

COTIZAPP



Integrantes del Proyecto

Paula Andrea Ramírez Rubiano
Wilmer Villarreal Cardozo

noviembre 2021

Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca
Facultad de Ingeniería y Arquitectura
Programa Construcción y Gestión en Arquitectura

Componentes temáticos:
Proyecto de Investigación y Desarrollo

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
CONSTRUCCIÓN Y GESTIÓN EN ARQUITECTURA

Contenido

INTRODUCCIÓN	7
1. RESUMEN EJECUTIVO	7
1.1. Concepto de negocio	7
1.2. Potencial del mercado en cifras	7
1.3. Ventaja competitiva y propuesta de valor.	8
2. LA EMPRESA	10
2.1. Nombre de la empresa	10
2.2. Actividad de la empresa	10
2.2.1. Sector productivo en que se encuentra la empresa	10
2.2.2. Clientes a quien se dirige.....	10
2.3. Visión y Misión	10
2.4. Objetivo de la empresa	10
2.5. Razón social y logo	11
2.6. Referencia de los promotores	12
2.7. Localización de la empresa	13
3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	14
3.1. Presentación.....	14
3.2. Ficha Técnica	15
3.3. Área de investigación.	16
3.4. Tema de investigación.....	16
3.5. Título de la investigación.	16
3.6. Línea de investigación.....	16
3.7. Tipo y clase de investigación	16
3.8. Objetivo general y específicos del producto o servicio.....	16
3.9. Herramientas de investigación utilizadas.	17
4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	18
4.1. Formulación del problema a investigar.	18
4.1.1. Árbol del problema causas y consecuencias, descripción.	18
4.1.2. Árbol del objetivo medios y fines, definición.	19
4.1.3. Delimitaciones geográficas	20
.....	20

4.1.4.	Delimitación temática.....	20
4.1.5.	Árbol de objetivos, logros e insumos	21
4.2	Descripción.....	21
4.2.1.	Concepto general del producto o servicio	21
4.2.2.	Impacto tecnológico, social y ambiental.	22
4.2.3.	Potencial innovador.....	22
4.3	Justificaciones del problema a investigar.	23
4.3.1.	Justificación Ambiental	23
4.3.2.	Justificación Social.....	23
4.3.3.	Justificación Económica.....	23
4.3.4.	Justificación Profesional.....	23
4.3.5.	Justificación Tecnológica	24
4.3.6.	Necesidades que satisface.....	24
4.3.7.	Impacto ambiental.	24
4.4.	Metodología de la investigación.....	24
4.4.1.	Alcance.....	24
4.4.2.	Procedimientos.	25
4.5.	Antecedente del problema a investigar.....	25
4.7.1.	Marco Teórico	25
4.7.2.	Marco Histórico.....	26
4.7.3.	Marco Normativo	26
4.7.4.	Marco Productivo	27
5.	NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO	28
5.1.	Nombre e imagen del producto o servicio.....	28
5.2.	Composición del producto o servicio.	28
5.2.1.	Insumos, elementos y componentes del servicio.....	28
5.2.2.	Especificaciones técnicas del producto.	29
5.2.3.	Ventajas comparativas.....	29
5.2.4.	Presentación del producto, dimensiones, modalidades, requisitos, periodicidad, características de uso.	29
5.3.	Proceso de Producción del producto.	30

5.3.1.	Identificación de las actividades necesarias para el diseño, puesta en marcha y producción.	30
5.3.2.	Duración del ciclo productivo.	30
5.3.3.	Capacidad instalada.	31
5.3.4.	Proceso de control de calidad.	31
5.3.5.	Puesta en marcha, en obra o en el mercado.	31
5.4.	Necesidades y requerimientos.	31
5.4.1.	Costos globales de producción	31
6.	GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA.....	32
6.1.	Políticas empresariales.	32
6.1.1.	Visión	32
6.1.2.	Misión.....	32
6.2.	Estructura organizacional.	33
6.2.1.	Departamentalización de la empresa.	33
6.2.2.	Organigrama, recursos humanos.	33
6.3.	Constitución de la empresa y aspectos legales.	34
6.3.1.	Tipo de sociedad a constituir.....	36
6.3.2.	Análisis y aplicación de la legislación vigente.....	36
6.3.3.	Protección intelectual e industrial de los productos o servicios.	36
7.	PLAN FINANCIERO	37
7.1.	Precio del producto o servicio	37
7.2.	Costos de publicidad	37
7.3.	Proyección de ventas	38
7.6	Fichas técnicas..... ¡Error! Marcador no definido.	
7.6.1.	Ficha de producción	39
7.7.1.	Presupuesto de inversión	40
7.7.2.	Presupuesto de costos	40
7.8.	Proceso de Administración.....	41
7.8.1.	Organigrama.....	41
7.8.2.	Funciones.....	41
7.9.	Plan Financiero.....	42
8.	CONCLUSIONES.....	43

9.	GLOSARIO DE TÉRMINOS Y VOCABULARIO	44
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	45
11.	ANEXOS.....	47

Cuadro de Ilustraciones

Ilustración 1:	Encuesta disposición del público al pagar o no por una app de compras.....	7
Ilustración 2	Competidores.....	8
Ilustración 3	Logo COTIZAPP.....	11
Ilustración 4	<i>Primer promotor Paula Andrea Ramírez Rubiano</i>	12
Ilustración 5	Segundo promotor- Wilmer Villarreal Cardozo	12
Ilustración 6	Localización de la empresa.....	13
Ilustración 7	Arquitectura de la aplicación	14
Ilustración 8	Ficha técnica	15
Ilustración 9	Árbol de problemas.....	18
Ilustración 10	Árbol de medios y fines	19
Ilustración 11	Delimitaciones Geográficas.....	20
Ilustración 12	Árbol de objetivos logros e insumos.....	21
Ilustración 13	Marco normativo	26
Ilustración 14	Producto	28
Ilustración 15	Sistemas operativos	29
Ilustración 16	Ciclo productivo	30
Ilustración 17	Jerarquía.....	33
Ilustración 18	Estatutos.....	34
Ilustración 19	Ficha de producción.....	39

INTRODUCCIÓN

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. Concepto de negocio

La tecnología es una herramienta importante hoy en día ayudando a cualquier sector de la economía, en la construcción se puede obtener mejor calidad en menor tiempo y estos dos combinados genera menos costos sin embargo al día de hoy no se ha explotado o utilizado totalmente esta ayuda

Basándonos en lo anterior nace una plataforma hecha netamente con el fin de mejorar el medio de compra de materiales de construcción COTIZAPP Es una aplicación la cual se centra en la prestación de servicio para compra de material de construcción por medio de una base de datos e información previamente adquirida por cada uno de los proveedores (esta se encontrará siempre actualizada), los cuales brindará al cliente información de primera mano de los productos del interés del cliente compitiendo con sus mejores productos, precios y calidad para poder ser competitivos en un mercado cambiante y dinámico.

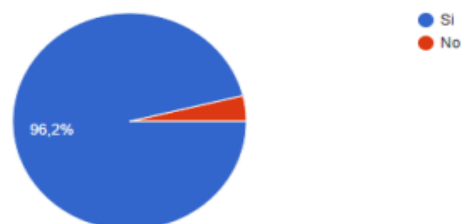
1.2. Potencial del mercado en cifras

De acuerdo a varias entrevistas realizadas se determina que una gran cantidad de personas que trabajan en la construcción estarían dispuestas a adquirir un producto como el ofrecido, de 26 entrevistas el 96,2% estaría dispuesto a adquirir una aplicación para la ayuda de compras en construcción.

Ilustración 1:

Encuesta disposición del público al pagar o no por una app de compras

26 respuestas







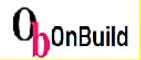

Fuente: Cotizapp, 2020

1.3. Ventaja competitiva y propuesta de valor.

Para hablar de ventajas competitivas primero debemos conocer competencia, por esta razón se realiza la determinación de competidores en el mercado.

Ilustración 2 Competidores

CALIFICACIÓN COMPETIDORES							
COMPETIDORES POTENCIALES	Calificación	CRITERIO MISMO SEGMENTO	Calificación	CRITERIO TAMAÑO EMPRESA	Calificación	CRITERIO SATISFACEN LA MISMA NECESIDAD	TOTAL
CONSTRURAMA 	6	Construrama es un espacio que busca interconectar con la red de ferreterías más grande de Latinoamérica, sus eventos más relevantes y algunas opiniones de los miembros que la conforman, adicionalmente Construrama es la red de distribución de materiales para construcción de mayor cobertura en México y con presencia en Latinoamérica.	8	Construrama es una multinacional que pertenece a CEMEX Innovation Holding Ltd.	7	En su catalogo ofrecen productos relacionados con la construcción de los asociados CEMEX	21
LICIFY 	7	según su presentación de empresa por medios digitales dicen que son una plataforma creadora de licitaciones y compras rápidas de material de construcción	7	En base y referencia a los demás competidores de este rubro y a las estadísticas de proveedores que reflejan en su pagina web establecemos a LICIFY como una empresa mediana. Si tomamos como referencia la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), Construshop se encuentra en el rango de empresa pequeña, pues su patrimonio se encuentra en el rango de los 500 y 5000 SMM.V.	6	ofrece comprar y adjudicar ofertas de miles de proveedores certificados para un mejor precio y calidad	20
CONSTRUSHOP 	7	Construshop según información suministrada por ellos mismos son una aplicación que busca facilitarle la experiencia de compra a sus clientes, poniendo a su disposición todos los materiales que necesitan para la construcción de vivienda con solo un click, sin necesidad de trasladarse, ya que hacemos entrega de sus pedidos en la dirección solicitada y en el rango de horario indicado.	7	Si tomamos como referencia la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones (Ley 905 de 2004), Construshop se encuentra en el rango de empresa pequeña, pues su patrimonio se encuentra en el rango de los 500 y 5000 SMM.V.	8	según su presentación de empresa son "abastecimiento de materiales para la construcción más fácil, rápida y económica, buscando que nuestros clientes dediquen su tiempo en actividades que realmente generen valor."	22

<p style="text-align: center;">OFERTIA</p> 	7	<p>Ofertia presta servicio del consumidor agrupando en su plataforma móvil y web los catálogos de las principales grandes superficies y tiendas locales, así como las mejores promociones y ofertas.</p>	7	<p>Ofertia Colombia Retail Services Sas (ofertia) es un segmento de Mediapost Spain el cual es una compañía especialista en marketing relacional, lo que convierte a ofertia en una multinacional puesto que tiene operaciones en mas de cinco países.</p>	6	<p>Ofertia Colombia brinda cobertura a los siguientes campos del mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Electrónica •Construcción •Hogar •Moda •Motor •Viajes •Deportes •Juguetes •Droguería •Bancos •Restaurantes <p>Si bien el campo de acción es bastante amplio no se especializa en el mercado de la construcción y se centra en las grandes superficies</p>	20
<p style="text-align: center;">ON BUILD</p> 	6	<p>ONBUILD según su app se describen a ellos mismos como un canal distribuidor de ventas, proporcionado varios servicios como optimización de tiempo, ahorro de dinero y</p>	6	<p>En base y referencia a los demás competidores de este rubro establecemos a OnBuild como una empresa pequeña.</p>	7	<p>ofrese varios servicios como creación de presupuestos, compra y distribución del material requerido con diferentes tipos de proveedores para el mismo presupuesto</p>	19
<p style="text-align: center;">TUL</p> 	9	<p>Tul se describe a si misma como: "Somos la aplicación aliada del sector ferretero en Latinoamérica. En tul trabajamos para que tu negocio continúe creciendo al comprar fácil, rápido y a los mejores precios del mercado todos los productos que necesites."</p>	10	<p>Si bien TUL es una compañía relativamente nueva (se fundó en febrero de 2020), por su presencia en diversos países de América latina y por su capital el cual sabemos por la revista Forbes Colombia es de mas de 4 millones de dólares entra en la clasificación como una multinacional.</p>	9	<p>La aplicación brinda cobertura a los siguientes campos del mercado:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Materiales eléctricos. •Baños y cocinas. •Drywall y complementarios. •Agricultura y jardín. •Ferretería. •Herramientas. •Mantenimiento y ase. •Materiales de construcción. •Pinturas y acabados. •Pisos y paredes. •Plomería. •Seguridad industrial. •Techos. 	28

Según investigación de la competencia realizada tenemos 3 competidores fuertes los cuales presentan una alta calificación en el producto, promoción, distribución y precio los cuales son construrama, construshop y tul, este último presenta una fuerte competitividad ya que es un servicio directo, pero contamos con COTIZAPP la cual es una aplicación que se diferencia de la competencia ya que nos basamos en la necesidad del cliente dando soluciones a problemas comunes no tomados en cuenta estando en el proceso de compra desde el inicio hasta la llegada del producto

Nuestra ventaja competitiva esta en la facilidad del manejo de la app, en lo versátil de la misma, buscamos unificar en una sola plataforma el listado de materiales, insumos y profesionales de la construcción en un aplicativo móvil y posteriormente una versión web.

2. LA EMPRESA

2.1. Nombre de la empresa

Nombre de la empresa es COTIZAPP está basado totalmente en el producto ya que se nos centramos como empresa en la cotización de productos por medio de una aplicación nace de la unión de prefijos de las dos cotizar más aplicación

2.2. Actividad de la empresa

2.2.1. Sector productivo en que se encuentra la empresa

COTIZAAP se encuentra en el sector terciario ya que es una prestación de servicio dirigido a la construcción

2.2.2. Clientes a quien se dirige

Nuestros clientes potenciales son grandes o medianas ferreterías, constructoras con utilización de medios innovadores ubicadas en Bogotá, Cundinamarca a los cuales se prestará el servicio de comercialización de productos de construcción al por mayor y menor como

2.3. Visión y Misión

VISIÓN: en 5 años nos vemos ofreciendo un servicio de excelente calidad basado en la necesidad de nuestros clientes, así darnos a conocer entre constructoras del país para ampliación de nuestro negocio

MISIÓN: Brindar a las constructoras medianas y grandes, un servicio útil que permita agilizar procesos tradicionales de compra de materiales de construcción economizando tiempo y dinero, cumpliendo las expectativas del cliente y donde se genere huella por nuestro gran servicio

2.4. Objetivo de la empresa

Ofrecer un servicio de calidad y útil para construcción teniendo en cuenta tanto la opinión como necesidad de nuestro cliente y ofreciendo grandes beneficios como Realizar comparaciones

de precios, especificaciones, formas de pago, que ofrecen diferentes proveedores para un mismo producto por medio de cuadros comparativos, Agilizar temas de cotizaciones, compras, análisis de costos y presupuestos, Dar a conocer a medianas empresas dedicadas a la venta habitual de materiales de construcción, en un espacio donde la competitividad sea de igual a igual

2.5. Razón social y logo

Razón social: COTIZAPP

Ilustración 3
Logo COTIZAPP



Fuente: Cotizapp, 2020

El color juega un papel mucho más importante de lo que se podría pensar, puesto que tiene la capacidad de evocar un significado que puede ser interpretado a través de palabras, conceptos o sensaciones que se ven influenciados a la hora de tomar decisiones de compra.

El color determina la apariencia y personalidad de un logo (Gernsheimer, 2008), así como el logo define a la compañía y promete que sus propias cualidades son representativas de esta (Tyler, 1992). De hecho, el color y la apariencia de un producto afectan el 93% de la decisión de compra.

Seguido de la textura, que afecta el 6% y los sonidos/olores que afectan el 1% de la decisión de compra. Además, la ciencia muestra que el uso adecuado del color aumenta el reconocimiento de marca en un 80%. Por ende, cuando un consumidor se acerca a un producto o servicio que tiene su color favorito, la mayor parte de la decisión de compra ya está hecha.

2.6. Referencia de los promotores

Ilustración 4

Primer promotor Paula Andrea Ramírez Rubiano


	PERFIL DE CARGO	
	PAULA ANDREA RAMIREZ RUBIANO	
	COORDINADORA DE ALIANZAS	
FORMACION ACADEMICA		
PROFESIONAL	Construcción y Gestión en Arquitectura	
TECNOLOGICA	Administración y Ejecución de Construcciones	
EXPERIENCIA		
TIEMPO	3 Años	
M+D CONSTRUCTORA	Residente administrativa	
RCH Constructora SAS	Analista de costos y comptas	
COMPETENCIA ADQUIRIDAS		
Control de costos y presupuestos		
programacion de obra		
analisis de planos		
conocimientos de materiales		

Ilustración 5

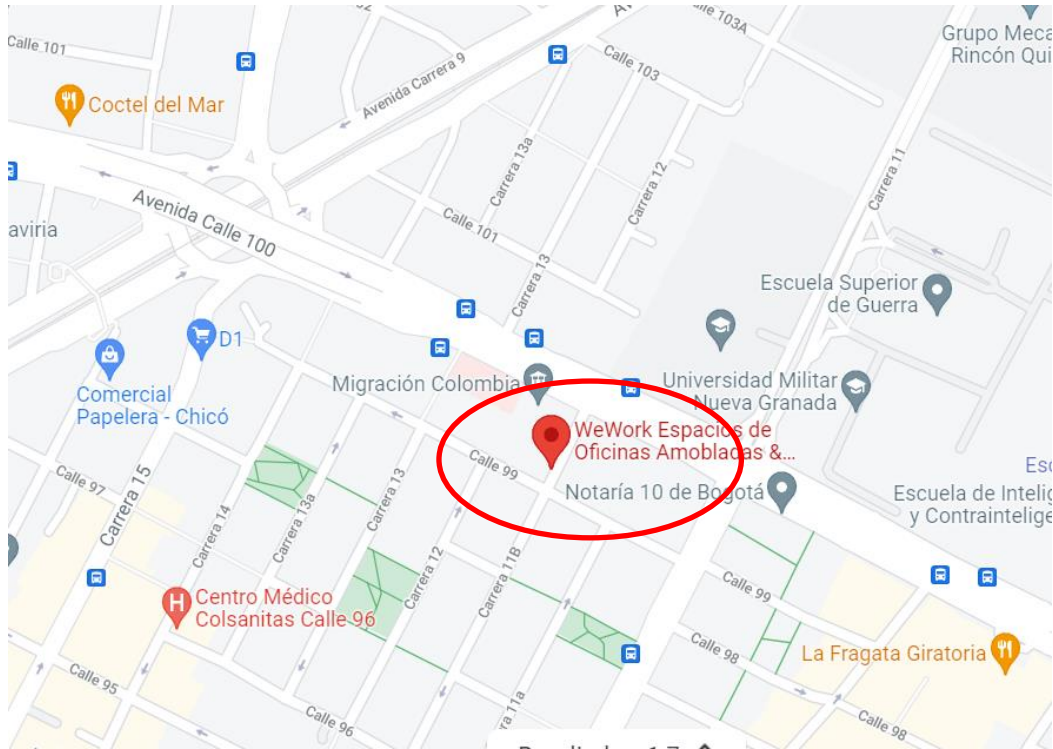
Segundo promotor- Wilmer Villarreal Cardozo

	PERFIL DE CARGO	
	WILMER VILLARREAL CARDOSO	
	GERENTE DE PROCESOS	
FORMACION ACADEMICA		
PROFESIONAL	Construcción y Gestión en Arquitectura	
TECNOLOGICA	Administración y Ejecución de Construcciones	
EXPERIENCIA		
TIEMPO	3 Años	
M+D CONSTRUCTORA	Analista de logistica	
INVERSIONES APOSENTOS	Residente de obra	
COMPETENCIA ADQUIRIDAS		
Control de costos y presupuestos		
programacion de obra		
analisis de planos		
conocimientos de materiales		

2.7. Localización de la empresa

Ilustración 6

Localización de la empresa



Fuente: Google, maps

La ubicación escogida para ser la sede principal y desde donde se desarrolla la operación de Cotizapp es la Av. Cra 19 #100-45, piso 9 del edificio we work puesto que proporciona espacios de trabajo compartidos para empresas emergentes del sector tecnológico.

La ubicación es estratégica, nos ubicamos en una zona de fácil acceso, cerca a la calle 100, en este edificio se concentran empresas del sector inmobiliario, cerca a la sede principal quedan las oficinas centrales de constructoras como amarillo, la torre Cusezar y diversas constructoras medianas y pequeñas.

3. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

3.1. Presentación

Nuestro servicio estará 100% diseñado por nosotros, pero tendremos una ayuda externa en su programación COTIZAPP es un servicio de compra en línea de materiales de construcción una forma rápida segura y adaptable a cada necesidad por medio de diferentes filtros con los cuales contara.

Beneficios

- Una aplicación donde se encontrará todo sobre la búsqueda de materiales de construcción, herramientas y demás.
- Realizar comparaciones de precios, especificaciones, formas de pago, que ofrecen diferentes proveedores para un mismo producto por medio de cuadros comparativos.
- Agilizar temas de cotizaciones, compras, análisis de costos y presupuestos.
- Dar a conocer a medianas empresas dedicadas a la venta habitual de materiales de construcción, en un espacio donde la competitividad sea de igual a igual

Ilustración 7

Arquitectura de la aplicación



Fuente: Cotizapp, 2020

3.2. Ficha Técnica

Ilustración 8

Ficha técnica

The image is a technical sheet for the Cotizapp application, presented in a dark blue background with light blue and grey sections. At the top, the word "COTIZAPP" is written in large, bold, light blue letters, with "FICHA TECNICA" below it in smaller, white, uppercase letters. The first section, titled "DESCRIPCION DEL PRODUCTO" in bold white text, contains a paragraph in white text describing the app as a database of information from providers, offering first-hand product information. To the right of this text is a white box containing a blue shopping cart icon, the word "COTIZAPP" in bold blue letters, and the slogan "TODO PARA SU OBRA A UN CLICK" in smaller blue letters, with a registered trademark symbol below. The second section, titled "DISPONIBLE EN LOS SISTEMAS OPERATIVOS ANDROID & IOS" in bold white text, features icons for Android and Apple on the left and the text "A partir de: Nougat 7.0, iOS 12" on the right. The third section, titled "INTERACTIVA Y DE FÁCIL MANEJO" in bold white text, shows four smartphone screens displaying the app's interface with various icons and data. The fourth section, titled "ACTUALIZACIÓN DE VALORES DEL MERCADO EN TIEMPO REAL" in bold white text, features a blue square icon with a white circular arrow and a percentage sign, and the text "Max. información en: www.cotizapp.com.co" on the right. At the bottom, the slogan "TODO PARA SU OBRA A UN CLICK" is repeated on the left, and a registered trademark symbol is centered.

COTIZAPP

FICHA TECNICA

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

Aplicación la cual se centra en una base de datos e información previamente montada y actualizada por cada uno de los proveedores, lo cual brindara al cliente información de primera mano de los productos ofrecidos directamente de los proveedores.

TODO PARA SU OBRA A UN CLICK

DISPONIBLE EN LOS SISTEMAS OPERATIVOS ANDROID & IOS

A partir de:
Nougat 7.0, iOS 12

INTERACTIVA Y DE FÁCIL MANEJO

ACTUALIZACIÓN DE VALORES DEL MERCADO EN TIEMPO REAL

Max. información en:
www.cotizapp.com.co

TODO PARA SU OBRA A UN CLICK

Fuente: Cotizapp, 2020

3.3. Área de investigación.

La presente investigación se realiza en el área de la administración de la construcción más específico en el campo de presupuestos, programación y costos

3.4. Tema de investigación

Aplicaciones para compra de material de construcción

3.5. Título de la investigación.

Manejo de sistemas tecnológicos en la construcción enfocados a compras y control de material

3.6. Línea de investigación

Línea # 03 de investigación, de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca la cual “Pretende apropiarse el acervo documental y el conocimiento en el área de la administración para fortalecer la capacidad de gestión, la competitividad y el liderazgo en las empresas y en los sectores productivos nacionales. En este sentido, se debe ayudar a superar, a partir de la investigación, las deficiencias de competitividad que afectan el aparato productivo colombiano, permitiéndole su inserción y estabilidad dentro del mercado nacional e internacional, de tal forma que exista un incremento de los recursos de producción, empleo, diversificación de productos y rentabilidad.”

3.7. Tipo y clase de investigación

Investigación de tipo exploratoria descriptiva de carácter cuantitativo utilizando fuentes de información secundaria y primarias como: publicaciones de páginas web, entrevistas al sector de la construcción, por otra parte, también se adquirió información de cotizaciones directas.

3.8. Objetivo general y específicos del producto o servicio.

Objetivo general

Ofrecer un servicio de calidad y útil para construcción teniendo en cuenta tanto la opinión como necesidad de nuestro cliente y ofreciendo grandes beneficios como Realizar comparaciones de precios, especificaciones, formas de pago, que ofrecen diferentes proveedores para un mismo producto por medio de cuadros comparativos, Agilizar temas de cotizaciones, compras, análisis de costos y presupuestos, Dar a conocer a medianas empresas dedicadas a la venta habitual de materiales de construcción, en un espacio donde la competitividad sea de igual a igual

Objetivos específicos

- Agilizar la compra de materiales e insumos por parte de las constructoras, logrando así disminuir el costo en tiempo y dinero que genera este proceso, logrando de esta manera volvernos una pieza clave en el departamento de compras de las empresas.
- Darnos a conocer de manera directa con Constructoras grandes y medianas, donde el uso de nuestra aplicación sea una herramienta clave.
- Dar solución a una serie de demoras en la espera de recepción de cotización, consultas de precios, en la ubicación de contratistas y proveedores capacitados y bien cualificados

3.9. Herramientas de investigación utilizadas.

La presente investigación se realizó de fuentes primarias y secundarias unas de ellas fueron las encuestas directamente a miembros de constructoras o encuestas realizadas a las personas que viven en el ámbito de la construcción, a su vez nos ayudamos de internet como fuentes secundarios para lograr obtener la información necesaria y verídica de la investigación en cuestión

4. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

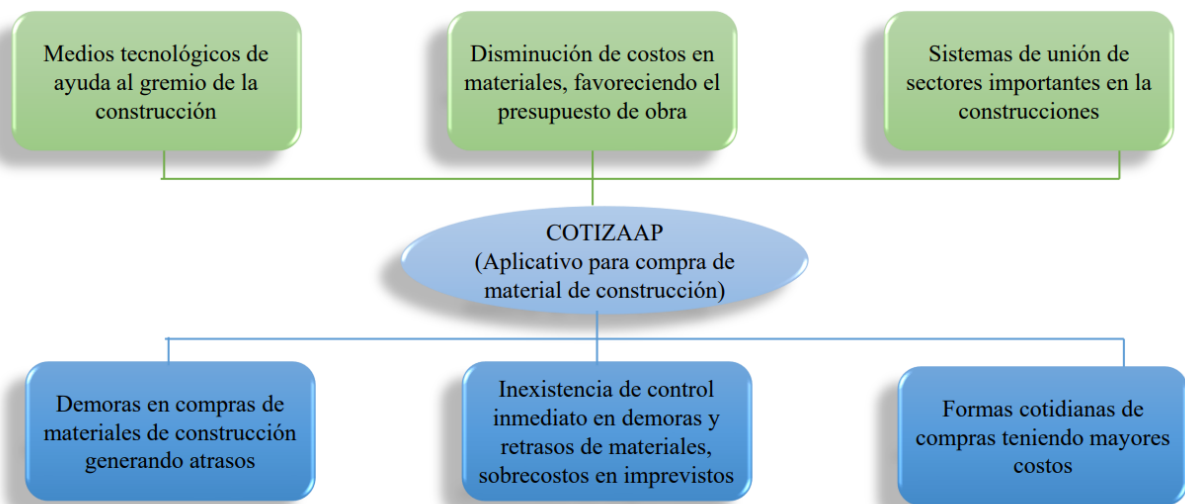
4.1. Formulación del problema a investigar.

¿Como generar reducción en tiempos y costos de materiales para las construcciones?

4.1.1. Árbol del problema causas y consecuencias, descripción.

Ilustración 9

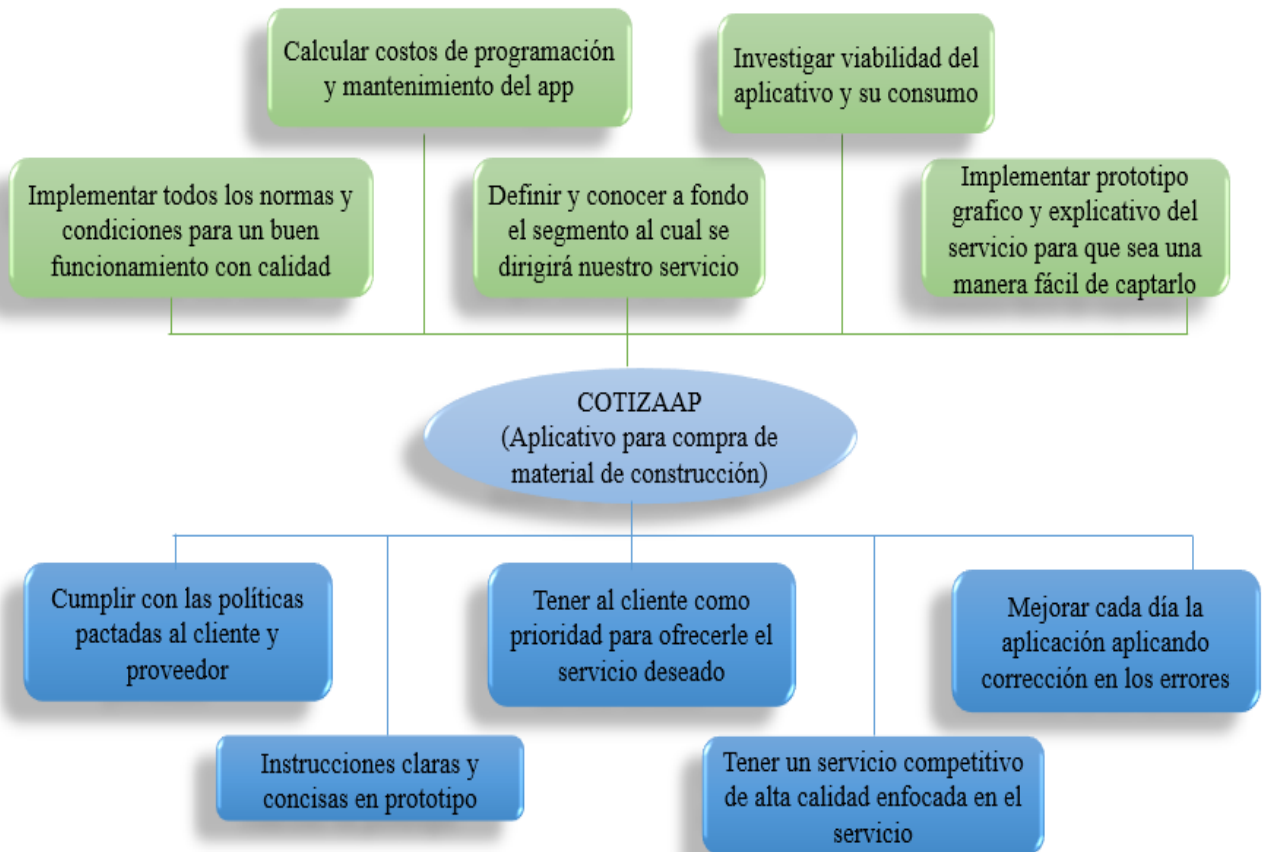
Árbol de problemas



4.1.2. Árbol del objetivo medios y fines, definición.

Ilustración 10

Árbol de medios y fines



4.1.3. Delimitaciones geográficas

Cotizaap va dirigido a Mercados de comercialización de material de construcción al por mayor y menor como grandes o medianas ferreterías, constructoras con utilización de medios innovadores ubicadas en Bogotá, Cundinamarca

Ilustración 11

Delimitaciones Geográficas



Fuente: Sinupot

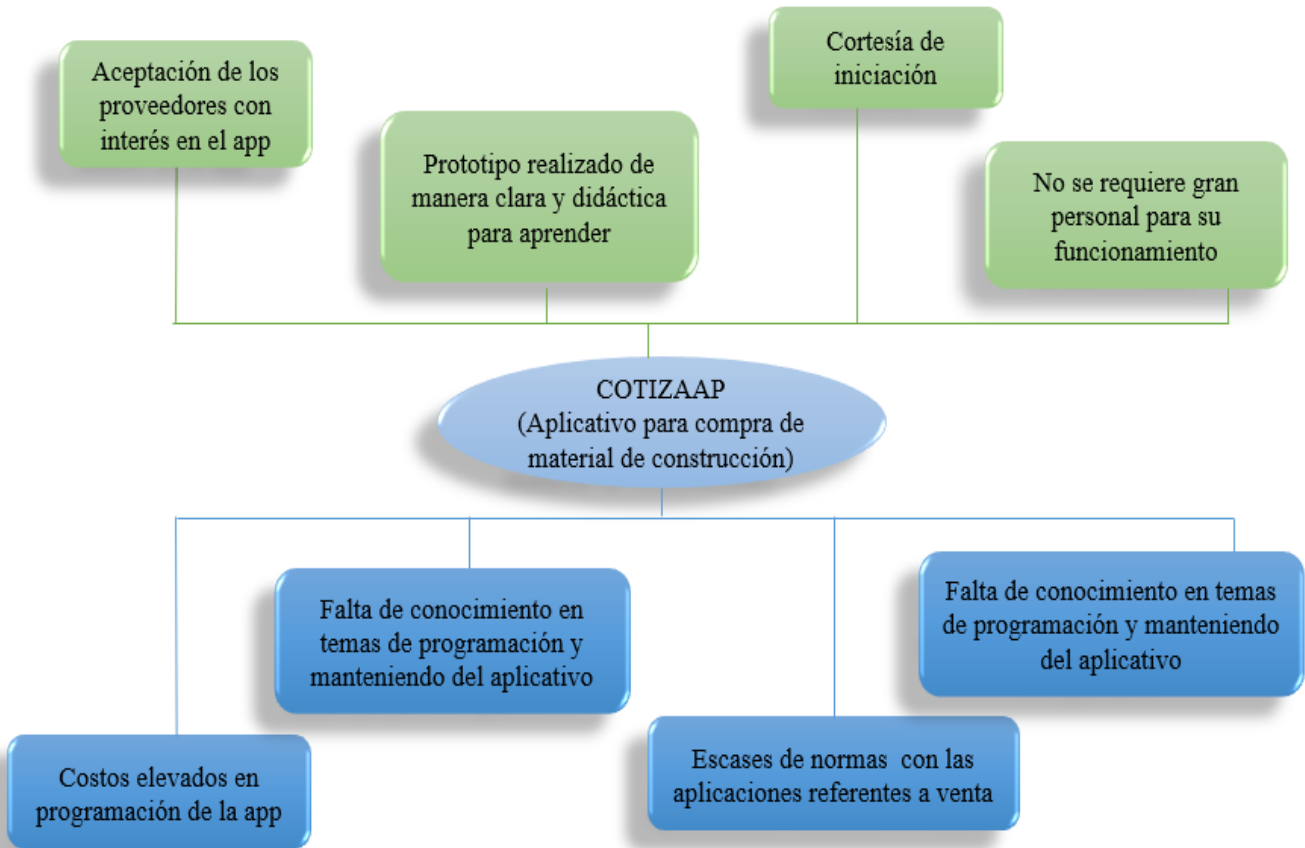
4.1.4. Delimitación temática

Atraves del tiempo se ha venido implementando con más cotidianidad la tecnología (aplicaciones o páginas web) como medios de ayuda principales en los sectores económicos, volviéndose indispensable para nuestra sociedad, de esta manera se facilita tramites engorrosos o demorados en tan solo segundos.

4.1.5. Árbol de objetivos, logros e insumos

Ilustración 12

Árbol de objetivos logros e insumos



4.2 Descripción

4.2.1. Concepto general del producto o servicio

Es una aplicación la cual se centra en una base de datos e información previamente montada y actualizada por cada uno de los proveedores

4.2.2. Impacto tecnológico, social y ambiental.

IMPACTO TECNOLÓGICO: en la industria de la construcción en Colombia se ve un atraso significativo en la tecnología ya que construimos de manera tradicional de esta manera se impide avanzar en muchos aspectos importantes los cuales benefician el medio según Ing. Ricardo en artículo INFORMACION Y NOTICIAS FIIC nos da a entender lo atrasados que estamos en este avance

la construcción, diseño, ejecución y supervisión es una industria mundial donde generalmente se registra un menor nivel de innovación o aprovechamiento de la tecnología que en otros sectores productivos.

Y debemos entenderlo: lo importante es la innovación como medio para mejorar las cosas, lo que se facilita con una nueva tecnología, aunque ello no sea una condición indispensable. (Platt,2017)

IMPACTO SOCIAL: Al pasará el tiempo los medios tecnológicos se volvieron centro del mundo ya que por medio de ellos y sus aplicativos se generan grandes movimientos en los sectores económicos en el artículo de Abalit Technologies, a Growthold Business company podemos ver como desde 2007 la tendencia del mundo entero se ha centrado alrededor de los Smartphones y sus funcionalidades. Estos pequeños dispositivos nos acompañan a todas horas y posiblemente sean con diferencia, los aparatos electrónicos que más utilizamos durante el día, generando un impacto social inmenso en los cuales se pone como prioridad la tecnología y todo lo que conlleva esta misma (Truque,2017)

IMPACTO AMBIENTAL: el desarrollo tecnológico y en las apps dan la posibilidad de posicionarse como referentes medio ambientales, de dar a conocer sus proyectos a un mayor nombre de individuos, por tanto, como en casi todas las posibilidades de **reciclaje**, el impacto ambiental, la contaminación y la peligrosidad de los elementos dependen de la concienciación y del buen uso de nuestros recursos. (Apps medio ambiente: la tecnología móvil a disposición de la naturaleza,2019)

4.2.3. Potencial innovador.

Este producto tiene características diferenciadoras de otras aplicaciones ya que tenemos servicio personalizado para cada necesidad sin costo adicional para el consumidor basados en el servicio del mismo, estos tendrán la oportunidad de evaluar para mejorar cada día de la misma manera nuestros proveedores contarán con oportunidad de crecer y darse a conocer.

Nuestra competencia se centra en productos específicos COTIZAPP contara con gran variedad de servicios y adicional con proveedores de todos los rangos ya sean grandes pequeñas o medianas empresas.

4.3 Justificaciones del problema a investigar.

4.3.1. Justificación Ambiental

Un gran punto a favor es que este servicio es amigable con el medio ambiente adicional ayuda al mismo por medio del aplicativo se darán a conocer y resaltar la gran variedad de materiales ecológicos, los avances tecnológicos pueden llegar a ser un recurso importante para combatir contaminación y factores que dañen al mismo, desde la creación de la app se tiene en cuenta el cuidado ambiental, luego en su utilización es más una herramienta para el cuidado del medio ambiente.

4.3.2. Justificación Social

En la actualidad las ayudas tecnológicas se han vuelto importantes por eso debemos aprender cada día más para crecer como una sociedad en desarrollo aprendiendo a hacer buen uso de ellas, en Colombia uno de los sectores fuertes de la economía es la construcción que bueno dejarnos influenciar de ella para un crecimiento potencial en el sector permitiendo que aplicativos como COTIZAPP ayuden a las labores engorrosas pero importantes en todo el proceso de la construcción.

4.3.3. Justificación Económica

Al poco conocimiento que se tiene de programación se debe realizar una inversión alta en la contratación del sistema ya que no es nuestra área experta de conocimiento, esta inversión será recuperada con las ganancias a través del tiempo, su correcto funcionamiento es básico y dependerá de nosotros el cual no generará sobrecostos lo que permite enfocarnos en la ampliación del mismo sin inversión alguna.

4.3.4. Justificación Profesional

Según nuestra trayectoria hemos descubierto varias falencias en departamentos que conforman las empresas con procesos convencionales y no útiles los cuales atrasan el desarrollo en las obras, como profesionales buscamos dar soluciones tecnológicas que permitan disminuir tiempo y

costos dos factores que atacan directamente a la obra asumiendo como reto profesional cambiar la forma de ver los procesos y avanzar a un futuro satisfaciendo las necesidades de los clientes.

4.3.5. Justificación Tecnológica

En nuestro tiempo queda comprobado que la tecnología es un paso importante en nuestra sociedad y necesaria ya que han cambiado varios factores en ella, por lo tanto, se debe aportar conceptos innovadores apoyándonos de la misma, formando así nuevas herramientas que ofrezcan servicios de utilidad y comodidad sin afectar nuestro medio ambiente o la sociedad, estando siempre en la vanguardia para la satisfacción de las necesidades de los clientes.

4.3.6. Necesidades que satisface

La necesidad principal a satisfacer es la adquisición de un producto de manera fácil y rápida por medios tecnológicos, basados en las necesidades del cliente para ello se requiere dar lugar al mismo estudiando sus necesidades para estar en un alto estándar de calidad en prestación de servicio, sin dejar de un lado el cumplimiento de normativa.

4.3.7. Impacto ambiental.

El impacto ambiental causado por COTIZAPP es una de las mejores ventajas que tenemos ya que aparte de ser un servicio amigable con el ambiente adicional ayuda a difundir de mejoras en el mismo dando promoción y concientizando a uno de los sectores más contaminante que hay en estos tiempos

Por medio de selecciones nuestros clientes finales podrán tener una gama de productos pro al medio y nuestros aliados ferreteros darán a conocer estas nuevas adquisiciones sin pagar mucho en publicidad.

4.4. Metodología de la investigación.

4.4.1. Alcance

COTIZAPP tendrá un alcance a nivel distrital por el momento con variedad de una gama amplia de productos garantizando servicio al cliente de calidad cumpliendo las expectativas de los mismos.

A nivel ferreterías basamos el alcance en medianas y grandes ya que son las que manejan productos de variedad y confiabilidad, nuestro segmento de ventas serán las constructoras que estén dispuestas al cambio para mejor por medio de ayuda innovadora de la tecnología

4.4.2. Procedimientos.

4.5. Antecedente del problema a investigar.

Para llegar a esta idea de servicio nos basamos en el problema central el cual es la ineficiencia al momento de la búsqueda de un material, equipo, herramienta o servicio de construcción, ya sea por parte de una persona natural o constructora.

Como antecedente se tiene la cantidad de dinero que se gasta en las construcciones por imprevistos en materiales por falla de muchos factores humanos los cuales pueden causar desfases con afectaciones directamente a los proyectos y su ejecución esta situación fue muy fácil de concluir por experiencias vividas en varias constructoras laboradas que repiten el mismo error en varias ocasiones.

4.7.1. Marco Teórico

Definiciones

APP: Las aplicaciones móviles “son extensiones informáticas para dispositivos portátiles como teléfonos inteligentes Smartphone y asistentes digitales personales. (2009)

Aplicaciones nativas: Son básicamente aplicaciones desarrolladas para un lenguaje de programación específico, en otras palabras, se desarrolla en lenguajes propios de la plataforma. (Rodriguez,2017)

Aplicaciones WEB: Son aplicaciones que a diferencia de las nativas no requieren instalación en el dispositivo y pueden ser utilizadas en computadores, por tanto, la conexión a internet es necesaria.

Aplicaciones híbridas o WEB APP nativas: A nivel general son una combinación de las mejores prestaciones de los tipos APP Nativas y APP WEB. Son desarrolladas principalmente empleando la 58 versatilidad que ofrecen los lenguajes de programación de la Web, pero que luego su código fuente es empaquetado (compilado), como si se tratara de una aplicación nativa.

4.7.2. Marco Histórico

A nivel Internacional.

Para poder conocer adecuadamente la historia de las aplicaciones móviles es necesario remontarse a la década de los 90, donde pudimos hacer uso de las primeras apps de juegos, calendario o agenda que ya venían integrados en nuestros dispositivos móviles. Así, a las primeras aplicaciones a las que podemos poner nombre son el videojuego Tetris y el famoso Snake. (appandweb,2019)

4.7.3. Marco Normativo

A nivel Nacional

A continuación, contemplaremos las consideraciones normativas que los creadores y gestores de aplicaciones móviles en Colombia deben tener en cuenta al momento de desarrollar sus proyectos, debido a que es necesario que los procesos administrativos, técnicos y jurídicos que se efectúen no afecten a ninguna de las partes que intervienen.

La siguiente figura muestra las diferentes variedades normativas que deben ser examinadas por los creadores, desarrolladores y comerciantes de aplicaciones móviles:

Ilustración 13

Marco normativo



PROPIEDAD INTELECTUAL

Antes de hablar de la normativa debemos saber que, “La propiedad intelectual es un tipo de propiedad que implica el derecho de goce y disposición sobre las creaciones del talento o ingenio humano producidas por su creador” (Universidad Nacional, S.f)

Es por ello, que en cuanto al ámbito normativo puede definirse como la protección que otorga la ley a las creaciones intelectuales ya sean de carácter individual o colectivo

Habiendo dicho esto, es importante indicar que la propiedad intelectual se compone de tres variantes que se muestran en la siguiente Figura, estas son: los derechos de autor y conexos, la propiedad industrial y el uso de biotecnologías. (EAFIT, S.f)

NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

En Colombia rige la Ley Estatutaria 1581 de 2012, para los temas y disposiciones generales de protección de datos personales.

La Ley de Protección de Datos Personales reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada. (SIC, S.f)

4.7.4. Marco Productivo

Procesos tecnológicos de producción.

Elaboración y desarrollo de la App para que esta pueda ejecutar sus procesos desde cualquier sistema operativo, además que incluye, el desarrollo del sistema que permita actualizar información de los insumos de manera rápida y eficiente, para así poder brindar a los diferentes usuarios información actualizada y de primera mano.

5. NOMBRE DEL PRODUCTO O SERVICIO

5.1. Nombre e imagen del producto o servicio.

COTIZAPP

Ilustración 14

Producto



5.2. Composición del producto o servicio.

Por ser un medio tecnológico sus composiciones son vista la cual compone el interfaz utilizando un fichero para que su trabajo sea mas eficiente, layout los cuales descienden de las vistas y son las que nos permitirán organizar las vistas de forma lineal, receptor de anuncios, proveedores de contenido y otros elementos básicos como un dispositivo móvil para su disposición o buen manejo.

5.2.1. Insumos, elementos y componentes del servicio.

- Vistas
- Layout
- Receptor de anuncios
- Proveedores de contenido
- Dispositivo móvil
- Sistema operativo compatible

5.2.2. Especificaciones técnicas del producto.

Aplicativo con bases de datos actualizada por actualización del mercado en tiempo real y disponible en tres sistemas operativos los cuales son:

1. Android
2. IOS
3. HarmonyOS

5.2.3. Ventajas comparativas.

COTIZAPP, a diferencia de otras apps o sitios web especializados en ventas, ofrece un sistema de comparación de valores productos similares o de la misma marca ofrecidos por diferentes empresas. Esta herramienta ya está incluida en la app, sin necesidad de usar extensiones de navegador u otros aplicativos externos. COTIZAPP, permite a los oferentes cambiar directamente el precio y/o promociones de sus productos para hacerlos más atractivos al cliente.

Gracias al algoritmo de COTIZAPP el cliente puede buscar el producto que desea por palabras clave y/u otros nombres por los que se les conozca, esto para mejorar la experiencia del cliente y la eficiencia en la búsqueda

5.2.4. Presentación del producto, dimensiones, modalidades, requisitos, periodicidad, características de uso.

Ilustración 15

Sistemas operativos

<p>Android es un sistema operativo móvil desarrollado por Google y la Open Handset Alliance¹</p> <p>Cotizapp estará disponible para las siguientes versiones:</p> <p>Nougat 7.0 Oreo 8.0 Pie 9.0 Android 10 Android 11 Android 12</p>	<p>Este sistema operativo hecho por Apple Inc. corre también en el iPod touch y iPad.²</p> <p>Cotizapp estará disponible para las siguientes versiones:</p> <p>iOS 12 iOS 13 iOS 14</p>	<p>un sistema operativo multiplataforma, es decir, que no solo funcionarán en Celulares, sino también con Relojes, Pulseras, Auriculares, Computadoras, Tabletas, y con el internet de las cosas, además, es de código abierto, es decir, que no solo se utilizará en dispositivos de Huawei, sino también, en dispositivos de otras marcas.³</p> <p>Cotizapp estará disponible para las siguientes versiones:</p> <p>HarmonyOS 1.0 & 2.0</p>
	 Sistema Operativo IOS	HarmonyOS

5.3. Proceso de Producción del producto.

- **Conceptualización:** Una vez que tenemos una idea para la realización de nuestra app, es el momento de determinar la necesidad o el problema que puede solventar dicha aplicación. Es decir, debemos establecer el valor añadido que puede ofrecer nuestra aplicación, su utilidad para los usuarios y los objetivos que deseamos alcanzar con ella.
- **Definición:** En esta etapa se definirán al detalle las funcionalidades que la aplicación debe poseer para alcanzar las metas propuestas y cumplir con el cometido para el que ha sido creada. Así, se delimitarán las especificaciones técnicas.
- **Diseño:** En un primer momento se debe elaborar un wireframe donde podamos visualizar cómo quedarían las diferentes pantallas de la aplicación, antes de comenzar a diseñar. Así, podemos ver si es necesario realizar alguna modificación con anterioridad a la creación de la app.
- **Desarrollo:** La etapa de desarrollo se caracteriza por dar forma a nuestra aplicación y crear la estructura básica para el funcionamiento de la misma.
- Se deberá considerar qué lenguaje de programación será el utilizado, para qué sistema operativo estará disponible, se integrarán los recursos gráficos y se irán estableciendo las funcionalidades de la aplicación móvil.
- **Publicación:** La aplicación deberá ser publicada en las principales tiendas de aplicaciones como Apple Store o Google Play.

5.3.1. Identificación de las actividades necesarias para el diseño, puesta en marcha y producción.

5.3.2. Duración del ciclo productivo.

Duración Ciclo Productivo

Ilustración 16

Ciclo productivo

Actividad	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10
Análisis de requerimientos										
Aprobación de pantallas, flujo de información y selección de diseño gráfico	■									
Desarrollo										
WEB - Gestión de prestadores de servicios		■	■							
WEB - Gestión de tarifas de materiales			■	■						
WEB – Reportes e inteligencia de negocios							■	■	■	
WEB y Móvil – Consulta de prestadores de servicio por categorías			■		■	■				
WEB y Móvil – Ver detalle						■	■	■		
WEB y Móvil – Hacer pedido							■	■		
WEB y Móvil – Generar cotización							■	■		
WEB y Móvil – Calificar servicio									■	
Pruebas y ajustes										
Instalación en ambiente de pruebas y desarrollo de plan de pruebas			■		■		■	■		
Paso a producción									■	■

Fuente: Cotizapp

5.3.3. Capacidad instalada.

COTIZAPP contara con una capacidad de instalación de 120 megas las cuales serán en su máxima utilización

5.3.4. Proceso de control de calidad.

Se realizan pruebas y versiones betas, con el fin de mejorar en el proceso de concepción de la aplicación, como todo proceso nuevo debe ser evaluado por especialistas y público en general, por ende, se lanzarán versiones de prueba para que los usuarios finales la prueben y den sus opiniones.

5.3.5. Puesta en marcha, en obra o en el mercado.

Las notificaciones push son clave en el éxito de Cotizapp, garantizan que no pase desapercibida y ayuda a retener a nuestros usuarios. Algunos de estas son:

- Crea notificaciones cortas.
- Segmenta tus push geográficamente, por edad y por género.
- Evita el envío masivo.
- Lanza ofertas, promociones y novedades a través de tu app.

5.4. Necesidades y requerimientos.

- Un arquitecto de software, líder el proyecto, que defina la arquitectura de software y se encargue de validar la calidad del producto y de los entregables del equipo de trabajo
- Dos desarrolladores de software encargados de la implementación de las funcionalidades
- Un analista encargado de afinar los requerimientos de software y acordar los detalles de captura y presentación de información. Este perfil se encargaría de realizar las pruebas y aprobar su paso a producción.
- Un diseñador gráfico experto en UI encargado de establecer la imagen gráfica de la herramienta

5.4.1. Costos globales de producción

Según cotización realizada a la experta Pilar Galindo Ingeniera de sistemas Especialista en ingeniería de software los costos de producción varían en un promedio de \$230.000.000 millones para lograr la capacidad y los requerimientos esperados

6. GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y ADMINISTRATIVA

6.1. Políticas empresariales.

COTIZAPP enfocada en la prestación del servicio de compras por medio del aplicativo , cuenta con una variedad de productos que abarca todo el sector de la construcción y sus materiales a utilizar .teniendo Política de tratamiento de datos personales dirigidas a los clientes y proveedores los cuales permitirán que los datos personales sean tratados por COTIZAPP y sus colaboradores, proveedores, transportadores y de la misma manera COTIZAPP puede llegar a acceder, recolectar, recibir, administrar, transferir, transmitir y suprimir datos personales.

De igual forma COTIZAAP asume los siguientes compromisos:

- Primero: Toda solicitud se atenderá en un tiempo máximo de quince días hábiles siguientes a la recepción de la misma, por ello, tenga en cuenta que el producto se remitirá al proveedor para su diagnóstico y se emitirá una respuesta
- Segundo: se tendrán garantías a los clientes del buen funcionamiento de Cotizapp en caso de soporte técnico se tendrán líneas de atención para cualquier inquietud.
- Tercero: la garantía sobre el producto se realizará directamente al proveedor en este caso la ferretería responderá por daños de fábrica y traslado
- Cuarto: Cotizapp se compromete en garantizar el servicio de los usuarios, por ende, será compensado cada día en el cual el usuario no pueda hacer el correcto uso del aplicativo, siempre y cuando se compruebe que fue por fallas asociadas a la prestación del servicio por parte de Cotizapp.
- Quinto: El usuario gozará de todos los derechos que le reconoce la legislación colombiana en materia comercial y de protección de datos. Además, el usuario podrá radicar sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias a través de las diferentes herramientas y mecanismos de comunicación establecidos en el aplicativo móvil y en el sitio web.

6.1.1. Visión

COTIZAPP se propone ser una empresa reconocida a nivel departamental en el año 2024 por sus altos estándares de calidad en el servicio a ofrecer con enfoque en la atención al cliente dando soluciones viables y rápidas al mismo.

6.1.2. Misión.

Somos una empresa que presta un servicio mediante un aplicativo para la compra de material de construcción, la cual busca facilitar la forma tradicional y cotidiana de compra de los mismos con una comodidad de uso para nuestros clientes o proveedores, de la misma manera se aporta a la sociedad con el desarrollo de nuevas herramientas tecnológicas.

6.2. Estructura organizacional.

6.2.1. Departamentalización de la empresa.

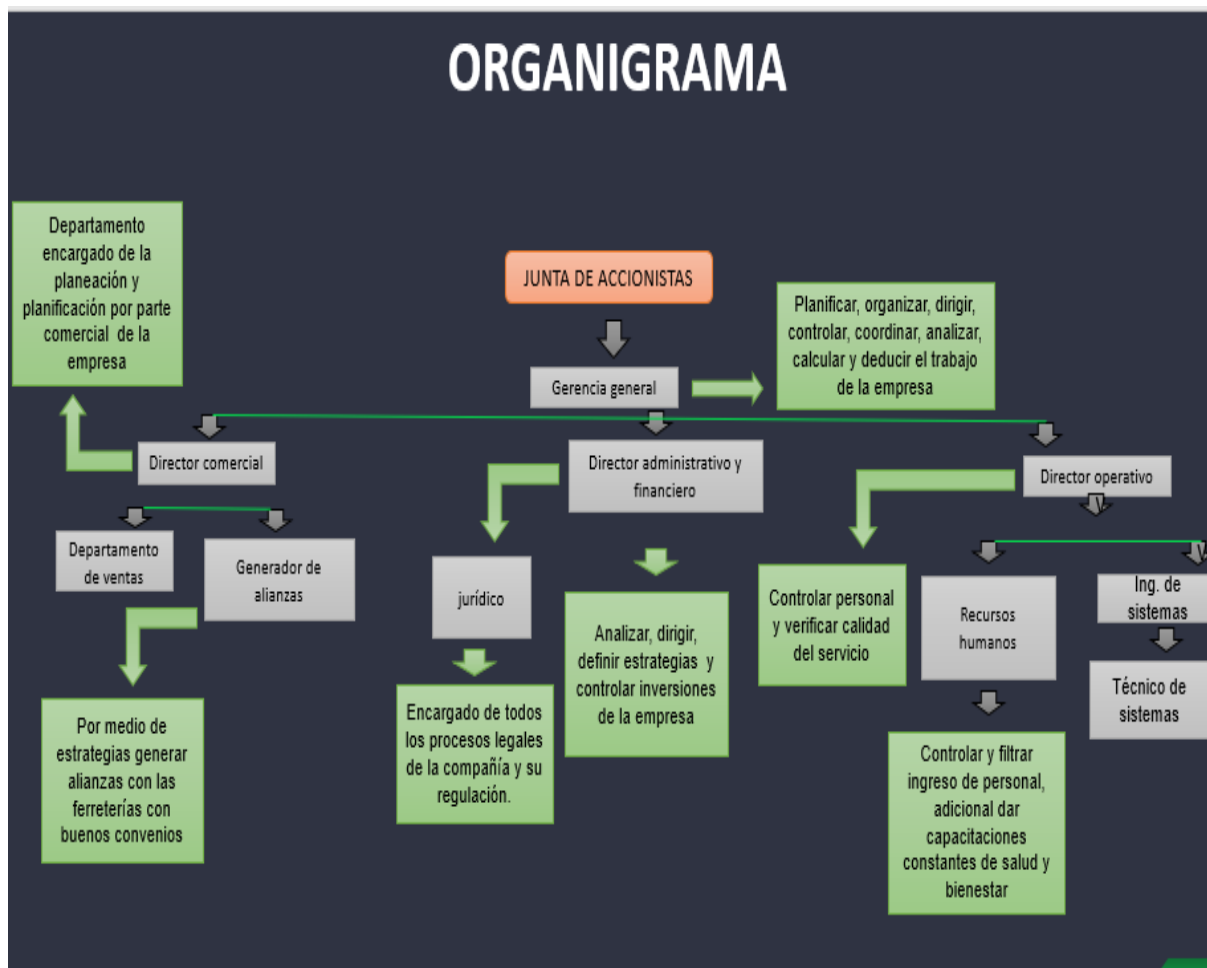
COTIZAPP se encuentra estructurado de manera estratégica para brindar un servicio de calidad, por lo cual se basa en 5 departamentos los cuales son:

- Gerencia general
- Departamento comercial
- Departamento operativo
- Departamento jurídico
- Departamento financiero

6.2.2. Organigrama, recursos humanos.

Ilustración 17

Jerarquía



6.3. Constitución de la empresa y aspectos legales.

Se realiza un acto constitutivo ficticio por medios de la aplicación

Ilustración 18

Estatutos

ACTA DE CONSTITUCIÓN

Mediante el presente documento los suscritos **COTIZAPP** identificada con NIT 801654234, con domicilio en BOGOTÁ y representada por PAULA RAMIREZ, quien se identifica con cédula de ciudadanía número 1019105200, actuando en calidad de Representante legal y **WILMER VILLARREAL**, quien se identifica con cédula de ciudadanía número 1034685674, con domicilio en BOGOTÁ, manifestamos nuestra decisión de constituir una Sociedad por Acciones Simplificada que se denominará **SOCIEDAD SAS**, que se registrará por los siguientes estatutos:

ESTATUTOS

Razón social, objeto, domicilio y duración

1. FORMA Y RAZÓN SOCIAL. La sociedad que se constituye es una sociedad por acciones simplificadas que se denominará SOCIEDAD SAS regida por estos estatutos, la Ley 1258 de 2008 y las demás leyes que le sean aplicables.

2. OBJETO SOCIAL. La SOCIEDAD tendrá por objeto:

prestación de servicios de compra y venta de materiales de construcción incluyendo transporte, tramites a realizar entre otros

3. DOMICILIO. SOCIEDAD SAS tendrá por domicilio principal la AV. CRA 19 #100-45, PISO 9 DEL EDIFICIO WE WORK de la ciudad de BOGOTÁ. La SOCIEDAD podrá crear sucursales en otras ciudades o en el exterior si así lo dispone la Asamblea de Accionistas.

4. DURACIÓN. El plazo de SOCIEDAD SAS será indefinido.

Capital y acciones

5. CAPITAL AUTORIZADO. El capital autorizado de SOCIEDAD SAS es de \$300.000.000 (trescientos millones de pesos), dividido en 300 acciones con un valor nominal de \$1.000.000,00 (un millón) pesos cada una.

6. CAPITAL SUSCRITO. El capital suscrito de SOCIEDAD SAS es de \$150.000.000.000 (ciento cincuenta mil millones de pesos), dividido en 150.000,00 acciones con valor nominal de \$1.000.000,00 (un millón de pesos) cada una.

7. CAPITAL PAGADO. El capital pagado de la sociedad es de \$300.000.000 (trescientos millones de pesos), dividido en 300,00 acciones con valor nominal del \$1.000.000,00 (un millón de pesos) cada una, distribuidas así:

Socio: COTIZAPP
Acciones: 150,00
Participación: 0,10%
Capital suscrito: \$150.000.000
Capital pagado: \$150.000.000

Socio: WILMER VILLARREAL
Acciones: 150,00

Participación: 0,10%
Capital suscrito: \$150.000.000
Capital pagado: \$150.000.000

Total acciones: 300,00

8. DERECHOS QUE CONFIEREN LAS ACCIONES. Las acciones de SOCIEDAD SAS otorgarán a sus titulares los derechos de:

- a. Participar en las deliberaciones y votaciones de la asamblea general de accionistas.
- b. Recibir su participación proporcional en los beneficios sociales.
- c. Negociar libremente sus acciones a menos que se estipule el derecho de preferencia.
- d. Inspeccionar libros.
- e. Recibir proporcionalmente su parte del activo de la sociedad al liquidarse ésta.
- f. Los demás que otorgue la ley.

9. LIBRO DE SOCIOS. SOCIEDAD SAS llevará el registro de sus socios, número de acciones, transferencia de las mismas y demás información que demanda la ley. Así mismo inscribirá el libro de socios y sus modificaciones en la Cámara de Comercio de Bogotá.

10. EMISIÓN DE ACCIONES. La asamblea de accionistas de SOCIEDAD SAS expedirá el reglamento para la emisión de acciones cuando corresponda. En el evento de transformarse en una sociedad unipersonal el accionista único decidirá sobre la emisión de acciones de la reserva.

11. DERECHO DE PREFERENCIA. El reglamento de emisión de acciones que expida al asamblea para cualquier emisión de acciones deberá prever que los accionistas podrán adquirir de manera preferente tantas como les correspondan en proporción a la cantidad de acciones que posean al momento de realizarse la oferta. La asamblea de accionistas podrá cambiar esta disposición con el voto favorable del 70% de los votos presentes en la reunión que decida el tema.

Parágrafo. No existirá derecho de retracto en favor de la sociedad.

12. CLASES DE ACCIONES. Para la emisión de acciones privilegiadas, tales como las de dividendo preferencial y sin derecho a voto, dividendo fijo anual, acciones de pago o cualesquiera otra la asamblea considere necesarias y ajustadas a la ley, se requerirá el voto favorable de al menos el 75% de las acciones suscritas.

Parágrafo. Para la emisión de acciones con voto múltiple se requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas.

Órganos sociales

13. ÓRGANOS SOCIALES. SOCIEDAD SAS tendrá un órgano de dirección que se denominará Asamblea de Accionistas, compuesta por todos los titulares de las acciones suscritas. La representación legal y administración estará a cargo del representante legal.

Parágrafo. En el evento en que la sociedad se transforme en unipersonal, el accionista único ejercerá todas las competencias de los órganos sociales, a menos que designe a una persona distinta como representante legal.

14. ASAMBLEA DE ACCIONISTAS. La asamblea de accionistas de SOCIEDAD SAS estará compuesta por todos los titulares de acciones suscritas debidamente inscritos en el libro de accionistas. Corresponderá a la asamblea:

- a. Fijar el monto del dividendo, así como la forma y plazo del pago.
- b. Elegir o remover a los funcionarios que le competan.
- c. Autorizar la emisión de acciones ordinarias sin sujeción al derecho de preferencia, siempre y cuando se apruebe con al menos el 70% de los votos presentes en la reunión en que se decida.
- d. Decidir sobre la creación de reservas.
- e. Tomar las decisiones necesarias para el bienestar de la sociedad.
- f. Las demás que le otorguen lo estatutos, la ley y que no sean competencia de otro órgano.

15. CONVOCATORIA A LA ASAMBLEA. La asamblea de accionistas puede ser convocada por sí misma o por el representante legal mediante una comunicación enviada a los accionistas con al menos 5 días hábiles de antelación a la fecha de la reunión, sin contar el día en que se envía la comunicación ni el día en que se cita la reunión. También podrá solicitar la convocatoria de la asamblea a través del representante legal un grupo de accionistas que representen como mínimo el 20% de las acciones suscritas.

Parágrafo primero. En caso de no haberse hecho convocatoria alguna al finalizar los primeros dos meses del año, la asamblea de accionistas se reunirá el último lunes del mes de marzo en la sede social.

Parágrafo segundo. Reuniones virtuales. La asamblea podrá reunirse por medios virtuales siempre y cuando se garantice la comunicación simultánea o sucesiva a través de cualquier medio tecnológico que se disponga para ello.

6.3.1. Tipo de sociedad a constituir

La sociedad a constituir será una sociedad por acciones simplificadas la cual será de dos socios ya expuestos anteriormente, esta se encuentra regulada según la ley 1258 de 2008 según cámara de comercio los socios serán responsables con el monto de sus respectivos aportes y la cual será regida por la misma.

6.3.2. Análisis y aplicación de la legislación vigente.

6.3.3. Protección intelectual e industrial de los productos o servicios.

La protección de nuestra idea de servicio de ventas de material de construcción por medio de aplicativo se realizará con la inscripción en la superintendencia de industria y comercio para tener garantía de protección de plagio y la investigación realizada

7. PLAN FINANCIERO

7.1. Precio del producto o servicio

PRECIO DE VENTA	
COSTOS	VALOR
COSTOS FIJOS	
NOMINA	\$ 36.000.000,00
ARRIENDO	\$ 12.000.000,00
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 4.200.000,00
PRESTAMO	\$ 14.387.592,00
PUBLICIDAD	\$ 40.000.000,00
MANEJO AMBIENTAL	
TOTAL	\$ 106.587.592,00
COSTOS VARIABLES	
APU	\$ 116.667,00
TOTAL	\$ 116.667,00
UTILIDAD	
5%	\$ 5.833,35

7.2. Costos de publicidad

COSTO FIJO	UND	CANTIDAD	COSTO UND	CANT A CONTRATAR	TOTAL A PAGAR
Vaya Publicitaria	mes	1	\$ 9.000.000	12	\$ 108.000.000
Vaya Publicitaria Movil	mes	1	\$ 336.000	12	\$ 4.032.000
Redes Sociales	dia	1	\$ 34.800	360	\$ 12.528.000
volantes papel periodico	und	1000	\$ 40.000	3000	\$ 120.000
TOTAL					\$ 124.680.000

7.3. Proyección de ventas

ESTIMACIÓN DE MERCADO		
NACIONAL	m ³	7.038.282
REGIONAL	m ³	2.754.919
LOCAL	m ³	2.316.232
PROYECCION 1°er AÑO	m ³	15.000
INCREMENTO ANUAL %		2%
PROYECCION 2°do AÑO	m ³	15.300
PROYECCION 3°er AÑO	m ³	15.606
PROYECCION 4°to AÑO	m ³	15.918
PROYECCION 5°to AÑO	m ³	16.236

7.6.1. Ficha de producción

Ilustración 19

Ficha de producción

FICHA TECNICA DEL SERVICIO:		COTIZAAP
TIEMPO DE LA PRODUCCION DEL PRODUCTO	3840	/MINUTOS
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO FISICAS, QUIMICAS Y DE PRESENTACION DEL PRODUCTO		
<p>El servicio de COTIZAAP ofrece grandes beneficios al sector de la construcción siendo un apoyo al área de compras y contratación de productos o materiales de la misma área, centrándose en bases de datos actualizadas constantemente y ofrecidas por los proveedores de esta forma se adquiere los materiales de forma rápida, segura y con el mejor precio, para asegurar lo anterior COTIZAAP cuenta con una opción de cuadros comparativos con todos los proveedores creando filtros a la elección e importancia del cliente.</p>		
EQUIPO HUMANO REQUERIDO	COMPETENCIAS REQUERIDAS POR EL EQUIPO HUMANO	
Ingeniero de desarrollo	desarrollo de aplicaciones con control en costos y enlaces de compras, conocimiento en materiales de construcción y procesos del mismo.	
Auxiliar de sistemas		
Administrador de la aplicación		
TIEMPO TOTAL HORAS HOMBRE POR UNIDAD DE PRODUCCION	3840	/MINUTOS
SITIO DE PRESTACION DEL SERVICIO	Oficina	
MAQUINARIA Y EQUIPO A UTILIZAR PARA LA PRESTACION DEL SERVICIO	cantidad	/tiempo
computador		1200
Telefono		1000
Impresora		300
TIEMPO TOTAL MAQUINA EMPLEADAS	2500	MINUTOS
INSUMOS A EMPLEAR	INSUMOS A EMPLEAR	
internet	3840	
escritorio	3840	
sillas	3840	
INFORMACION COMPLEMENTARIA		
se actualiza cada 15 dias, tiene soporte de ayuda para su funcionamiento, manuales basicos de utilizacion, facil y rapido de usar		

7.7.1. Presupuesto de inversión

COTIZAPP tendrá una inversión inicial de \$100.000.000 millones de pesos por parte de sus creadores y socios, PAULA ANDREA RAMIREZ Y WILMER VILLAREAL esta será nuestra primera inversión para empezar a su desarrollo, producción y ejecución.

Descripción	\$	Unidad
1. Aporte de los Socios:		
WILMER VILLARREAL	50,000,000	
PAULA RAMIREZ	50,000,000	
Total	100,000,000	
2. Préstamo Bancario Bancolombia		
2.1 Capital	50,000,000	
2.2 Plazo de Pago (años)		5
2.3 Período de pago por año		Mensual
2.4 Períodos por año		12
2.4 Total de períodos del préstamo		60
2.5 Tasa efectiva anual		15.36%
2.6 Tasa efectiva mensual (del período)		1.28%
2.7 Pago de cuota periódica mes vencido		1,198,966
2.8 Seguro Financiero		10,250

7.7.2. Presupuesto de costos

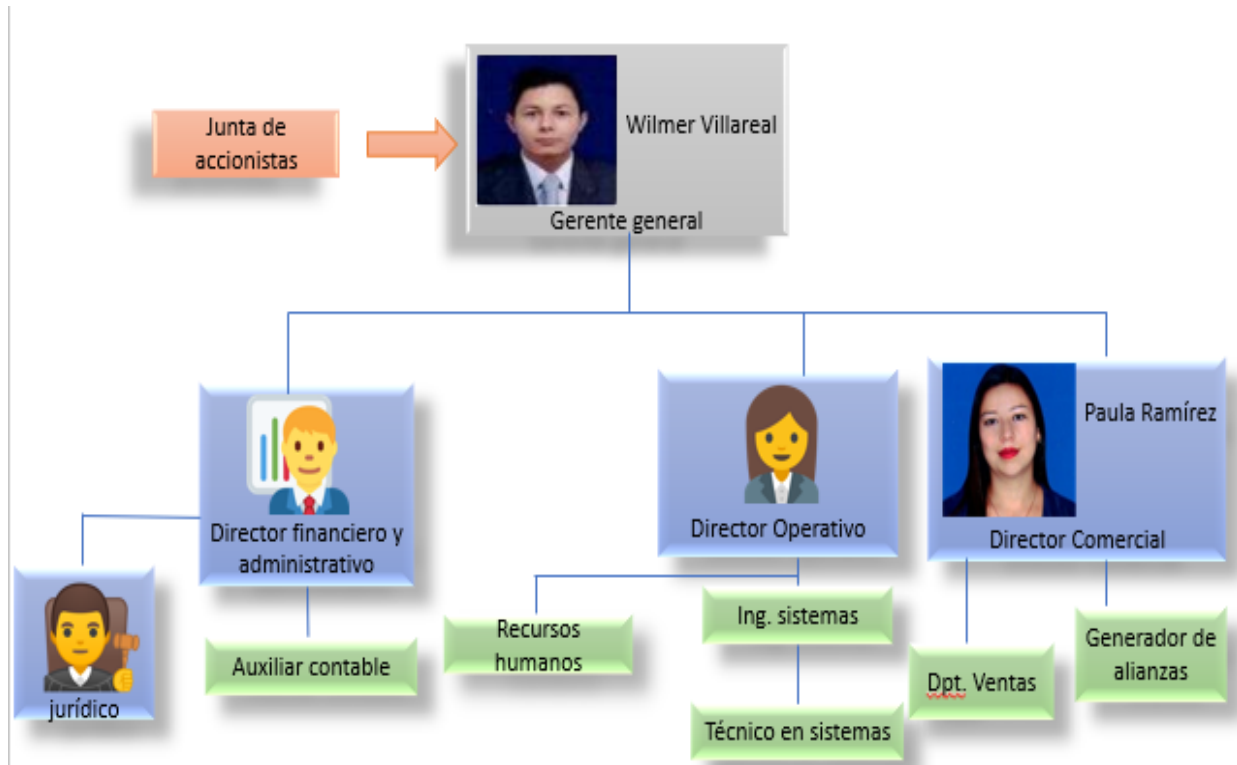
Dentro de los costos fijos que se tendrán en la empresa se encuentran la nómina, arriendo, servicios públicos, publicidad esta última es primordial para nuestro crecimiento y para tener en cuenta que su costo puede aumentar a medida que la compañía crezca

COSTOS	VALOR
COSTOS FIJOS	
NOMINA	\$ 36,000,000.00
ARRIENDO	\$ 12,000,000.00
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 4,200,000.00
PRESTAMO	\$ 14,387,592.00
PUBLICIDAD	\$ 40,000,000.00
MANEJO AMBIENTAL	
TOTAL	\$ 106,587,592.00
COSTOS VARIABLES	
APU	\$ 116,667.00
TOTAL	\$ 116,667.00
UTILIDAD	
5%	\$ 5,833.35

7.8. Proceso de Administración

7.8.1. Organigrama

Con fines de jerarquizar y dar claridad en los cargos de COTIZAPP para una buena operación se realiza un organigrama de la siguiente manera



7.8.2. Funciones

Las funciones principales de cada cargo son:

- **GERENTE GENERAL:** planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa de una manera correcta y adecuada basándose en la ética profesional.
- **DIRECTOR COMERCIAL:** su función principal es la planeación y planificación de la parte comercial de la compañía con ayuda de un generador de alianzas y el departamento de compras
- **GENERADOR DE ALIANZAS:** ofrecer una amplia carta de nuestros servicios y generar alianzas con nuestros amigos ferreteros.

- **DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO:** analizar, dirigir, definir estrategias y controlar inversiones de la compañía adicional se encuentra encargado de la parte jurídica en ayuda de ella.
- **JURIDICA:** encargado de todos los procesos legales y su regulación constante
- **DIRECTOR OPERATIVO:** control del personal con ayuda de recursos humanos y verificación de calidad de servicio manteniendo el aplicativo siempre en funcionamiento y actualizado.

7.9. Plan Financiero

7.9.1 Condiciones Iniciales

Proyeccion Financiera	
Condiciones Iniciales Del Proyecto	
Duracion Proyecto (Años)	5
Ventas Primer Año (Unidades)	15.000,00
Incremento Anual En Las Ventas (%)	2%
Precio De Venta (Unidad) (\$)	\$ 129.606
Costo Variable (Unitario) (\$)	-\$ 116.667
Gastos Fijos Anuales (\$)	-\$ 2.750.492.637
Inventario Al Final De Cada Año Como Porcentaje (%) De Las Unidades Vendidas	0%
Reserva Legal (%)	
Tasa Impositiva Tx (%)	30%

8. CONCLUSIONES.

8.1 De la investigación del producto o servicio

Atraves de la investigación del producto logramos concluir que es una gran idea de negocio, pero requiere constancia y un capital amplio ya que no se cuenta con conocimientos informáticos, fue una experiencia enriquecedora lograr unir la tecnología al sector de la construcción salimos de los esquemas y avanzar hacia el progreso

Cada conocimiento adquirido en el proceso de investigación del producto nos hizo entenderlo no solo por medio de un punto de vista si no de muchos ángulos, lograr comprender las necesidades de los clientes y la industria en detalles que parecen mínimos, pero generan gran impacto en nuestro medio

8.2. De la empresa.

La idea de esta empresa es cuando mucho ambiciosa, pero se puede hacer realidad, todo radica en la constancia y la capacidad de trabajo conjunto, y claro está de contar con el musculo financiero.

8.3. Del proyecto financiero.

El proyecto económicamente es viable, la proyección financiera nos indica una vez realizada la inversión inicial, sumar gastos y cumplir con la proyección de ventas la compañía podría tener un crecimiento, hacerse realidad, aun debemos revisar si la sección del mercado que escogimos es muy alta, ya que de esto depende nuestro precio de venta, si logramos acaparar una mayor parte del mercado se puede disminuir el precio.

9. GLOSARIO DE TÉRMINOS Y VOCABULARIO

- Evocar: Recordar algo o a alguien, o traerlos a la memoria o Traer algo a la imaginación por asociación de ideas
- Diversificación: es una estrategia empresarial que consiste en ampliar el mercado potencial con el objetivo de expandirse y alcanzar un mayor crecimiento. Hablando en términos marketinianos, se trata de descubrir nuevos nichos de mercado en los que la empresa pueda penetrar y lograr el éxito.
- Adquisición: es el acto de obtener algún producto o servicio mediante una transacción. Esto exige que el demandante realice una orden de compra y que el pago sea aceptado por el ofertante.
- Comercio electrónico: es el modelo de negocios basado en las transacciones de productos y servicios en los medios electrónicos, ya sea en las redes sociales o en los sitios web.
- Propiedad intelectual e relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.

10. BIBLIOGRAFÍA

ITU, (agosto 2009). Supervisión de la tecnología: Las aplicaciones móviles alcanzan un nuevo hito.

<http://www.itu.int/net/itunews/issues/2009/06/04-es.aspx>

Platt, R., (febrero 27 de 2017). La innovación y la tecnología: su impacto en la construcción. Federación

Interamericana de la Industria de la Construcción.

<https://fiic.la/blog/2017/02/27/la-innovacion-y-la-tecnologia-su-impacto-en-la-construccion/>

O. Truque CMO. (abril 6 de 2017). ¿Qué impacto social tienen las aplicaciones móviles? Abalit Technologies.

<https://www.abalit.org/blog/post/impacto-social-apps/es>

Anónimo. (enero 2 de 2019). Apps medio ambiente: la tecnología móvil a disposición de la naturaleza.

Apploading.

<https://apploading.com/apps-medio-ambiente-la-tecnologia-movil-a-disposicion-de-la-naturaleza/>

Rodríguez, J., (2017). propuesta normativa para aplicaciones móviles en Colombia: derechos y deberes de actores involucrados en la creación y gestión de aplicaciones nativas.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4131/Rodr%C3%ADguezjuan2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Anónimo. (noviembre 14 de 2019). La historia de las aplicaciones móviles.

<https://www.appandweb.es/blog/historia-aplicaciones-moviles/>

Anónimo. Propiedad Intelectual. Universidad Nacional de Colombia.

<https://propiedadintelectual.unal.edu.co/acerca-de-pi/que-es/>

Anónimo. Propiedad intelectual. Universidad EAFIT.

<https://www.eafit.edu.co/institucional/propiedad-intelectual/Paginas/Definiciones.aspx>

Anónimo. Protección de datos personales. Superintendencia de Industria y Comercio.

<https://www.sic.gov.co/sobre-la-proteccion-de-datos-personales>

Wonder. Legal. Estatutos S.A.S. Acta de Constitución.

<https://www.wonder.legal/co/creation-modele/estatutos>

Colina, D., Pineda, J., & Gaitán C., Desarrollo, implementación y puesta en marcha de aplicativo móvil

para la gestión y atención de solicitudes e incidentes de usuarios de servicios claro.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9915/PinedaJuan2016.pdf?sequence=1>

Anónimo. (febrero 11 de 2020). Puesta en marcha de una app móvil: de marketing a cobranza. Blog.

Cursor.

<http://desarrollo-apps.cl/puesta-en-marcha-de-una-app-movil-de-marketing-a-cobranza/>

11. ANEXOS

1. ESTUDIO DE MERCADO (Documento trabajado en la asignatura de Administración)

- 1.1. Análisis del sector
 - 1.1.1. Condiciones socio-demográficas.
 - 1.1.2. Condiciones culturales.
 - 1.1.3. Condiciones económicas.
 - 1.1.4. Condiciones políticas.
 - 1.1.5. Condiciones legales.
 - 1.1.6. Condiciones tecnológicas del entorno global de la empresa.
- 1.2. Desarrollo tecnológico e industrial del sector y mercados objetivos.
- 1.3. Relación con agremiaciones existentes.
- 2.2 Análisis del mercado
 - 2.2.1. Análisis del mercado objetivo y su comportamiento histórico.
 - 2.2.2. Estimación del mercado potencial.
 - 2.2.3. Estimación del segmento o nicho del mercado.
- 3.3. Análisis del cliente o consumidor
 - 3.3.1. Esbozo del perfil del consumidor.
 - 3.3.2. Elementos que influyen en la compra y aceptación del producto o servicio.
 - 3.3.3. Tendencias de consumo.
- 4.4. Análisis de la competencia
 - 4.4.1. Identificación de los principales competidores actuales o potenciales.
 - 4.4.2. Análisis de empresas competidoras.
 - 4.4.3. Análisis de productos sustitutos.
 - 4.4.4. Análisis de los precios de venta de la competencia.
 - 4.4.5. Estudio de la imagen de la competencia ante los clientes.

2. PLAN DE MARKETING (Documento trabajado en la asignatura de administración)

- 2.1. Estrategia de producto o servicio.
 - 2.1.1. Marca comercial del producto
 - 2.1.2. Presentación, dimensión, modulación, empaque, embalaje.
 - 2.1.3. Garantía y servicio de postventa.
 - 2.1.4. Mecanismos de atención a clientes.
- 2.2. Estrategia de precio
 - 2.2.1. Definición y lista de precios de venta del producto.
 - 2.2.2. Impuesto de ventas y descuentos.

- 2.2.3. Condiciones de pago y condiciones de crédito.
- 2.2.4. Seguros necesarios, impuesto a las ventas.
- 2.2.5. Costos de transporte.
- 2.3. Estrategia de promoción y comunicación.
 - 2.3.1. Tácticas de mercadeo
 - 2.3.2. Costos de publicidad
 - 2.3.3. Fuerza de ventas.
- 2.4 Estrategia de distribución.
 - 2.4.1 Capacidad de cobertura o de atención.
 - 2.4.2. Alternativas de penetración en el mercado, canales de distribución.
 - 2.4.3. Alternativas de comercialización, cobertura logística.
- 2.5. Plan de compras.
 - 2.5.1 Identificación de proveedores
 - 2.5.2 Planeación de compras

3. De la investigación del producto.

- 3.1. Resultados de la herramienta de investigación aplicada (encuestas, resultados de laboratorio, etc.)
- 3.2. Registro fotográfico
- 3.3. Fotos y/o prototipo a escala 1:1 o Demo
- 3.4. Documentos para patentar (opcional)

4. Del Plan de empresa

- 4.1. Portafolio empresarial
Resultados de la herramienta utilizada en el estudio de mercado.
- 4.2. Documentos de la Cámara de Comercio de creación de la empresa (opcional)