

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1.	JUSTIFICACIÓN	1
1.2.	OBJETIVOS	2
1.2.1.	Objetivo General	2
1.2.2.	Objetivos Especificos	2
2.	METODOLOGÍA	3
2.1.	DIAGNÓSTICO	3
2.2.	SÍNTESIS DIAGNÓSTICO	3
2.3.	ESTRATEGIA	3
2.4.	EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL NEGOCIO	4
2.5.	CONCLUSIÓN FINAL	4
3.	DIAGNÓSTICO	5
3.1.	MERCADO POTENCIAL	5
3.2.	CLIENTES	8
3.2.1.	Conocimiento de Marca.....	8
3.2.2.	Etapas para adquirir servicios de Hormigón.....	9
3.2.3.	Atributos de los laboratorios y posicionamiento de marca.....	10
3.2.4.	Atributos de la cotización.....	11
3.2.5.	Atributos de la compra.....	13
3.2.6.	Atributos del pago	14
3.2.7.	Hipótesis de servicio.....	15
3.3.	COMPETENCIA	17
3.4.	MACROENTORNO	19
3.4.1.	Estado del mercado de la construcción	19
3.5.	ANÁLISIS INTERNO	21
3.5.1.	Reseña de la Organización.....	21
3.5.2.	Misión.....	21
3.5.3.	Servicios ofrecidos.....	21
3.5.4.	Estructura Organizacional	21
3.5.5.	Sistemas que utiliza Idiem.....	21
3.5.6.	Flujo de Venta y Facturación	23
3.5.7.	Costos de Servir.....	24
3.5.8.	Costos por adquirir clientes nuevos	24
3.5.9.	Venta de ensayos por tipo de cliente	25
4.	SÍNTESIS DEL DIAGNÓSTICO	26
5.	ESTRATEGIA	28
5.1.	OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA	28
5.2.	SEGMENTO OBJETIVO	28
5.3.	ESTRATEGIA DE PRODUCTO	29
5.3.1.	Definición del producto	29
5.3.2.	Propuesta de valor	30
5.4.	ESTRATEGIA DE PRECIOS	30
5.5.	ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y POSICIONAMIENTO	31
5.5.1.	Objetivo comunicacional.....	31
5.5.2.	Grupo Objetivo	31
5.5.3.	Promesa y soporte de la misma	32
5.5.4.	Plan de medios y venta del servicio	32
5.5.5.	Declaración de posicionamiento.....	33
5.6.	FACTIBILIDAD TÉCNICA	33

5.6.1.	Arquitectura de la solución.....	33
5.6.2.	Implementación de la solución.....	35
6.	ANÁLISIS ECONÓMICO	37
6.1.	MODELO UTILIZADO PARA EL ANÁLISIS ECONÓMICO.	37
6.2.	CÁLCULO DE TASA DE DESCUENTO	37
6.3.	ESTIMACIÓN DE FLUJOS FUTUROS	38
6.4.	CÁLCULO DEL VALOR RESIDUAL DEL PROYECTO.....	39
6.5.	CÁLCULO DEL VAN Y EL TIR.....	40
6.6.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	41
7.	CONCLUSIONES	43
8.	BIBLIOGRAFIA	46
9.	ANEXOS	47
9.1.	ANEXO A: ENCUESTA REALIZADA	47
9.2.	ANEXO B: ESTIMACIÓN DE LAS PERSONAS A CERGO DEL CHAT.....	52

Índice de figuras y tablas

Tabla 3.1	Despachos de Hormigón desde enero de 2015 a agosto de 2016	5
Tabla 3.2	Despachos de Cemento desde enero de 2015 a agosto de 2016	6
Tabla 3.3	Sacos de cemento para hacer 1 m ³ de Hormigón.....	7
Tabla 3.4	Tamaño de mercado de las muestras de hormigón.....	7
Fig. 3.5	Gráfico de mención espontánea.....	8
Fig. 3.6	Gráfico de mención ayudada.....	9
Tabla 3.7	Importancia de las etapas al adquirir un servicio de análisis de hormigón	10
Fig. 3.8	Importancia de los atributos de los laboratorios.....	10
Fig. 3.9	Diagrama de posicionamiento.....	11
Fig. 3.10	Importancia de atributos al cotizar	12
Tabla 3.11	Posicionamiento de los canales según atributo de cotización	12
Fig. 3.12	Importancia de atributos al cotizar	13
Tabla 3.13	Posicionamiento de los canales según atributo de compra.....	14
Fig. 3.14	Importancia de atributos al pagar	15
Fig. 3.15	Posicionamiento de los canales según atributo de pago	15
Tabla 3.16	Ventajas y desventajas de la hipótesis de servicio respecto a la cotización	16
Tabla 3.17	Ventajas y desventajas de la hipótesis de servicio respecto a la compra.....	16
Tabla 3.18	Ventajas y desventajas de la hipótesis de servicio respecto al pago	17
Tabla 3.19	Canales y recursos tecnológicos que los laboratorios entregan al cliente....	18
Tabla 3.20	Ventas de viviendas	20
Fig. 3.21	Ventas de viviendas.....	20
Fig. 3.22	Despachos de Hormigón	20
Fig. 3.23	Organigrama de Idiem.....	22
Fig. 3.24	Creación actual de nuevo cliente.....	23
Fig. 3.25	Proceso de compra y facturación a cliente	23
Fig. 3.26	Ventas mensuales (diciembre proyectado) durante el año 2016 de la DHC	25
Tabla 4.1	Fortalezas y Oportunidades	26
Tabla 4.2	Debilidades y Amenazas	27
Tabla 5.1	Beneficios funcionales percibidos por el cliente	30
Fig. 5.2	Promesa al cliente y soporte de ésta	32
Tabla 5.3	Medios y justificación de su uso	32

Fig. 5.4 Arquitectura Técnica de la solución	34
Tabla 5.5 Costos de implementación y Tiempos para la solución interna	35
Tabla 5.6 Costos de implementación y Tiempos para la solución externa	36
Tabla 6.1: Proyección de 12 meses de margen operacional del proyecto.....	39
Tabla 6.2: Proyección de 12 meses del capital de trabajo	39