

# **PLAN DE NEGOCIO PARA UNA NUEVA EMPRESA EXPORTADORA DE CUNAS DE MADERA TRANSFORMABLES A CAMAS PARA NIÑOS DESDE LA VII REGIÓN HACIA EL REINO UNIDO**

**PABLO CÉSAR ESCOBAR CORDERO**

**INGENIERO CIVIL INDUSTRIAL**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El actual plan de negocio expone una idea de inversión aprovechando las riquezas naturales de la Región del Maule y el hecho de que ésta sea exportada con poco valor agregado genera múltiples oportunidades para los inversionistas, de ahí nació la idea de fabricar cunas de pino radiata y exportarlas a un mercado donde no se tiene mayores antecedentes de experiencias similares.

Las primeras interrogantes que surgen son si se puede ingresar con éxito al mercado del Reino Unido y como hacerlo; desde el punto de vista estratégico se deduce que para generar un buen canal de distribución o de inserción es importante contar con un producto de tipo genérico, donde no se vea explícitamente una marca o el origen de las cunas, conociendo el hecho de que los consumidores son altamente tradicionalista en sus hábitos de compra, donde una nueva marca provocaría una suerte de rechazo inicial. Se trataría de formar relaciones comerciales con los importadores del Reino Unido a través de ofrecer el producto a bajos precios en una etapa inicial (ser líderes en costo).

Con todo esto sobre la mesa, el producir cunas a bajo costo, que cumplan con los requerimientos técnicos, y exportar sobre el volumen mínimo de producción para que el negocio sea rentable, parece una tarea difícil, es por eso que el análisis técnico es orientado a cumplir con estas metas, donde se logra llegar a especificar las máquinas necesarias y horarios de trabajo para completar la meta propuesta cercana a los 5 contenedores mensuales. Para ello se utilizaron herramientas matemáticas (a través del software WinQsb) que permitieron obtener una buena distribución interna de la planta y el plan detallado de producción.

En el análisis económico, se demostró que con las condiciones manifestadas en el plan de negocio, se logran generar rentabilidades atractivas para cualquier inversionista, teniendo en cuenta los principales problemas de riesgo, como la alta sensibilidad a variaciones en el precio de venta y valor del dólar.

La primera de ellas puede ser una gran oportunidad de aumentar las rentabilidades de forma muy importante, ya que si se logran establecer relaciones comerciales más directas con el consumidor final, o sea saltar algunos intermediarios dentro del canal de distribución o mejor aún, llegar directamente a la tienda retail o mueblerías del Reino Unido, se conseguiría disminuir lo que marginan estos, trayendo consigo un incremento del precio de venta.

De manera similar actúa el valor del dólar con las rentabilidades del negocio, pero con la gran diferencia que ésta es una variable que no es controlable por la empresa, aunque la probabilidad de que sufra grandes cambios, sobre el 20%, es muy baja.