de contenido en las redes sociales de Facebook, Instagram, Youtube y Tiktok a fin de capturar y recapturar a usuarios.
  - Generar presencia en publicidad en los E-commerce de las empresas grandes del sector de construcción
  - Realizar alianzas y publicaciones con influencers, prensa y bloggers
  - Generar una estrategia sólida de e-mail marketing
  - Oferta de contenido atractivo dentro de la plataforma enseñado como reparar de forma autónoma pequeñas cosas
- Marketing offline
- A fin de generar expectativa en un inicio y posteriormente dar a conocer el emprendimiento se pretende generar una amplia estrategia de volanteo en Bogotá, repartiendo afiches a las entradas de las estaciones de Transmilenio y de grandes almacenes de construcción, además de ellos haciendo alianzas con las ferreterías para que repartan los volantes y tarjetas del emprendimiento. Volantes que otorgarán un 10% de descuento al proporcionar un código que cada uno de ellos tendrá.
  - Se pretende la presencia mensual en 1-2 ferias de construcción para darnos a conocer y prestar nuestros servicios.

- Generar una amplia estrategia de ventas telefónicas, a fin de contactar a nuestros usuarios para darles la bienvenida y tratar de contactar a aquellos que se registran y se desvinculan o a aquellos que constantemente están en contacto con las ferreterías con el fin de darles a conocer nuestro servicio
- Por último, se pretende generar una demostración de cómo funciona la página web en tiempo real.

## 2.4. Competencia

**Figura 5.**

Mapa de competidores



Fuente: Elaboración propia

Analizando los principales competidores del mercado nacional, se evidencia que su modelo de negocio se centra en ofrecer servicios de reparación, mantenimiento y remodelación a través de sitios web con contenidos densos, ayudas visuales poco atractivas y un enfoque básico. Aunque en Bogotá existen algunas plataformas que prestan este tipo de servicios, se identificaron debilidades en la respuesta al cliente y en la usabilidad. Los competidores destacados son: Servisoluc SAS, con fácil acceso al sitio web y un portafolio claro; Doctor Solución que ofrece precios asequibles, e Innovar con fácil acceso a su sitio web.

Con esto en mente, al generar una solución que supla estas dificultades de acceso y precio a través de una plataforma que adicionalmente brinde servicio las 24 horas, sea contratista directo y preste una modalidad de emergencia, se encuentra de forma perfecta la posibilidad de entrar a competir en este mercado.

## **2.5 Modelo de negocio**

El modelo de negocio que mantendremos en principio será B2C y en un inicio no se pretende formalizar la empresa. Posteriormente, a un plazo de 2 años, con una mejor acreditación, músculo financiero y experiencia se pretende implementar el modelo B2B. A través de este, se proyecta generar ingresos más altos, donde la mayor carga impositiva se

contrarreste por una mucho mayor fuente de ingresos. Este cambio en el modelo de negocio después de los dos primeros años de funcionamiento.

### 3. Deck de inversión del emprendimiento

#### 3.1. Logo, slogan y elementos marcarios de la empresa.

##### Figura 6.

Logo



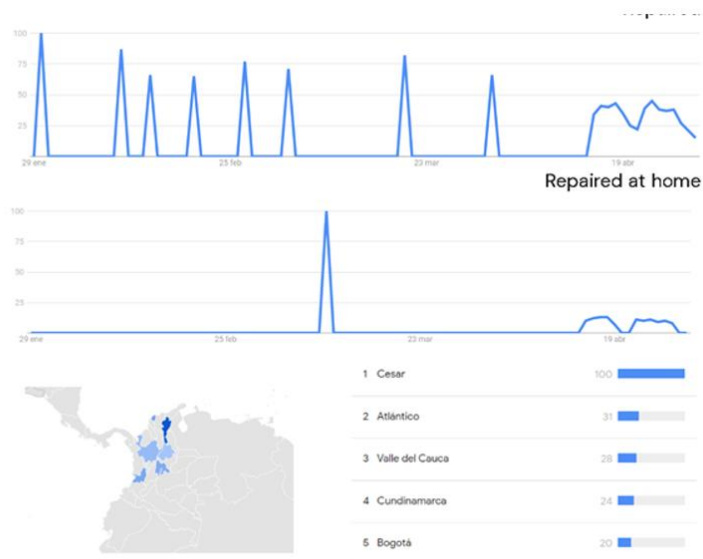
“SOLUCIONES INTEGRALES”

Fuente: Elaboración propia

### 3.2. Cuantificación del problema del emprendimiento

**Figura 7.**

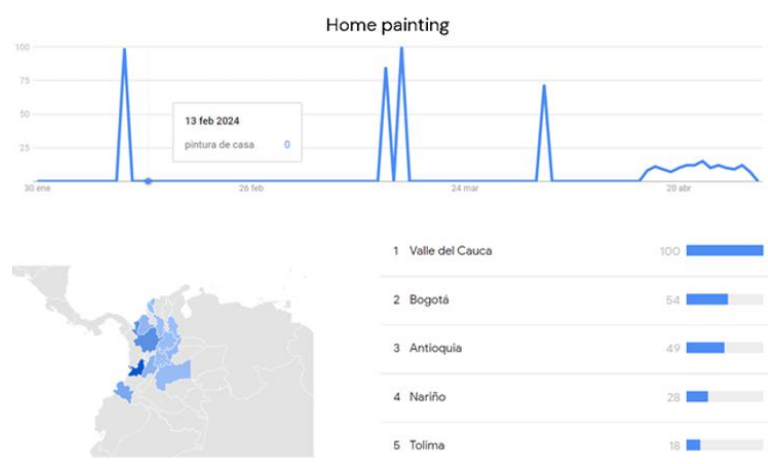
Interés en servicios de reparación de los hogares colombianos (febrero y abril del 2024)



Fuentes: Google trends

**Figura 8.**

Interés en servicio de pintura de los hogares colombianos (febrero y abril del 2024)



Fuente: Google trends

La empresa aún no se encuentra lista para iniciar el proceso de consolidación, la altísima incertidumbre y pesimismo frente a las pérdidas monetarias por servicio y la baja en tendencias identificada por Google Trends en Bogotá nos permite concluir que en este momento la empresa no puede iniciar con sus operaciones. Adicionalmente, las proyecciones financieras muestran que se requiere una muy alta inversión inicial para una baja correspondencia durante al menos los dos primeros años.

En virtud de ello se planteó la pregunta que daría pie a nuestra solución: ¿Cómo reducir esa incertidumbre y pérdidas monetarias? ¿Cómo tener éxito económico con nuestro emprendimiento sin cambiar drásticamente el modelo de negocio? En el desarrollo de la investigación pudimos establecer que una de las diferencias más importantes en cuanto a la negociación B2C y B2B -más allá del tipo de consumidor final- es que la modalidad business to business a pesar de que depende mucho de sus clientes mantiene niveles de venta mucho más masivos en cuanto ya despegan.

Acreditarse con otras empresas y negocios es complicado porque estos están dispuestos a pagar más en cuanto la calidad del servicio sea mejor, paralelamente las empresas al solicitar servicios implican un ingreso mucho mayor para el vendedor del servicio o producto puesto que los volúmenes que requieren para la satisfacción de sus necesidades son muy superiores al manejado en las negociaciones B2C.

Con base en esto y la exponencial creciente del mercado de la construcción y aparición de condominios, además del retorno poco a poco a las oficinas, se decide iniciar como un negocio B2C entendiendo que las pérdidas de los primeros años son necesarias para obtener una acreditación suficiente, para que posteriormente al implementar un modelo B2B se cuente con

cierta acreditación que permita iniciar a trabajar con empresas en virtud de la confianza previa creada en el mercado.

### 3.3. Hoja de ruta del emprendimiento. Principales hitos

- Canales de ventas y estrategias de consecución de clientes.

Actualmente no se ha realizado venta alguna; sin embargo, a fin de generar las ventas necesarias se planteó un funnel de ventas con las siguientes estrategias de consecución de clientes:

- 1) Top of the funnel-Contacto: Para desarrollar la primera etapa del funnel de ventas a fin de poner en conocimiento el emprendimiento a las personas se pretenden realizar 3 estrategias. La primera de ellas es crear constantemente contenido de valor en forma de micro tutoriales sobre cómo llevar a cabo esas reparaciones de forma autónoma en el hogar, videos que se subirán en redes sociales y se pondrán en la página web. Por otro lado, se busca establecer presencia en una serie de ferias de diferentes tipos a nivel distrital, para así dar a conocer el negocio. Además de ello, se pretende hacer presencia a través de influencers que nos posicionen en las redes.

2) Middle of the funnel-Interés: Con el fin de desarrollar esta segunda fase y generar interés en el posible cliente se realizarán 3 estrategias. La primera de ellas es el remarketing, la segunda de ellas es email marketing y la tercera de ellas son los casos prácticos. El remarketing será usado para recordarle a los usuarios que reservaron un servicio y no lo tomaron que la reserva los está esperando y que aún están a tiempo de solicitarlo. A través del email marketing se pretende establecer contacto con todo aquel que se registró y a través de los casos prácticos y relatos de los usuarios pasados se pretende convencer al usuario interesado de la necesidad de tomar el servicio.

3) Bottom of the funnel-Decisión: Ya a punto de cerrar el embudo de ventas se pretende convertir a ese cliente en potencia en uno efectivo, para esto se indagará por el presupuesto del cliente y se proporcionaran ofertas vía telefónica y mensajes de texto con el fin de generar una venta. Adicionalmente, se brindarán alternativas como descuento por afiliación. En caso de una negativa se pretende volver a realizar una contraoferta.

4) Fidelización: A fin de asegurar que el cliente vuelva se la otorgará un código de descuento para el próximo servicio y se le ofrecerá una membresía.

- Identifique con claridad la hoja de ruta del emprendimiento, estableciendo de paso los principales hitos de la organización.

La hoja de ruta del emprendimiento que hemos seguido ha sido:

- 1) Búsqueda de una problemática presente a resolver
- 2) Ideación
- 3) Investigación preliminar del mercado en que se pretende incursionar
- 4) Definición del Buyer-persona
- 5) Posibles segmentos a atender
- 6) Definición segmento elegido y entendimiento del mismo (pains and gains)
- 7) Investigación a fonde del mercado
- 8) Generación de un prototipado
- 9) Prueba del prototipo
- 10) Validación interés del consumidor
- 11) Construcción del modelo de negocio
- 12) Planeación financiera
- 13) Reinversión debido a la no viabilidad económica
- 14) Posibilidad de expansión modelo de negocio a uno B2B + B2C
- 15) Validación financiera del impacto de la posible expansión
- 16) Inicio de operaciones como prueba piloto

- Indague sobre la relevancia de tener enfoque internacional a futuro.

Por ahora, la internacionalización no es una opción. Esto, en virtud de que incluso ni siquiera volverla nacional lo es.

En este momento la operación es absolutamente regional para BOGOTÁ únicamente. La cobertura que podemos garantizar en el momento es en la ciudad de Bogotá y en este momento no hay posibilidad de otra cosa.

### 3.4. Análisis económico

**Figura 9.** Tabla de ingresos primeros 2 años

Tabla de ingresos primeros 2 años

0													
Unidades vendidas (Año 1 y año 2)													
Año 1	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Total
Piomeria	14	15	15	16	17	17	17	18	18	19	19	20	205
Pintura	14	15	15	16	17	17	17	18	18	19	19	20	205
Adecuacione	14	15	15	16	17	17	17	18	18	19	19	20	205
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>45</b>	<b>45</b>	<b>48</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>51</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>57</b>	<b>57</b>	<b>60</b>	<b>615</b>
Año 2	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Total
Piomeria	20	20	21	21	21	22	22	23	24	24	25	25	268
Pintura	20	20	21	21	21	22	22	23	24	24	25	25	268
Adecuacione	20	20	21	21	21	22	22	23	24	24	25	25	268
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>66</b>	<b>69</b>	<b>72</b>	<b>72</b>	<b>75</b>	<b>75</b>	<b>804</b>
Precio de Venta													
Defina el incremento anual	10.5%												
Producto	Año 1	Año 2											
Piomeria	\$ 100.000	\$ 110.500	\$ 250.000,00	\$ 276.250,00									
Pintura	\$ 120.000	\$ 132.600	\$ 300.000,00	\$ 331.500,00									
Adecuacione	\$ 100.000	\$ 110.500	\$ 250.000,00	\$ 276.250,00									
Ingreso por ventas													
Año 1	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Total
Piomeria	1.400.000	1.500.000	1.500.000	1.600.000	1.700.000	1.700.000	1.800.000	1.800.000	1.900.000	1.900.000	2.000.000	2.000.000	20.500.000
Pintura	1.680.000	1.800.000	1.800.000	1.920.000	2.040.000	2.040.000	2.160.000	2.160.000	2.280.000	2.280.000	2.400.000	2.400.000	24.600.000
Adecuacione	1.400.000	1.500.000	1.500.000	1.600.000	1.700.000	1.700.000	1.800.000	1.800.000	1.900.000	1.900.000	2.000.000	2.000.000	20.500.000
<b>Total</b>	<b>4.480.000</b>	<b>4.800.000</b>	<b>4.800.000</b>	<b>5.120.000</b>	<b>5.440.000</b>	<b>5.440.000</b>	<b>5.760.000</b>	<b>5.760.000</b>	<b>6.080.000</b>	<b>6.080.000</b>	<b>6.400.000</b>	<b>6.400.000</b>	<b>65.600.000</b>
Año 2	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Total
Piomeria	2.210.000	2.210.000	2.320.500	2.320.500	2.320.500	2.431.000	2.431.000	2.541.500	2.541.500	2.652.000	2.652.000	2.762.500	29.614.000
Pintura	2.652.000	2.652.000	2.784.600	2.784.600	2.784.600	2.917.200	2.917.200	3.049.800	3.182.400	3.182.400	3.315.000	3.315.000	35.536.800
Adecuacione	2.210.000	2.210.000	2.320.500	2.320.500	2.320.500	2.431.000	2.431.000	2.541.500	2.541.500	2.652.000	2.652.000	2.762.500	29.614.000
<b>Total</b>	<b>7.072.000</b>	<b>7.072.000</b>	<b>7.425.600</b>	<b>7.425.600</b>	<b>7.425.600</b>	<b>7.779.200</b>	<b>7.779.200</b>	<b>8.132.800</b>	<b>8.132.800</b>	<b>8.486.400</b>	<b>8.486.400</b>	<b>8.840.000</b>	<b>94.764.800</b>

Fuente: Creación propia

Estos son los ingresos estimados para los dos primeros años, años en los cuales funcionaremos con un modelo B2C. La predicción se hace tomando en cuenta la capacidad operativa que tendríamos para cumplir con la demanda durante los dos primeros años. Se hace una estimación con un monto mínimo del valor que tendría un servicio.

A pesar de ello, esta estimación es variable únicamente hacia arriba, evento que genera mucha expectativa en cuanto a todo lo que podrían llegar a subir los ingresos en cada periodo de tiempo evaluado.

### **3.5. Descripción del equipo**

La empresa estará formada por:

- Un consejo de administración que deberá tener amplia experiencia en el sector o área de negocio del proyecto, así como en la toma de decisiones estratégicas y de alto nivel. Sólidas dotes de liderazgo, comunicación, negociación y análisis. Profundo conocimiento del entorno empresarial y competitivo. Miembros con diferentes perspectivas y experiencias, que garanticen una visión integral del proyecto.

#### **Figura 10.**

Habilidades miembros junta directiva

## Junta directiva

**01**



Miembros con amplia experiencia en el sector o área de negocio del proyecto, así como en la toma de decisiones estratégicas y de alto nivel.

**02**



Gran capacidad de liderazgo, comunicación, negociación y análisis. Profundo conocimiento del negocio y del entorno competitivo.

**03**



Miembros con diferentes perspectivas y experiencias, lo que garantiza una visión global del proyecto.

Fuente: Creación propia

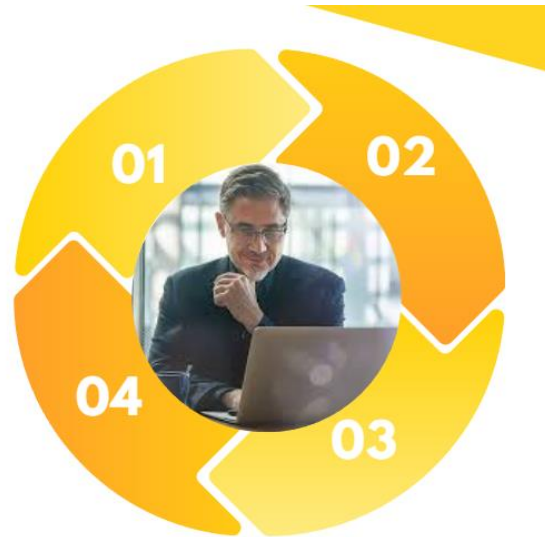
- El gerente general debe tener la capacidad de motivar, inspirar y dirigir a un equipo diverso para lograr los objetivos del proyecto; la capacidad de comunicar claramente los objetivos, planes y avances del proyecto a las partes interesadas; y la capacidad de planificar, organizar y ejecutar las tareas del proyecto de manera eficiente, cumpliendo con los plazos y presupuestos establecidos. La capacidad de tomar decisiones correctas bajo presión y con información incompleta requiere un profundo conocimiento del área temática del proyecto y de las tecnologías o metodologías implicadas.

**Figura 11.**

Habilidades del gerente

## Gerente

- 01** Capacidad para motivar, inspirar y dirigir a un equipo diverso para alcanzar los objetivos del proyecto.
- 02** Capacidad para comunicar claramente a las partes interesadas los objetivos, planes y progresos de los proyectos.
- 03** Capacidad para planificar, organizar y ejecutar tareas con eficacia, cumpliendo los plazos y presupuestos establecidos.
- 04** Capacidad para tomar decisiones correctas bajo presión y con información incompleta.
- 05** Conocimiento profundo del tema del proyecto y de las tecnologías o metodologías implicadas.



Fuente: Creación propia

- El gestor de proyectos debe tener conocimientos y experiencia en metodologías y herramientas de gestión de proyectos. Por otro lado, la capacidad de planificar, organizar y ejecutar tareas de forma detallada y precisa; la capacidad de identificar, evaluar y gestionar los riesgos del proyecto.

**Figura 12.**

Habilidades gerente de proyectos



Fuente: Creación proyectos

- El financiero debe tener sólidos conocimientos de principios financieros, análisis de inversiones y evaluación de riesgos, así como capacidad para identificar oportunidades de inversión y comprender el potencial de rentabilidad del proyecto. Capacidad para asumir riesgos calculados y aceptar la posibilidad de pérdidas, conocimiento del sector o área de negocio del proyecto y de las tendencias del mercado.

**Figura 13.**

Habilidades financiero

## Financiero

- 01** Conocimientos sólidos de principios financieros, análisis de inversiones y evaluación de riesgos.
- 02** Capacidad para identificar oportunidades de inversión y comprender el potencial de rentabilidad del proyecto.
- 03** Capacidad para asumir riesgos calculados y aceptar la posibilidad de pérdidas.
- 04** Conocimiento del sector o área de negocio del proyecto y de las tendencias del mercado.



Fuente: Creación propia

### 3.6. Cantidad de capital requerida para crecer

**Figura 14.**

Tabla distribución préstamo



**Préstamo inicial**  
100'000'000 cop  
Tasa efectiva anual 31%

Category	Monthly amount	Anual amount
Developer	\$ 2.500.000	\$ 30.000.000
Domain	\$ 20.000	\$ 20.000
hosting	\$ 16.000	\$ 192.000
Uniforms	\$ 720.000	\$ 1.080.000
Advertising	\$ 4.500.000	\$ 54.000.000
Website initial investment	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
Computers	\$ 3.000.000	\$ 9.000.000
Operational permise CC	\$ 128.000	\$ 128.000
Incidental expenses	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
<b>Total</b>	<b>\$ 16.884.000</b>	<b>\$ 111.420.000</b>

Fuente: Creación Propia

El capital mínimo necesario para iniciar las operaciones es de 120.000.000 COP. De estos, 20 millones de pesos serán aportados por el fundador de la compañía (mi persona) y para los 100 restantes se obtendrá un préstamo de 100.000.000 COP que se distribuirán durante el primer año de funcionamiento de la manera en que se observa en la tabla.

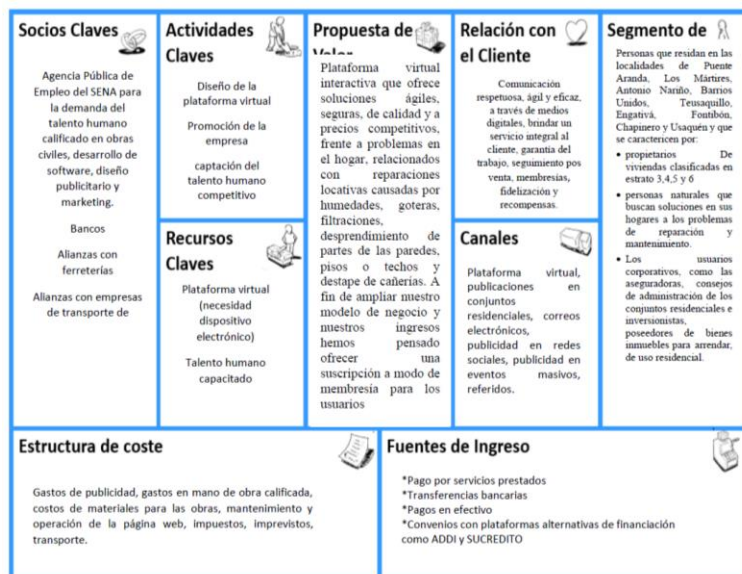
#### **4. Descripción del plan de crecimiento a largo plazo**

Para impulsar el crecimiento de nuestro emprendimiento durante los dos primeros años se ha diseñado una propuesta de valor integral que dé cuenta de cómo se piensa dar a conocer y hacer crecer el negocio con base en los resultados y la comunicación con los clientes.

Confiamos en que ejecutando esta propuesta de valor como acá se indica el emprendimiento va a crecer bastante durante los dos primeros años, para así poder implementar la estrategia de pivotación del modelo de negocio.

Figura 15.

## Business canvass model



Fuente: Creación propia

- Propuesta de valor:
  - Acceso cómodo y rápido a fontaneros y técnicos expertos de las diversas áreas.
  - Soluciones fiables para los problemas del hogar.
  - Eliminación de las molestias y la frustración de buscar y contactar con un fontanero.
  - Garantías de satisfacción que proporcionan tranquilidad a los clientes.
  - Facilita la vuelta a la funcionalidad normal del hogar de forma eficiente y asequible.

- Actividades clave:
  - Selección y verificación del técnico: Proceso de contratación, evaluación de competencias y certificaciones, así como comprobación de antecedentes para garantizar la calidad y fiabilidad de los fontaneros registrados.
  - Atención al cliente: Proporcionar apoyo y asistencia a los usuarios, responder a las consultas, gestionar las reclamaciones y garantizar la satisfacción del cliente.
  - Gestión de la calidad: Supervisar y mantener altos niveles de servicio, recoger opiniones de los clientes y hacer un seguimiento de su satisfacción para mejorar continuamente la experiencia del usuario.
  - Marketing y promoción: Estrategias para promocionar la plataforma, atraer a nuevos clientes y fontaneros, así como fomentar la fidelidad de los usuarios existentes.
  - Formación continua: Impartir programas de formación y desarrollo profesional para fontaneros, garantizando que estén al día de las últimas técnicas y normas del sector.
  - Evaluación del rendimiento: Realizar revisiones periódicas del rendimiento de los fontaneros, asegurándose de que cumplen los estándares de calidad y proporcionan un servicio excepcional.
  
- Fuentes de ingresos:

- Comisiones por transacción: Obtenga ingresos cobrando una tarifa por cada servicio de fontanería completado a través de la plataforma.
  - Tarifas de afiliación premium: Ofrecer niveles de afiliación premium con funciones adicionales o acceso exclusivo a servicios.
  - Publicidad y patrocinios: Genera ingresos vendiendo espacios publicitarios a empresas relacionadas con el sector de la construcción y el hogar en la plataforma.
  - Modelos de afiliación: Gane comisiones remitiendo clientes a proveedores de materiales de fontanería u otros servicios complementarios.
  - Cuotas de suscripción: Cobrar una cuota recurrente a los fontaneros registrados por el acceso a la plataforma y sus ventajas.
- Estructura de costes:
    - Desarrollo y mantenimiento de la plataforma: Costes asociados a la creación y actualización continua del sitio web o la aplicación móvil.
    - Gastos de marketing y publicidad: Inversión en campañas publicitarias para promocionar la plataforma y atraer tanto a fontaneros como a clientes.
    - Gastos de personal: Salarios y prestaciones de los empleados encargados de la gestión de la plataforma, atención al cliente, marketing, desarrollo y otras áreas.
    - Gastos de funcionamiento: Gastos generales como alquiler de oficinas, servicios públicos, seguros y otros costes administrativos.

➤ Costes de cumplimiento y regulación: Gastos asociados al cumplimiento de las leyes y normativas locales, incluidas licencias y permisos.

- Asociaciones clave

➤ Somos conscientes de lo importantes que son las asociaciones para nuestra amplia plataforma de reparación y mantenimiento de viviendas, y por eso colaboramos con empresas de servicios públicos para difundir soluciones de ahorro energético y prestar servicios como el aislamiento de viviendas y las reparaciones eléctricas. Esto no sólo es bueno para el medio ambiente, sino que también amplía nuestra oferta de servicios para cubrir una amplia gama de necesidades del hogar. Trabajar estrechamente con plataformas de gestión inmobiliaria también es importante para nosotros, ya que nos ayuda a agilizar los servicios de mantenimiento para propietarios e inquilinos por igual, asegurándonos de que somos rápidos y eficientes con soluciones para diversas tareas de reparación del hogar. No olvidemos nuestra colaboración con asociaciones profesionales en los campos de la construcción y el mantenimiento; esto nos da acceso a profesionales certificados, desde electricistas a pintores y contratistas generales.

- Recursos clave

➤ Contamos con una variedad de herramientas en nuestro conjunto de herramientas para proporcionar servicios de reparación y mantenimiento de

viviendas de alta calidad. En el centro de todo ello se encuentra nuestra plataforma tecnológica, que sirve como un centro en línea (ya sea a través de un sitio web o una aplicación móvil) donde los clientes pueden solicitar fácilmente los servicios, explorar sus opciones, y programar citas con nuestra red de profesionales. Por supuesto, sin nuestro personal cualificado no podríamos hacer lo que hacemos, por eso mantenemos una sólida red de especialistas de confianza y certificados en todo tipo de sectores. También contamos con un equipo de atención al cliente que está preparado para resolver cualquier duda o dificultad y garantizar la satisfacción de todos. Nuestros recursos de marketing y publicidad, como los anuncios digitales y la creación de marcas, son los que nos permiten correr la voz. Por último, no nos olvidemos de nuestros programas de formación continua para especialistas, que les mantienen al día de las últimas normas y procedimientos, garantizando que siempre ofrecemos un servicio excelente en todas las categorías de reparación del hogar.

- Canales

- Disponemos de numerosas formas de llegar a nuestros clientes y profesionales, asegurándonos de estar presentes allí donde nos necesiten. Nuestra plataforma en línea, ya sea el sitio web o la aplicación, es el lugar al que acuden los clientes para solicitar reparaciones domésticas, explorar sus opciones y programar citas según sea necesario. También somos activos en las redes sociales, utilizando sitios como TikTok, Instagram y Google Ads

para llegar a un público más amplio y conectar con clientes y profesionales. Trabajar en equipo con plataformas de gestión de la propiedad nos proporciona otra forma de llegar a los propietarios e inquilinos que necesitan servicios de mantenimiento. El boca a boca también es muy importante para nosotros; los clientes satisfechos que informan a sus amigos y familiares sobre nosotros es el mejor tipo de marketing.

- Segmentos de clientes

- Nuestra plataforma está diseñada para servir a una amplia gama de personas con diferentes demandas en lo que se refiere a reparaciones y mantenimiento del hogar. Los propietarios de viviendas constituyen una gran parte de nuestra base de clientes, que buscan desde reparaciones eléctricas hasta pintura de paredes; quieren opciones fiables para sus casas, y ahí es donde entramos nosotros. Los inquilinos de viviendas de alquiler son otro segmento importante; con frecuencia necesitan mantenimiento y reparaciones puntuales a través de soluciones de gestión de la propiedad. Las empresas de gestión inmobiliaria también son importantes; gestionan un gran número de propiedades y necesitan soluciones sencillas y eficaces para cada una de ellas. Por último, pero no por ello menos importante, las empresas de construcción y los promotores inmobiliarios también están en nuestro radar; buscan constantemente profesionales cualificados para trabajar en proyectos de todos los tamaños.

- Relaciones con los clientes

➤ Nos centramos en desarrollar relaciones sólidas con nuestros clientes, a través de la oferta de un servicio individualizado, personalizando nuestras soluciones de reparación del hogar a las necesidades específicas de cada cliente. Queremos aprender lo que la gente quiere para poder ofrecer la mejor experiencia posible. Nuestro equipo de atención al cliente está ahí para ayudar con cualquier duda o preocupación. La comunicación es esencial para nosotros; queremos mantener informados a los clientes desde la reserva hasta la finalización. La calidad también es importante para nosotros; nos esforzamos por ofrecer un servicio excelente en todo momento. Es importante destacar que, una vez finalizada la tarea, no desaparecemos; hacemos un seguimiento de los clientes para asegurarnos de su satisfacción y obtener su opinión. Contamos con programas de fidelización, que recompensan a los consumidores leales y los animan a correr la voz.

#### **4.1 Escenarios de crecimiento para el emprendimiento**

El escenario de crecimiento evaluado, deseado y considerado necesario es el pivotar a un modelo de negocio principalmente B2B.

Este escenario que nos permitirá aumentar las ventas exponencialmente requiere de una adaptación de las relaciones comerciales, marketing y canales usados. Al mismo tiempo implica

el músculo financiero para contratar a más personal, un cambio en las relaciones contractuales y los riesgos que aparejan.

En virtud de ello, se implementarán eventos de matchmaking donde podamos darnos a conocer con las diferentes empresas del sector de la construcción. Adicionalmente, ofreceremos nuestros servicios a cualquier tipo de empresa, en especial, a los conjuntos residenciales y oficinas grandes.

#### **4.2 Riesgos y alternativas de crecimiento**

Para lograr el crecimiento del emprendimiento lo que ha sido planteado es expandir el modelo de negocio a uno B2B + B2C después del segundo año de operaciones.

A pesar de que esta expansión del modelo de negocio incrementa considerablemente la posibilidad de éxito del emprendimiento, también aumenta exponencialmente los riesgos porque cualquier fallo implica un gasto mucho más alto para subsanarlo.

Los riesgos de este modelo se incrementan en cada uno de los diferentes ámbitos, legalmente se hace más complicado manejar la contratación de servicios y de personal, financieramente la tributación aumenta y las tasas de interés tienen un mayor impacto en la medida que el préstamo solicitado aumente su monto. Finalmente, los riesgos operativos también aumentan puesto que la logística debe responder muy rápidamente al crecimiento del negocio y cualquier desincronización entre la capacidad para cumplir el servicio ya programado puede ocasionar que toda la confianza obtenida sea reemplazada por la inseguridad frente a nuestra capacidad de cumplimiento.

En virtud del considerable aumento de los riesgos, hemos decidido operar como B2C durante dos años, tiempo en el cual nos acreditaremos y desarrollaremos nuestra operativa. Posterior a ello, consideramos que la escalada en los riesgos que la decisión de mutar a un modelo B2B apareja es un elemento que vale la pena de adoptar puesto que los réditos de la misma son mucho mayores y en definitiva necesarios para llevar a buen puerto este emprendimiento.

## **5. Aprendizajes**

Los aprendizajes durante estos cursos han sido infinitos. Sin embargo, considero que lo más importante que he aprendido es a desaprender y desapegarme de las ideas que quiero que funcionen pero que quizá deban enfocarse desde otro ángulo.

A lo largo de estos cursos constantemente me autoconvencí que una idea o alguna solución debía funcionar de la forma en la que lo estaba pensando y cuando alguien me refutaba, e incluso, cuando yo validaba que no era la mejor aproximación, me molestaba y me frustraba. El aprender que es necesario considerar otros ángulos, escuchar a la experiencia y modificar enfoques en los que me centraba me proporciona las bases para emprender en cualquier actividad que desee.

Además de ese aprendizaje un poco más personal, en la práctica pude aplicar la teoría vista a lo largo de la carrera, la planeación financiera, las matrices, la investigación del mercado, estrategias de mercadeo y demás herramientas usadas han sido fundamentales en mi desarrollo

académico al proporcionarme organización y una estructura para emprender en cualquier industria.

Frente a esta empresa en particular, la información recolectada me ha llevado a la conclusión de que financieramente se tiene una barrera de entrada muy alta para mi músculo financiero actual. El iniciar como negocio B2C para que luego de tener un poco de más acreditación pivotar a un modelo B2B considero que es un muy buen plan para aumentar los ingresos previa acreditación y ver las ganancias esperadas. Sin embargo, esa acreditación que se busca en la etapa de mantener un modelo de negocio B2C nos mantendría, quizá, incluso en pérdidas, durante los primeros años.

Pérdidas que en caso de tener un músculo financiero superior podrían ser soportadas con la expectativa de que al pivotar los ingresos se disparasen. Otra alternativa, podría ser el iniciar con un modelo B2B; sin embargo, nos arriesgamos a que los riesgos tributarios sean superiores y que sin previa acreditación los servicios ofertados no sean de fiar para las empresas ya constituidas.

## **6. Conclusiones**

El principal hallazgo de este trabajo fue el de evidenciar como implementar el modelo de negocio B2B después de un tiempo operativo de 2 años -que se usará para la acreditación profesional de la empresa- puede permitir que esta compañía llegue a tener un futuro viable al reducir el riesgo de una pérdida sostenida prolongada.

El implementar este modelo de negocio implicará una mayor carga tributaria; sin embargo, se proyecta que los ingresos derivados de estos trabajos para empresas de mayor tamaño permitan soportar la carga impositiva derivada, generar ganancias y reinvertir en el crecimiento de la compañía. Esto ocurriría así, en virtud de que los servicios prestados serían de un mayor valor al tratarse de estructuras mucho más grandes y numerosas, dejando réditos suficientes para respaldar de mejor manera la empresa.

La consolidación de la empresa sigue siendo inviable en el corto plazo puesto que las barreras financiera y legal (en cuanto a la contratación de personal por prestación de servicios), son muy altas. Se requiere de una inversión inicial demasiado alta y se cuenta con un riesgo de pérdida muy elevado durante los primeros años de funcionamiento en virtud de la poca acreditación de la plataforma y la gran cantidad de problemas contractuales que pueden llegar a presentarse. A pesar de ello, el pivotar y acrecentar nuestro modelo de negocio permite que este riesgo de pérdida disminuya y hace muy atractivo una inversión a mediano plazo en este emprendimiento, inversión que debe hacerse con la consciencia de poder soportar financieramente pérdidas en un inicio.

Este trabajo está limitado en cuanto al impacto financiero de la expansión del negocio a uno B2B en los ingresos de la empresa. Por este motivo, en un futuro ha de evaluarse concretamente como podría el expandir el modelo de negocio a uno B2B + B2C proporcionar los ingresos necesarios para el éxito de la compañía y que alternativas se plantearían en caso de un accidente laboral.

## 7. Referencias Bibliográficas

Arch G. Woodside & Roger Baxter. (2013). *Deep Knowledge of B2B Relationships Within and Across Borders: Vol. 1<sup>st</sup> ed.* Emerald Group Publishing Limited.

Alipour, H., Sheikhi, K., & Smaeili, M. (2009). Parallelism Exploration in B2C and B2B Systems. *International Journal of Information Science & Management*, 7(2), 67-86.

Cartwright, S., Liu, H., & Raddats, C. (2021). Strategic use of social media within business-to-business (B2B) marketing: A systematic literature review. *Industrial Marketing Management*, 97, 35-58. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.06.005>

CatastroDistrital. (2023). *Censo Inmobiliario Bogota 2023*.  
<https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/recursos/Censo%20Inmobiliario%20Bogota%202023%20Print%20%281%29.pdf>

Development, O. f.-o. (2022). *EMIS UNIVERSITY*. Obtenido de <https://www-emis-com.ez.urosario.edu.co/php/industries/statistics?indu=444>

Dane, D. de C. y. D. (2023). *ACTUALIZACIÓN POST COVID-19. PROYECCIONES DE POBLACIÓN DEPARTAMENTAL POR ÁREA. PROYECCIONES DE POBLACIÓN A NIVEL DEPARTAMENTAL. PERIODO 2020 - 2050*.  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

DANE. (2020). *Proyecciones de viviendas ocupadas a nivel municipal 2018-2035 Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) - 2018*.  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-viviendas-y-hogares>

LaRepública, C. d. (s.f.). *Código Sustantivo del Trabajo*. Obtenido de

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo\\_sustantivo\\_trabajo.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_sustantivo_trabajo.html)

Madhavaram, S., & Hunt, S. D. (2017). Customizing business-to-business (B2B) professional services: The role of intellectual capital and internal social capital. *Journal of Business Research*, 74, 38-46. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.01.007>

Modelo de negocio B2B: lo que debes saber. (2023, junio 21). *Roiting*.

<https://www.roiting.com/blog/modelo-negocio-b2b/>

(S/f). Pipedrive.com. Recuperado el 22 de mayo de 2024, de

<https://www.pipedrive.com/es/blog/que-es-b2b-b2c>

## ANEXOS

- a) Escenarios ventas
- b) Service blue print
- c) Customer journey map