

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y
DECORACIÓN DE AMBIENTES CON PLANTAS NATURALES EN EL
MUNICIPIO DE AGUACHICA - CESAR

DARLY PAOLA SANTOS NORIEGA
JOHANNA ISABEL GUIZA PARRA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y
DECORACIÓN DE AMBIENTES CON PLANTAS NATURALES EN EL
MUNICIPIO DE AGUACHICA - CESAR

DARLY PAOLA SANTOS NORIEGA
JOHANNA ISABEL GUIZA PARRA

Trabajo de grado presentado para optar el título de profesional en gestión
empresarial

Director
ALEJANDRO MANTILLA CACERES
Especialista en Gerencia de Proyectos

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	20
1. ANALISIS GENERAL DEL SECTOR	22
1.1 DESCRIPCION DEL SECTOR	22
1.1.1 A nivel internacional	22
1.1.2 A nivel nacional	23
1.2 EVOLUCION DEL SECTOR	25
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR	28
1.4 IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	30
1.5 MARCO LEGAL	32
1.6 CONTEXTO GEOGRAFICO	34
2. ESTUDIO DE MERCADOS	37
2.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO	37

2.1.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio.....	37
2.1.2 Atributos diferenciadores.	38
2.2 SEGMENTO DE MERCADO	39
2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	40
2.3.1 Necesidades de información.....	40
2.3.2 Tipo de estudio.	40
2.3.3 Enfoque.....	40
2.3.4 Fuentes de información.....	41
2.3.5 Técnicas de investigación.....	41
2.3.6 Instrumento para la recolección de información.....	41
2.3.7 Modo de aplicación.	41
2.3.8 Cálculo de la muestra.	41
2.3.9 Alcance.	43
2.3.10 Tiempo de aplicación.	43
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	44

2.3.12 Estimación de la demanda actual.	56
2.3.13 Estimación de la demanda efectiva.	57
2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años.	57
2.4 ANALISIS DE LA OFERTA.....	58
2.5 DESCRIPCION DEL SERVICIO.....	61
2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACION Y DE DISTRIBUCION.....	61
2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACION DE PRECIOS	61
2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES.....	62
2.8.1 Estrategia de comunicación.....	62
2.8.2 Presupuesto de comunicación.....	62
2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento.....	62
2.8.2.2 Presupuesto de operación.....	63
3. ESTUDIO TECNICO	64
3.1 TIPO DE PROYECTO	64

3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO.....	64
3.2.1 Ficha técnica del servicio mínimo viable.....	64
3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave.....	66
3.2.3 Características sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo.....	68
3.2.4 Análisis ambiental.....	70
3.2.5 Recursos claves.....	71
3.2.5.1 Talento humano.....	71
3.2.5.2 Infraestructura.....	71
3.2.5.3 Insumos y/o materias primas.....	73
3.2.6 Distribución de planta.....	73
3.2.7 Localización.....	75
3.2.7.1 Macro localización.....	75
3.2.7.2 Micro localización.....	75
3.2.8 Control de calidad.....	77
3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	78

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio.....	78
3.3.2 Capacidad instalada.	79
3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	79
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	81
4.1 FORMA DE CONSTITUCION.....	81
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	82
4.2.1 Misión.....	82
4.2.2 Visión.	82
4.2.3 Valores corporativos.	82
4.2.4 Organigrama.	83
4.2.5 Asignación salarial.	84
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	86
5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA	86
5.1.1 Inversión fija.....	86

5.1.2 Inversión diferida.....	88
5.2 COSTOS Y GASTOS	88
5.2.1 Costos de ventas.	88
5.2.1.1 Costos fijos de ventas.....	88
5.2.1.2 Costos variables de ventas.....	89
5.2.1.3 Costos totales de ventas.....	89
5.2.2 Gastos de administración y ventas.	90
5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas.....	90
5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas.....	91
5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas.....	91
5.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	91
5.3.1 Periodo de capital de trabajo.	91
5.3.2 Estructura del crédito.	91
5.3.2.1 Amortización del crédito.....	91
5.3.2.2 Gastos financieros.	93

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.	93
5.4 INVERSION TOTAL.....	94
5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	94
5.5.1 Recursos propios.	94
5.5.2 Recursos de financiación.	94
5.6 PRECIO DE VENTA	94
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	95
5.7.1 Estado de resultados proyectado.....	95
5.7.2 Flujo de fondos proyectado.....	97
5.7.3 Estado de situación financiera inicial y proyectado.....	99
5.8 EVALUACION FINANCIERA	101
5.8.1 Razones financieras.	101
5.8.1.1 Razones de liquidez.....	101
5.8.1.2 Razones de operación.	102
5.8.1.3 Razones de rentabilidad.	103

5.8.1.4 Razones de endeudamiento.	104
5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	105
5.8.2.1 Tasa interna de retorno TIR.	105
5.8.2.2 Valor presente neto VPN.	106
5.8.2.3 Periodo de recuperación.	106
5.8.2.4 Punto de equilibrio.	106
5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	107
6. CONCLUSIONES	109
7. RECOMENDACIONES.....	111
BIBLIOGRAFIA.....	113
ANEXOS.....	115

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Segmento de mercado	39
Cuadro 2. Distribución por estratos de la muestra	42
Cuadro 3. Hogares por estrato.....	44
Cuadro 4. Decoración de la vivienda	45
Cuadro 5. Contratación de servicio	46
Cuadro 6. Gusto por el uso de plantas.....	47
Cuadro 7. Aspectos que tiene en cuenta	48
Cuadro 8. Frecuencia.....	49
Cuadro 9. Dinero empleado	50
Cuadro 10. Formas de pago	51
Cuadro 11. Medios publicitarios	52
Cuadro 12. Disposición para contratar.....	53

Cuadro 13. Frecuencia contratación del servicio	54
Cuadro 14. Dinero a destinar	55
Cuadro 15. Proyección de la demanda efectiva.....	58
Cuadro 16. Análisis de la oferta	59
Cuadro 17. Presupuesto de lanzamiento	63
Cuadro 18. Presupuesto de operación.....	63
Cuadro 19. Ficha técnica del servicio	64
Cuadro 20. Talento humano.....	71
Cuadro 21. Equipo de oficina.....	72
Cuadro 22. Equipo de cómputo y comunicación	72
Cuadro 23. Muebles y enseres	73
Cuadro 24. Distribución de la planta	74
Cuadro 25. Micro localización	76
Cuadro 26. Capacidad proyectada.....	80
Cuadro 27. Asignación salarial.....	84

Cuadro 28. Carga prestacional	85
Cuadro 29. Equipo de oficina	86
Cuadro 30. Equipo de cómputo y comunicación	86
Cuadro 31. Muebles y enseres	87
Cuadro 32. Herramientas	87
Cuadro 33. Inversión fija total.....	87
Cuadro 34. Inversión diferida	88
Cuadro 35. Costos fijos de ventas	89
Cuadro 36. Costos variables de ventas	89
Cuadro 37. Costos totales de ventas	90
Cuadro 38. Gastos fijos de administración y ventas	90
Cuadro 39. Amortización del crédito	92
Cuadro 40. Capital de trabajo	93
Cuadro 41. Inversión total	94
Cuadro 42. Estado de resultados proyectado	96

Cuadro 43. Flujo de fondos proyectado	97
Cuadro 44. Estado de situación financiera inicial y proyectado	99
Cuadro 45. Razones de liquidez	101
Cuadro 46. Razones de operación.....	102
Cuadro 47. Razones de rentabilidad.....	103
Cuadro 48. Razones de endeudamiento.....	104
Cuadro 49. Punto equilibrio.....	107

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Localización municipio de Aguachica	35
Gráfico 2. Hogares por estrato.....	44
Gráfico 3. Decoración de la vivienda	45
Gráfico 4. Contratación de servicio	46
Gráfico 5. Gusto por el uso de plantas.....	47
Gráfico 6. Aspectos que tiene en cuenta	48
Gráfico 7. Frecuencia.....	49
Gráfico 8. Dinero empleado	50
Gráfico 9. Formas de pago	51
Gráfico 10. Medios publicitarios	52
Gráfico 11. Disposición para contratar.....	53
Gráfico 12. Frecuencia contratación del servicio	54

Gráfico 13. Dinero a destinar	55
Gráfico 14. Diagrama	67
Gráfico 15. Distribución de la planta	74
Gráfico 16. Organigrama	83
Gráfico 17. Punto de equilibrio.....	107

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta	115
Anexo B. Cotización diseño SGSST	117
Anexo C. Cotización estudio impacto ambiental	122

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE DISEÑO Y DECORACION DE AMBIENTES CON PLANTAS NATURALES EN EL MUNICIPIO DE AGUACHICA – CESAR¹

AUTOR: DARLY PAOLA SANTOS NORIEGA
JOHANNA ISABEL GUIZA PARRA**

PALABRAS CLAVES: Decoración, Plantas, Diseño, Empresa, Ambiente

CONTENIDO:

Año tras año se hace mayor énfasis en la necesidad de generar una mayor conexión entre el ser humano y la naturaleza desde el hogar. El uso de materiales naturales y orgánicos son claves para dejar ingresar el exterior a la casa y lograr dicha conexión. Sumado a ello estos espacios ayudan a desenchufarse de la rutina y los dispositivos tecnológicos. Y este es el reto del diseño de interiores, lograr crear y decorar espacios de manera agradable, donde el verde juegue un papel fundamental.

En el presente proyecto, se llevó a cabo un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad para la creación de una empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales en el municipio de Aguachica – Cesar, para ello se acudió a un estudio de mercados tipo exploratorio y descriptivo donde por medio de una encuesta aplicada a la población objetivo se identificaron algunas variables de mercadeo como oferta, demanda, canales de comercialización, estrategia publicitaria idónea, etc.; y lo más importante, se pudo establecer el nivel de aceptación de la empresa. Adicionalmente, se realizó el estudio técnico para establecer los requerimientos físicos, técnicos y humanos necesarios para el funcionamiento de la empresa; en el estudio administrativo se definió la cultura organizacional que regirá la empresa de decoración de ambientes con plantas naturales y finalmente el estudio financiero permitió establecer los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha de la empresa, así como estimar la rentabilidad de la inversión a un horizonte de 5 años.

¹ Proyecto de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Alejandro Mantilla Cáceres. Especialista en Gerencia de Proyectos.

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY OF DESIGN AND DECORATION OF ENVIRONMENTS WITH NATURAL PLANTS IN THE MUNICIPALITY OF AGUACHICA - CESAR*

AUTHOR: DARLY PAOLA SANTOS NORIEGA
JOHANNA ISABEL GUIZA PARRA**

KEY WORDS: Decoration, Plants, Design, Company, Environment

CONTENT:

Year after year, greater emphasis is placed on the need to generate a greater connection between the human being and nature from the home. The use of natural and organic materials are key to let the outside of the house enter and achieve such a connection. Added to this, these spaces help to unplug from routine and technological devices. And this is the challenge of interior design, to create and decorate spaces in a pleasant way, where green plays a fundamental role.

In the present project, a feasibility study was carried out to determine the feasibility for the creation of a company of design and decoration of environments with natural plants in the municipality of Aguachica – Cesar, for this purpose an exploratory and descriptive type market study was used where through a survey applied to the target population some marketing variables were indentified as an offer, demand, marketing channels, suitable advertising strategy, etc.; and most importantly, the level of acceptance on the company could be established. Additionally, the technical study was carried out to stablish the physical, technical and human requirements necessary for the operation of the company; in the administrative study the organizational culture that will govern the company of decoration of environments with natural plants was defined and finally the financial study allowed to establish the economic resources necessary for the start – up of the company, as well as to estimate the profitability of the investment to a horizon of 5 years.

* Graduation project

** Regional Institute of Projection and Distance Education. Business management. Director: Alejandro Mantilla Cáceres. Specialist in Project Managing

INTRODUCCION

El presente proyecto para la creación de una empresa de decoración de ambientes con plantas naturales nace de la necesidad de fomentar espacios agradables y amigables con el medio ambiente, enfatizando en la conexión entre el ser humano y la naturaleza, que por los afanes del diario vivir y los espacios reducidos para vivir se han ido perdiendo un poco.

El primer tema del proyecto corresponde a las generalidades, evolución, situación actual y tendencias del sector de decoraciones de interiores y exteriores con plantas naturales, y la importancia que este tiene para la economía.

Como segundo tema del proyecto se incluye el estudio de mercados que contiene la descripción del servicio, la definición del mercado potencial y objetivo, la investigación de mercados donde se recopilan, tabulan y analizan resultados de la aplicación de la fuente primaria consistente en la encuesta realizada a la comunidad de Aguachica Cesar, con el objeto de definir las necesidades del mercado y sus preferencias, así como los canales de comercialización y la publicidad necesaria.

Además, se tomaron fuentes secundarias (textos, libros, trabajos) los cuales tratan temas relacionados con la bisutería, como las últimas tendencias de la moda, proyectos similares, estadísticas, empresas de prestación de servicios de decoración de interiores y exteriores registrada en la cámara de comercio de Aguachica Cesar.

En el tercer tema del estudio técnico se estableció la macro – localización y micro – localización del Proyecto, el tamaño de la empresa y el proceso técnico a llevar a cabo para prestar un servicio oportuno y eficaz. Fue necesario partir del supuesto de que la empresa puede encontrar los recursos humanos, técnicos y físicos que

requiere, en Aguachica Cesar y al tiempo ofertarlo en la región sur del Cesar, sin que ello implique restricciones para su desarrollo.

En el cuarto tema del estudio administrativo se esquematizó la estructura jurídica, la forma social de la empresa, y se plantearon directrices estratégicas determinando la misión, la visión y las políticas de la empresa, además de que se diseñó la estructura organizacional y se establecieron las funciones para los diferentes cargos buscando una eficiencia y funcionalidad para la empresa.

En el quinto estudio financiero se determina la inversión del proyecto y cuales son los requerimientos de capital para iniciar con la empresa, así mismo cuales son sus fuentes de financiación, por otro lado, los costos totales, presupuesto de ingresos y egresos, estado de resultado, flujo de caja, el balance general junto con las razones financieras.

En el sexto y último capítulo se realizó una evaluación social y ambiental, para identificar el impacto en la comunidad y al medio ambiente. Se realizó un estudio financiero que permitió conocer el valor en el tiempo a pesos de hoy, es decir el valor presente neto (VPN) del proyecto, la expectativa de rentabilidad TIR, para que un inversionista pueda tomar decisiones de inversión. Se interpretan los índices financieros, sus variables y su importancia en la evaluación de proyectos.

A continuación, en el presente documento se encuentra en detalle cada uno de los estudios realizados que permiten llegar a las conclusiones que se señalan al final del documento; convirtiéndose en un apoyo documental para futuras investigaciones y en la oportunidad para que las autoras del proyecto, pongan en práctica la formación académica que han recibido a lo largo de la carrera profesional en gestión empresarial.

1. ANALISIS GENERAL DEL SECTOR

1.1 DESCRIPCION DEL SECTOR

La industria del diseño de interiores se ocupa del diseño o de la ejecución del diseño en espacios interiores completos o de la fabricación de productos utilizados por los diseñadores. Sus dos segmentos principales son los espacios residenciales y comerciales.

Teniendo en cuenta la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU, en su cuarta revisión adaptada para Colombia, que agrupa todas las actividades económicas similares por categorías, permitiendo que todos los empresarios puedan clasificarse dentro de actividades muy específicas que facilitan el manejo de información para el análisis estadístico y económico empresarial; se puede decir que la actividad a realizar pertenece al siguiente sector:

Clase 7410 – Actividades especializadas de diseño.

Esta clase incluye las actividades de decoradores de interiores; así como la creación y desarrollo de diseños y especificaciones que optimizan la utilización, el valor y la apariencia de productos, incluidos la determinación de los materiales, la construcción, el mecanismo, la forma, el color y el acabado del producto, teniendo en cuenta las características y necesidades humanas y consideraciones relacionadas con la seguridad, el atractivo en el mercado, la eficiencia en la producción, la distribución, la utilización y la facilidad de mantenimiento.

1.1.1 A nivel internacional. En la actualidad, en diferentes regiones y países de Asia y Europa es común encontrar fusión de estilos tanto minimalistas como maximalistas en el diseño de interiores; por el lado del interiorismo minimalista se

aprecia la serenidad inclinada hacia el estilo japonés, donde se utilizan puertas de corredera, colores naturales y apagados, madera clara combinada con blanco y negro, tonos arena y verde; poca decoración o mobiliario, mesas bajas; uso de materiales naturales como el bambú, la madera y el ratán. También se han impuesto otros estilos como el minimalismo escandinavo, que se caracteriza por una gran cantidad de luz que genera una sensación de amplitud, los tonos que lo caracterizan son los suaves y tenues, como los pasteles y los neutros, cuenta con materiales naturales y ligeros²

Y, por otro lado, el estilo maximalista, que suele tener colores vibrantes, especialmente el rojo, amarillo y verde; ofrece varias opciones de decoración como cuadros y papel pintado con motivos vegetales o florales y adornos de piedra natural; se usan persianas de bambú, sillas talladas en madera oscura con detalles pintados a mano y superficies lacadas de alto brillo.

Más hacia el oeste de Asia, el diseño de interiores se caracteriza por un estilo más lujoso, suele tener arcos altos, patios exteriores, grandes habitaciones con colores vivos, piedras de mármol, gruesas alfombras persas, cortinas de terciopelo, y lámparas de cristal.

1.1.2 A nivel nacional. El diseño de interiores en Colombia ha logrado llamar la atención de mercados internacionales, ofreciendo piezas innovadoras con materias primas de alta calidad y productos de alta gama. De igual manera, es una industria que ha adoptado una postura amigable con el medio ambiente, ya que las empresas

² Dormakaba. Como difiere el diseño de interiores en Europa y Asia. [En Línea]. 15 de septiembre de 2021. [Consultado el 5 de abril de 2021]. Disponible en <https://blog.dormakaba.com/es/como-difiere-el-diseno-de-interiores-en-europa-y-asia/>

colombianas están conscientes y comprometidas con la sostenibilidad, a través de la implementación de prácticas amigables con el medio ambiente.³

En Colombia este sector genera más de 25.000 empleos directos e indirectos, promueve el comercio de materiales, acabados y mobiliario además de la creación de espacios y ambientes diseñados para generar productividad en diversos sectores de la economía nacional.

Este es un sector relativamente nuevo, que ha sido visto como una disciplina accesoria, y son los diseñadores de interiores y arquitectos quienes han venido adelantando un proceso educativo dirigido a clientes y diferentes actores del medio, para que comprendan la importancia del diseño de interiores en la comodidad, adaptabilidad y mejoramiento de los espacios.

1.1.3 A nivel regional. En el departamento del Cesar, el diseño de interiores está inspirado principalmente en mantener la historia del país, especialmente en Valledupar, donde es común encontrar un estilo colonial, viviendas con balcones grandes, ventanas pequeñas, patios centralizados y muros gruesos; las iglesias con capillas, bóvedas, cúpulas y campanarios. Sin embargo, ha empezado a incursionar un estilo más moderno y actual, en la que se incluye la geometría simple, líneas rectas, espacios grandes y abiertos, así como transparencias en las construcciones.

En general, el sector del diseño de interiores se ha ido fortaleciendo con el paso del tiempo, tanto el hogar como la empresa están entendiendo el aporte del diseño de interiores a la creación de espacios más armónicos, agradables, y bien utilizados.

³ Swissinfo. El diseño de interiores, uno de los protagonistas de Colombia en Expo Dubai. [En línea]. 3 de septiembre de 2021. [Consultado el 5 de abril de 2021]. Disponible en https://www.swissinfo.ch/spa/colombia-expo-dub%C3%A1i_el-dise%C3%B1o-de-interiores--uno-de-los-protagonistas-de-colombia-en-expo-dub%C3%A1i/46919568

1.2 EVOLUCION DEL SECTOR

En los últimos años el mundo del interiorismo y la decoración se han revolucionado; durante años los decoradores y arquitectos se esforzaron en crear hogares acogedores, que reflejaran la personalidad de sus ocupantes, que fueran un refugio de bienestar; en la actualidad esa misma sensación de bienestar y agrado y calor que sentimos en nuestros hogares está traspasando muros para llegar a todos los sectores: oficinas, hoteles, hospitales o escuelas; claramente el diseño de interiores ya no es solo un tema de los hogares; todos quieren un lugar donde sentirse bien, donde poder tener una parte de su ser en el espacio que los rodea; ya las empresas conciben el diseño como una herramienta clave que aporta valor añadido en sus negocios.⁴

En la industria del diseño de interiores se encuentran diferentes especialidades que incluyen cocinas, oficinas, jardines, salas, etc.; y en la actualidad se ha dado un enfoque que principalmente debe ser amigable con el medio ambiente.

Los materiales verdes o amigables con el medio ambiente, como el bambú de rápido crecimiento o el acero reciclado, son cada vez más populares en la industria del diseño de interiores. La atención se centra en espacios verdes que se ajusten a la unidad por un planeta más sostenible. Así mismo, el uso de materiales de construcción y de equipamiento que no contengan productos químicos nocivos o que ponga en peligro de extinción la madera de los bosques son pieza fundamental en los diseños que se realizan en la actualidad.⁵

⁴ ACTIU. Las nuevas tendencias en el diseño de interiores: la calidez del hogar traspasa sus muros. [En Línea]. Julio 2016. [Consultado el 5 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.actiu.com/es/actualidad/noticias/las-nuevas-tendencias-en-el-diseno-de-interiores-la-calidez-del-hogar-traspasa-sus-muros/>

⁵ ARKIPLUS. La industria del diseño de interiores. s/f. [Consultado el 5 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.arkiplus.com/la-industria-del-diseno-de-interiores/>

Este sector, al igual que la moda, tienen tendencias que van y vienen con el tiempo, en esta temporada las tendencias para el sector del diseño de interiores están marcadas por las circunstancias que ha traído la pandemia y esta nueva realidad que todos están enfrentando principalmente desde casa.⁶

Las personas están buscando espacios que se adapten a su nueva normalidad, espacios que sean más versátiles, con estilo y funcionalidad, que le brinden mayor comodidad y eficiencia. Las plantas han tomado gran protagonismo para apoyar los diseños, pero estas deben tener una arquitectura muy definida para verse bien. Espacios donde se cuente con la tecnología necesaria para el desarrollo de sus actividades, pero que les permitan llevar una vida limpia, donde cuenten con opciones de vida con una mejor calidad de aire y una distribución espacial adecuada.⁷

Los expertos indican que lo más importante cuando se va a incorporar algo verde en el espacio, es saber si van con la personalidad de la persona. Además, se debe tener una arquitectura muy funcional que vaya acorde con la planta y tener siempre presente el cuidado que se debe tener con estas para evitar daños y alteraciones en el diseño realizado.⁸

Puede decirse entonces que en la actualidad este sector apunta a volverse más natural, despojarse de lo artificial y utilizar complementos más concretos para aportar de manera equilibrada a la modernidad con comodidad; se continúa aprovechando la luminosidad, la madera se impone como un gran protagonista y acompañante de las plantas; con mobiliario modular, flexible y adaptable.

⁶ LA REPUBLICA. Tendencias para construir y diseñar los espacios en 2021 según los principales expertos del sector. [En línea]. 18 de septiembre de 2020. [Consultado el 7 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.larepublica.co/ocio/tendencias-para-construir-y-disenar-los-espacios-en-2021-segun-los-principales-expertos-del-sector-3062018>

⁷ Ibíd.

⁸ Ibíd.

Ahora bien, enfocando la evolución del sector a cifras, se puede destacar lo siguiente:

Houzz.es, plataforma online de referencia a nivel mundial en diseño y renovación del hogar realizó un estudio sobre la situación del sector en el 2021 y las perspectivas para el 2022, en el cual informo que casi tres cuartas partes de los profesionales (72%) prevé un crecimiento de los ingresos brutos en 2022 y dos tercios (63%) esperan que las ganancias también aumenten, prolongando la tendencia positiva de 2021, en la cual las empresas reportaron un significativo crecimiento en los ingresos, en comparación con los cuatro años anteriores.⁹

Otros hallazgos importantes en dicho estudio destacan que 78% de los arquitectos y las empresas de diseño y construcción son muy optimistas de cara al crecimiento de sus ingresos en el 2022; seguidos del 74% de los diseñadores de interiores; quienes planean aumentar sus beneficios cerrando proyectos de mayor presupuesto, aumentando los esfuerzos en marketing y ventas, y mejorando la experiencia del cliente.

En cuanto a la contratación de personal, también se han presentado aumentos significativos, donde un 25% de las empresas aumento su plantilla en 2021 en comparación con el 15% que aseguro haberlo hecho en 2020. Un 33% de las empresas de diseño y construcción fueron las que realizaron más contratación, seguidos por un 25% de arquitectos y 13% de diseñadores de interiores. Además, un 55% de las empresas y 49% de los diseñadores de interiores confirmaron aumentos en sus costos para el 2021.

⁹ INTEREMPRESAS. Las profesionales de la renovación del hogar prevén un crecimiento del negocio en 2022. [En línea]. 24 de mayo de 2022. [Consultado el 15 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.interempresas.net/Construccion/Articulos/389810-Los-profesionales-de-la-renovacion-del-hogar-preven-un-crecimiento-del-negocio-en-2022.html>

Por otro lado, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE con análisis de ProColombia estimo para el sector del diseño de interiores, exportaciones de muebles y artículos para el hogar por más de \$77,7 millones entre enero y marzo de 2022, representando un crecimiento de 34,7% frente al mismo lapso de 2021¹⁰; siendo Estados Unidos, Panamá, Chile, México, Ecuador y Republica Dominicana los principales compradores; y Valle del Cauca, Bogotá, Atlántico, Antioquia, Cundinamarca, Risaralda y Caldas fueron los departamentos más exportadores.¹¹

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

Las tendencias en diseño y decoración van en línea del bienestar humano y del planeta, por eso, los materiales naturales, estilos acogedores y objetos artesanales o reciclados cobran protagonismo al momento de vestir los espacios que se habitan.¹²

El verde es un color muy presente en las tendencias del 2020 y 2021; es símbolo de esperanza y renacimiento, promueve la conexión con la naturaleza y el medio ambiente para generar una sensación de bienestar. Además de objetos inanimados, la inclusión de plantas en los espacios es clave para crear una atmosfera natural llena de frescura y vitalidad.¹³

¹⁰ PROCOLOMBIA. Por primera vez una empresa colombiana participara en el salón del Mueble de Milán. [En línea]. 7 de junio de 2022. [Consultado el 15 de junio de 2022]. Disponible en: <https://procolombia.co/noticias/por-primera-vez-una-empresa-colombiana-participara-en-el-salon-del-mueble-de-milan>

¹¹ EL UNIVERSAL. El diseño de interiores, uno de los protagonistas de Colombia en Expo Dubai. [En línea]. 3 de septiembre de 2021. [Consultado el 16 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.eluniversal.com.co/economica/el-diseno-de-interiores-uno-de-los-protagonistas-de-colombia-en-expo-dubai-CI5318712>

¹² CONSTRUCTORA MELÉNDEZ. ¡5 Tendencias en decoración de interiores para este 2021! Renueva tus espacios con las mejores ideas. [En línea]. 7 de enero. [Consultado el 28 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.constructoramelendez.com/novedades/noticias-del-sector/item/453-tendencias-decoracion-2021.html>

¹³ Ibid.

En la misma línea, una buena idea para seguir conectando el planeta de forma sencilla es utilizar fibras vegetales como el bambú, tendencia ecológica que encaja con el auge de los productos que tienen en cuenta el bienestar del medio ambiente.¹⁴

Otro de los materiales que cobran fuerza, es el uso de materiales textiles como el terciopelo y la lana, que se puede utilizar en asientos, cojines, cobijas o alfombras para el diseño de espacios cálidos y cómodos.¹⁵

La natural es más que una moda decorativa, es una auténtica filosofía de vida, que recupera la relación con la naturaleza de una manera sencilla, por ello el auge de productos respetuosos con el medio ambiente, el fortalecimiento del uso de materias primas como el hormigón, la cal y el cemento. La madera, es otro material imprescindible, atemporal y responsable en las tendencias actuales para la decoración de interiores.¹⁶

Los diseños de interiores en 2021 tienen que ver con el establecimiento de un medio ambiente orgánico y ecológico, que se destaca predominantemente el uso de materiales sostenibles y naturales, especialmente la madera.

Con relación a los colores Pedro Juan Mendoza, arquitecto y diseñador de interiores con una trayectoria profesional de más de 14 años sugiere una gama de colores que generen bienestar y tranquilidad, en los que se encuentran los neutros, cálidos y tierra, en el que resalta y acentúa la terracota. Con relación a los materiales, recomienda el uso de artesanías, fibras y tejidos naturales, madera, mármoles y demás derivados de las plantas, de manera que sirvan como herramienta para recuperar la conexión del ser humano con la madre tierra. Por ende, para Mendoza

¹⁴ Ibid.

¹⁵ Ibid.

¹⁶ NT GROUP. Estas son las 10 tendencias de decoración que triunfarán en 2021. [En línea]. s/f. [Consultado el 28 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://ntgroup.com.co/10-tendencias-de-decoracion-en-2021/>

la tendencia es el diseño sostenible, creando espacios amigables y respetuosos con la naturaleza y acordes con la ecología y el desarrollo del medio ambiente.¹⁷

Finalmente, es importante destacar otro aspecto importante como es el uso de la tecnología en el sector, dado que se han incorporado software de diseño que permiten la toma de medidas preventivas, reduciendo así la necesidad de remodelar y reconstruir, mejorando la productividad y reduciendo los costos. Los usos de estos softwares permiten preparar un diseño detallado, incluyendo medidas precisas, pisos, ventanas, paredes, muebles, iluminación, etc. Y un aspecto que podría ser el más novedoso, que es realizar recorridos virtuales que ayudan a dar una visión más clara a los clientes sobre el servicio que contratarían y por ende concretar los negocios de manera más clara.¹⁸

1.4 IDENTIFICACION DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

La creación y puesta en marcha de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales en el municipio de Aguachica – Cesar, enmarca grandes oportunidades y beneficios de posicionarse en el mercado dado que:

- El sector del diseño y la decoración ha tenido un comportamiento creciente en los últimos años, especialmente desde el 2020, año en particular marcado por el incremento en el tiempo que se pasa en el hogar. ArchDaily dedico un mes a publicar artículos sobre el tema de diseño y decoración, alcanzando más de 1

¹⁷ MARVAL. Tendencias de decoración que se destacaran en el 2021. [En línea]. 5 de enero de 2021. [Consultado el 30 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://marval.com.co/tendencias-de-decoracion-que-se-destacaran-en-el-2021/>

¹⁸ MORDOR INTELLIGENCE. Mercado de software de diseño de interiores: Crecimiento, tendencias, impacto de covid-19 y pronósticos. [En línea]. 2022. [Consultado el 18 de junio de 2022]. Disponible en: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/interior-design-software-market>

millón de páginas vistas, superando por 240% el número de páginas vistas alcanzadas durante otros meses.¹⁹

- Los arquitectos y diseñadores son más conscientes de la responsabilidad que tienen en el bienestar de sus clientes al momento de escoger las mejores soluciones en sus proyectos de diseño y decoración, por lo que han incluido el uso de plantas y productos amigables con el medio ambiente.²⁰
- Las plantas se han convertido en una capa completamente nueva y necesaria en los proyectos de diseño y decoración, las de gran tamaño son una tendencia en aumento. Desde el año pasado ha surgido un nuevo concepto que es el diseño biofilico, que tiene por objeto integrar la naturaleza con el edificio construido como una forma de aportar a la salud y al ecosistema completo. ²¹
- El posicionamiento de la empresa le permite crecer empresarialmente logrando el cumplimiento de los objetivos planteados, así mismo la contratación de proyectos con promotoras, constructoras y arquitectos para clientes de alto poder adquisitivo, llevando a que el servicio llegue a una más amplia diversidad de clientes que incluyan establecimientos comerciales como restaurantes, iglesias, colegios, hospitales, etc.
- Otra gran oportunidad para la empresa serían los estímulos económicos a los reforestadores e incentivos tributarios para inversiones ambientales y la contribución con la responsabilidad social al entorno en donde se desenvuelve la empresa, aprovechando la tendencia por lo ecológico y el diseño sostenible.

¹⁹ ARCHDAILY. Tendencias en diseño de interiores 2021: Biofilia, chubby y fluidez. [En línea]. 15 de agosto de 2020. [Consultado el 30 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.archdaily.co/co/945480/tendencias-en-diseño-de-interiores-2020-biofilia-chubby-y-fluidez>

²⁰ *Ibíd.*

²¹ *Ibíd.*

Por otro lado, se destacan como amenazas para el proyecto las siguientes:

- Problemas medio ambientales que puedan afectar las plantas utilizadas, tales como los cambios de clima, que en ocasiones afectan la vida de las plantas y entorpecerían la vida útil del diseño realizado.
- La competencia puede ofrecer un servicio más económico, llevando al cliente a preferir el servicio que le represente ahorro y economía.
- Un posible aumento de la competencia, dado que este es un sector poco explorado, pero con una gran tendencia al crecimiento.
- Escases de proveedores o de insumos como plantas, fertilizantes, etc.; lo que afecta la adecuada prestación del servicio.
- Surgimiento de servicios y/o productos sustitutos.

1.5 MARCO LEGAL

• **Estrategia Nacional de Economía Circular (2019).** Esta estrategia implementada por el Gobierno Nacional propende por un nuevo modelo de desarrollo económico que incluye la valorización continua de los recursos, el cierre de ciclos de materiales, agua y energía, la creación de nuevos modelos de negocio, la promoción de la simbiosis industrial y la consolidación de ciudades sostenibles, con el fin, entre otros, de optimizar la eficiencia en la producción y consumo de materiales y reducir la huella hídrica y de carbono.

• **Programa Nacional de Biocomercio Sostenible (2014).** Es una estrategia que busca aprovechar las ventajas comparativas del país en cuanto a su biodiversidad,

para facilitar la construcción colectiva de negocios sostenibles que potencien la equidad y la justicia social.

- **Plan Nacional de Negocios Verdes (2014).** Tiene como objetivo principal definir los lineamientos y proporcionar herramientas para la planificación y toma de decisiones que permitan el desarrollo, fomento y promoción tanto de la oferta como de la demanda de los negocios verdes y sostenibles en el país, mediante el desarrollo de una plataforma adecuada de instrumentos, incentivos, coordinación y articulación institucional orientada al crecimiento económico, la generación de empleo y la conservación del capital natural de Colombia.

- **Política Nacional para la Gestión Integral de la Biodiversidad y sus Servicios Eco sistémicos (2012).** Política de estado orientada a promover la gestión integral de la biodiversidad y sus servicios eco sistémicos de manera que se mantenga y mejore la resiliencia de los sistemas socio ecológicos a escala nacional, regional, local y transfronteriza, considerando escenarios de cambio y a través de la acción conjunta, coordinada y concertada del estado, el sector productivo y la sociedad civil.

- **Norma ISO 14006:2011 Gestión del Eco-diseño (2011).** Esta es la norma internacional que establece la metodología que integra criterios ambientales en el diseño de productos y servicios, consiguiendo una reducción de los impactos ambientales que producen a lo largo de todo su ciclo de vida, manteniendo o mejorando su funcionalidad.

- **Política Nacional de Producción y Consumo Sostenible (2010).** Esta política es una estrategia del Estado Colombiano que promueve y enlaza el mejoramiento ambiental y la transformación productiva a la competitividad empresarial. Con ella se orienta a cambiar los patrones insostenibles de producción y consumo por parte de los diferentes actores de la sociedad nacional, lo que contribuirá a reducir la

contaminación, conservar los recursos, favorecer la integridad ambiental de los bienes y servicios y estimular el uso sostenible de la biodiversidad, como fuente de la competitividad empresarial y de la calidad de vida.

- **Resolución 1555 de 2005.** Mediante la cual el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial reglamenta el uso del sello ambiental colombiano; esta norma se define como un instrumento económico que permite la incorporación de costos ambientales al establecer criterios que garantizan un mejor desempeño ambiental del producto respecto de aquellos sustitutos. Con el sello ambiental colombiano se busca brindar a los consumidores información verificable, precisa y no engañosa sobre los aspectos ambientales de los productos, además estimular el mejoramiento ambiental de los procesos productivos y alentar la demanda y el suministro de productos que afecten en menor medida el medio ambiente.

- **Decreto Ley 2811 de 1974.** Código nacional de los recursos naturales renovables y no renovables y de protección al medio ambiente. El ambiente es patrimonio común, el estado y los particulares deben participar en su preservación y manejo. Regula el manejo de los recursos naturales, la defensa del ambiente y sus alimentos.

1.6 CONTEXTO GEOGRAFICO

El municipio de Aguachica se encuentra localizado al sur del Departamento del Cesar; en la zona intertropical ecuatorial con una temperatura media de 28°C y una precipitación media anual de 1835 mm. Limita al norte con los municipios de La Gloria (Cesar) y El Carmen (Norte de Santander), por el este con el municipio de Rio de Oro (Cesar), por el sur con el municipio de San Martin (Cesar) y Puerto Wilches (Santander), por el oeste con el municipio de Gamarra (Cesar) y Morales (Bolívar).

Con relación a las características climatológicas se destaca que el municipio se encuentran dos pisos térmicos que son por un lado un piso térmico cálido, con temperaturas superiores a los 24°C y alturas entre 50 y 1000 msnm; y también un piso térmico templado con variaciones de temperatura entre los 18°C y 24°C y alturas entre los 1000 y 2000 msnm.

Gráfico 1. Localización municipio de Aguachica



El municipio cuenta con varias vías de acceso; desde la Costa Caribe se puede acceder a través de la vía Santa Marta – Aguachica, que comunica a los departamentos de Magdalena y Cesar; desde el sur del país se llega a través de la troncal del Magdalena medio o a través de la vía Bogotá – Bucaramanga – Aguachica que comunica a los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Santander y Cesar; de esta vía se desprende la carretera Aguachica – Ocaña, que comunica el municipio con el nororiente y la carretera Aguachica – Gamarra que conecta al municipio con el Río Magdalena y la región occidental. Además, el

municipio cuenta con el aeropuerto Hacaritama, aunque en la actualidad no está prestando el servicio en su totalidad y cuenta con vía fluvial en el Rio Magdalena que comunica desde y hacia el interior del sur de Bolívar.

Con relación a las principales fuentes de ingreso se ha podido establecer que la economía del municipio de Aguachica gira en torno a actividades del sector agropecuario, la agroindustria y el comercio; lo cual ha permitido el surgimiento de una serie de servicios de apoyo como los agro-técnicos, los financieros, el transporte y otros servicios empresariales y personales dirigidos a los diferentes sectores económicos y a la población regional.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO

2.1.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio. El servicio a prestar está orientado al diseño y ejecución de propuestas de decoración de ambientes con plantas naturales, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y a la disminución de la huella de carbono, por medio de una adecuada gestión de recursos y activos inmobiliarios.

El servicio de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales incluye la asesoría de un profesional en diseño de interiores, quien cuenta con la experiencia necesaria para asesorar a los clientes sobre los diseños a implementar.

Para contratar el servicio, la empresa firma un contrato con el cliente en el que se especifica claramente las características y el precio del servicio, el valor del anticipo inicial que se debe realizar correspondiente al 30% (Mínimo) y la forma de pago a utilizar.

Cabe destacar que, en el valor del servicio incluido en el contrato, se detallan los conceptos y valores relacionados con la mano de obra y con los materiales y herramientas necesarias para la prestación del servicio. En lo referente a las herramientas utilizadas por la empresa, estas son de su propiedad y se las llevaran una vez terminan de realizar los diseños; los insumos y materiales utilizados como materos, estibas, espejos, etc., una vez realizado el diseño son de propiedad del cliente.

La forma de pago implementada inicialmente será pago en efectivo, y pagos en línea por medio de transferencias bancarias.

El servicio estará disponible de lunes a sábado, de 7:00 am a 12:00 m y de 3:00 pm a 5:00 pm; y la duración de cada servicio dependerá del tamaño y complejidad del diseño a realizar.

Se ofrece a los clientes una garantía de un año sobre los materiales utilizados en el diseño realizado.

2.1.2 Atributos diferenciadores. El principal atributo diferenciador que tiene la creación de esta empresa de diseño y decoración de ambientes es el uso de las plantas naturales, dejando de lado elementos artificiales que es lo que tradicionalmente se emplea.

Con el uso de plantas naturales, aprovechamiento de la luz natural, el uso de materiales reciclados y/o amigables con el medio ambiente como la piedra, la madera y las fibras naturales, así como el uso de elementos artesanales, hechos a mano, la empresa favorece la creación de espacios enfocados en la salud y el bienestar, así como la conexión e interacción del ser humano con los entornos naturales, acudiendo a la elegancia, sencillez, diseño e innovación para reconectar los hogares con la naturaleza.

Por otro lado, es importante destacar que en la actualidad en el municipio de Aguachica y en la ciudad de Valledupar – Cesar, no existe una empresa que preste este tipo de servicio, por lo tanto, es una ventaja competitiva frente a otras empresas que puedan prestar servicios similares en ciudades cercanas.

2.2 SEGMENTO DE MERCADO

El mercado objetivo se define por los hogares de estratos 4, 5 y 6 que habitan en la zona urbana del municipio de Aguachica y la ciudad de Valledupar, lo que corresponde a: 22.150 hogares, de los cuales 20.293 se ubican en Valledupar y 1.857 en Aguachica.²²²³

Cuadro 1. Segmento de mercado

	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Total
Aguachica	1.207	427	223	1.857
Valledupar	13.191	4.667	2.435	20.293
Total	14.398	5.094	2.658	22.150

Es importante destacar que la decoración del hogar es un aspecto que ha cobrado gran importancia, porque las personas desean reflejar su personalidad en cada elemento utilizado en la decoración de sus espacios; sin embargo, para la presente investigación solo se tiene en cuenta los habitantes de la ciudad de Valledupar y el municipio de Aguachica porque son las poblaciones del Cesar con mayor número de habitantes, garantizando un mayor mercado objetivo; y los pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6 porque cuentan con mayores ingresos, mayor capacidad de pago y por ende pueden destinar más recursos para aspectos como la decoración, que en los estratos 1, 2 y 3 probablemente no son tan priorizados.

²² DANE. Proyecciones de Población, Censo Nacional de Población y Vivienda 2018. [En línea]. s/f. [Consultado el 10 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

²³ CENTRO DE ESTUDIOS SOCIO ECONOMICOS Y REGIONALES – CESORE. Perfil demográfico del Cesar. [En línea]. 2020. [Consultado el 20 de octubre de 2021]. Disponible en: https://cesore.com/wp-content/uploads/2020/04/Perfil-demografico-del-Cesar-analisis-y-recomendaciones-de-poli%CC%81tica_compressed.pdf

2.3 ESTUDIO DE LA DEMANDA

2.3.1 Necesidades de información. Teniendo en cuenta la investigación a realizar se requiere indagar sobre la siguiente información:

- Características y formas de prestación del servicio; así como gustos y preferencias del mercado.
- Tarifas ofrecidas por los prestadores de servicios similares que se encuentren en el mercado.
- Estrategias de publicidad usadas actualmente por empresas prestadoras de servicios similares.

2.3.2 Tipo de estudio. El tipo de investigación es exploratoria y descriptiva.

Exploratoria para realizar una recopilación de aspectos teóricos que permitan establecer un antecedente práctico y teórico.

Descriptiva para determinar rasgos o características que permitan identificar la situación actual con respecto al problema de esta investigación.

2.3.3 Enfoque. La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, lo que implica la recolección de datos para dar respuesta a preguntas de investigación que se plantean inicialmente. Además, se recolectan y analizan datos numéricos para identificar tendencias, explicar y predecir fenómenos investigados.

2.3.4 Fuentes de información. Para el desarrollo de la presente investigación se acude a fuentes de información primarias y secundarias así:

- Fuentes primarias: Se realizan encuestas a los hogares de los municipios de Valledupar y Aguachica.
- Fuentes secundarias: Consultas en artículos académicos, revistas indexadas, tesis de pregrado y posgrado debidamente referenciadas; Datos e información publicada por fuentes de información confiable como el SENA, el DANE, la Alcaldía Municipal, Biblioteca Universitaria, entre otros.

2.3.5 Técnicas de investigación. La técnica de investigación a utilizar en la presente investigación es la encuesta.

2.3.6 Instrumento para la recolección de información. La recolección de la información se realizará por medio de un cuestionario estructurado aplicado a la población objetivo de esta investigación.

2.3.7 Modo de aplicación. La encuesta se aplicará de modo directo a una muestra aleatoria de los hogares de los municipios de Valledupar y Aguachica.

2.3.8 Cálculo de la muestra. Para determinar el tamaño de la muestra se realiza el siguiente calculo:

$$\frac{Z^2 n(p * q)}{(n - 1)E^2 + Z^2(p * q)}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza = 1,96

P = Probabilidad a favor = 0,50

Q = Probabilidad en contra = 0,50

n = Población = 22.150 hogares

e = Error en estimación = 0,08

$$n = \frac{(1,96)^2 * 22.150 * (0,50 * 0,50)}{(22.150 - 1)(0,08)^2 + (1,96)^2(0,50 * 0,50)} = 149,06 \cong 149$$

Se establece una muestra de 149, es decir, que se aplicaran 149 encuestas, distribuidas por estratos de la siguiente forma:

Cuadro 2. Distribución por estratos de la muestra

	Estrato 4	Estrato 5	Estrato 6	Total
Aguachica	8	3	1	12
Valledupar	89	32	16	137
Total	97	35	17	149

La distribución por estratos se realiza teniendo en cuenta dos factores que son:

- Un 8,38% representa la población del municipio de Aguachica y el 91,62% restante corresponde a la población de la ciudad de Valledupar.

- La información suministrada por el DANE indica que de la población de estratos 4, 5 y 6 en Aguachica y Valledupar, un 65% pertenecen al estrato 4, un 23% pertenece al estrato 5 y un 12% pertenece al estrato 6.²⁴

Por lo tanto, la distribución de encuestas se calcula de la siguiente forma:

Aguachica

$$149 \times 8,38\% = 12,4 \approx 12$$

$$\text{Estrato 4} = 12 \times 65\% = 7,8 \approx 8$$

$$\text{Estrato 5} = 12 \times 23\% = 2,8 \approx 3$$

$$\text{Estrato 6} = 12 \times 12\% = 1,4 \approx 1$$

Valledupar

$$149 \times 91,62\% = 136,5 \approx 137$$

$$\text{Estrato 4} = 137 \times 65\% = 89,05 \approx 89$$

$$\text{Estrato 5} = 137 \times 23\% = 31,51 \approx 32$$

$$\text{Estrato 6} = 137 \times 12\% = 16,44 \approx 16$$

2.3.9 Alcance. La encuesta tiene un alcance en la zona urbana de los municipios de Valledupar y Aguachica – Cesar.

2.3.10 Tiempo de aplicación. La encuesta se aplica del primero al cinco de octubre de 2021.

²⁴ DANE. Proyecciones de Población, Censo Nacional de Población y Vivienda 2018. [En línea]. s/f. [Consultado el 10 de mayo de 2021]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

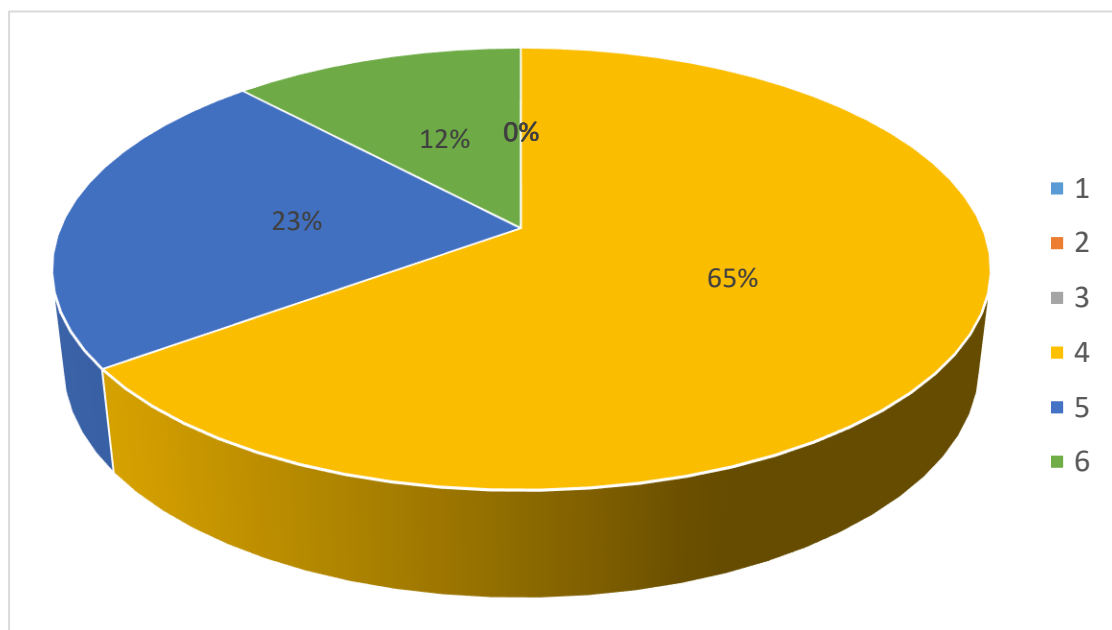
2.3.11 Tabulación, presentación y análisis de resultados. A continuación, se realiza la tabulación y análisis de los resultados obtenidos una vez aplicada la encuesta.

Pregunta Nº 1. ¿A qué estrato pertenece?

Cuadro 3. Hogares por estrato

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	97	65%
5	35	23%
6	17	12%
Total	149	100%

Gráfico 2. Hogares por estrato

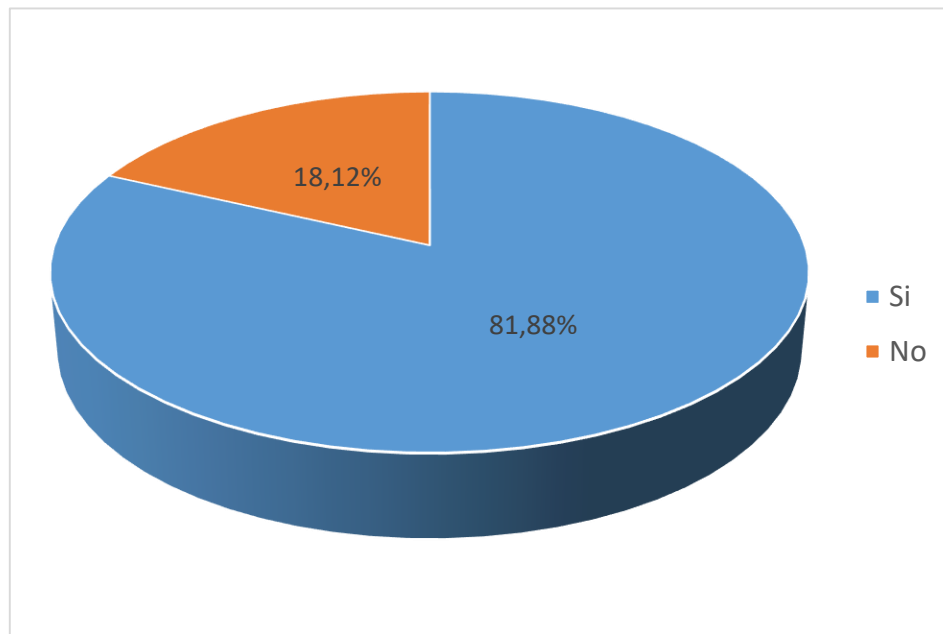


Pregunta N° 2. ¿Actualmente acostumbra a decorar su vivienda con frecuencia?

Cuadro 4. Decoración de la vivienda

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	122	81,88%
No	27	18,12%
Total	149	100%

Gráfico 3. Decoración de la vivienda



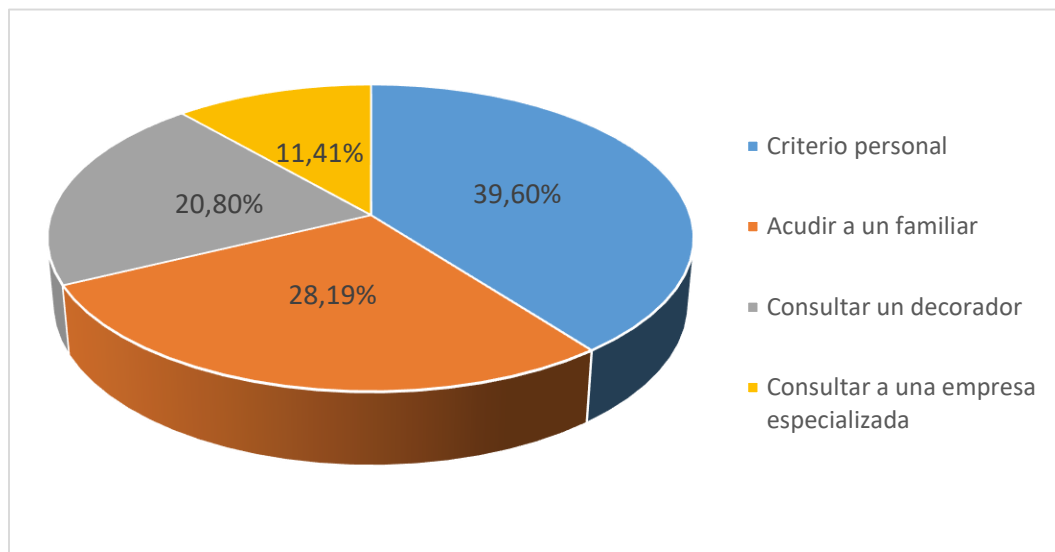
Se observa que el 81,88% de la población acostumbra a realizar decoraciones en sus viviendas con determinada frecuencia; lo que representa una gran oportunidad para que la empresa incursione en el mercado.

Pregunta N° 3. Cuándo requiere el servicio de decoración ¿A dónde o a quien acude?

Cuadro 5. Contratación de servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Criterio personal	59	39,60%
Acudir a un familiar	42	28,19%
Consultar un decorador	31	20,80%
Consultar a una empresa especializada	17	11,41%
Total	149	100%

Gráfico 4. Contratación de servicio



Se observa que un 39,60% de la población acude al criterio personal; un 28,19% acude a la opinión de familiares; un 20,80% consulta a un decorador; y un 11,41% consulta una empresa especializada. Porcentajes significativos para la creación de

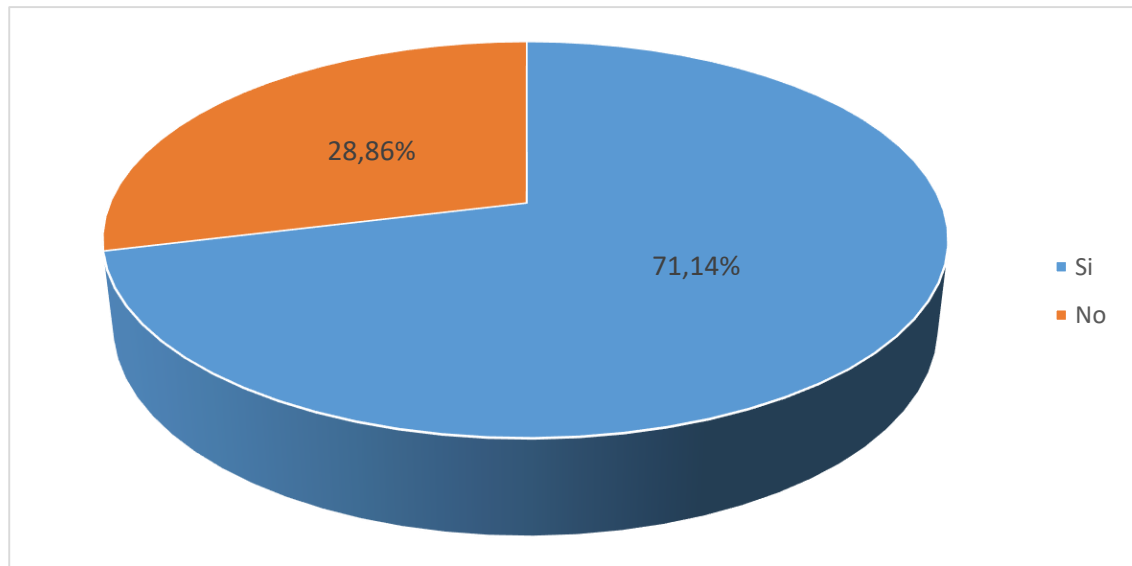
la empresa, dado que un poco más del 30% de la población acude a personal especializado; con el 70% restante es importante generar conciencia de la importancia y los grandes beneficios que pueden obtener al momento de acudir a una empresa especializada.

Pregunta N° 4. ¿Le gusta decorar su vivienda con plantas naturales?

Cuadro 6. Gusto por el uso de plantas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	106	71,14%
No	43	28,86%
Total	149	100%

Gráfico 5. Gusto por el uso de plantas



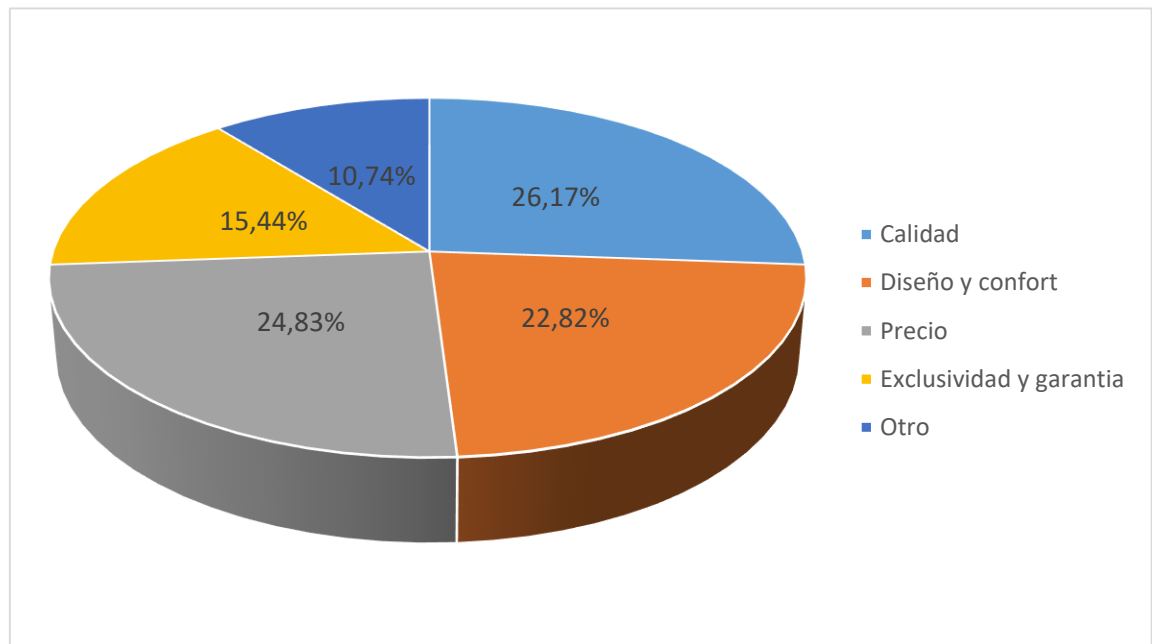
El 71,14% de la población manifiesta su gusto por decorar su vivienda con plantas naturales; lo que indica que la temática a trabajar por la empresa tendría una buena acogida en la población.

Pregunta Nº 5. ¿Qué aspectos tiene en cuenta al momento de realizar decoraciones en su vivienda?

Cuadro 7. Aspectos que tiene en cuenta

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	46	30,87%
Diseño y confort	37	24,83%
Precio	41	27,52%
Exclusividad y Garantía	25	16,78%
Total	149	100%

Gráfico 6. Aspectos que tiene en cuenta



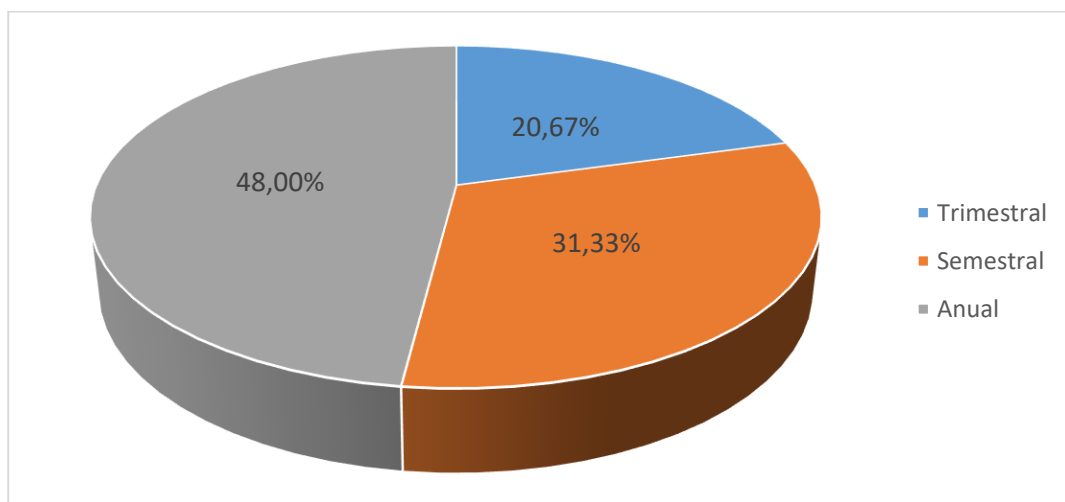
Se establece que el 30,87% tiene en cuenta la calidad al momento de realizar decoraciones; un 27,52% considera el precio; un 24,83% tiene en cuenta el diseño y confort; y un 16,78% tiene en cuenta la exclusividad y la garantía. Esta información es de vital importancia al momento de definir las características de los servicios a ofrecer.

Pregunta N° 6. ¿Con que frecuencia realiza decoraciones en su vivienda?

Cuadro 8. Frecuencia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media	Ponderado
Trimestral	31	20,81%	12	2,4972
Semestral	47	31,54%	24	7,5696
Anual	71	47,65%	52	24,778
Total	149	100%		34,8448

Gráfico 7. Frecuencia



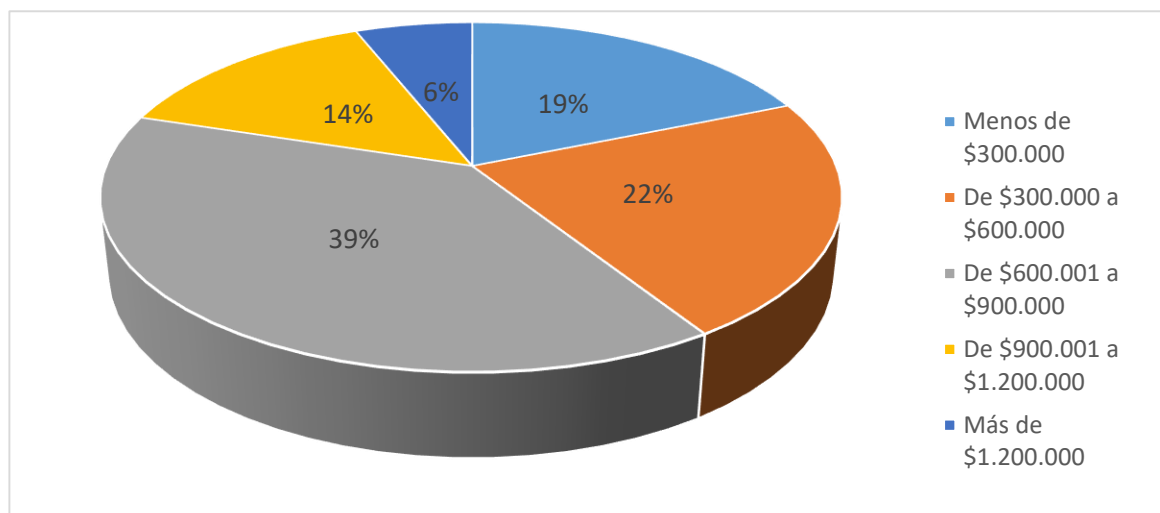
Se observa que un 47,65% de la población realiza decoraciones anualmente; un 31,54% lo hace semestralmente y el 20,81% restante lo hace trimestralmente. Se pudo establecer que en promedio las personas realizan decoraciones cada 34,8448 semanas, información importante para el proyecto al momento de la elaboración de las políticas de ventas.

Pregunta Nº 7. ¿Cuánto dinero destina aproximadamente al momento de contratar o realizar decoraciones en su vivienda?

Cuadro 9. Dinero empleado

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media	Ponderado
Menos de \$300.000	28	18,79%	150.000	28.185
De \$300.000 a \$600.000	33	22,15%	450.000	99.675
De \$600.001 a \$900.000	58	38,93%	750.000	291.975
De \$900.001 a \$1.200.000	21	14,09%	1.050.000	147.945
Más de \$1.200.000	9	6,04%	1.200.000	72.480
Total	149	100%		640.260

Gráfico 8. Dinero empleado



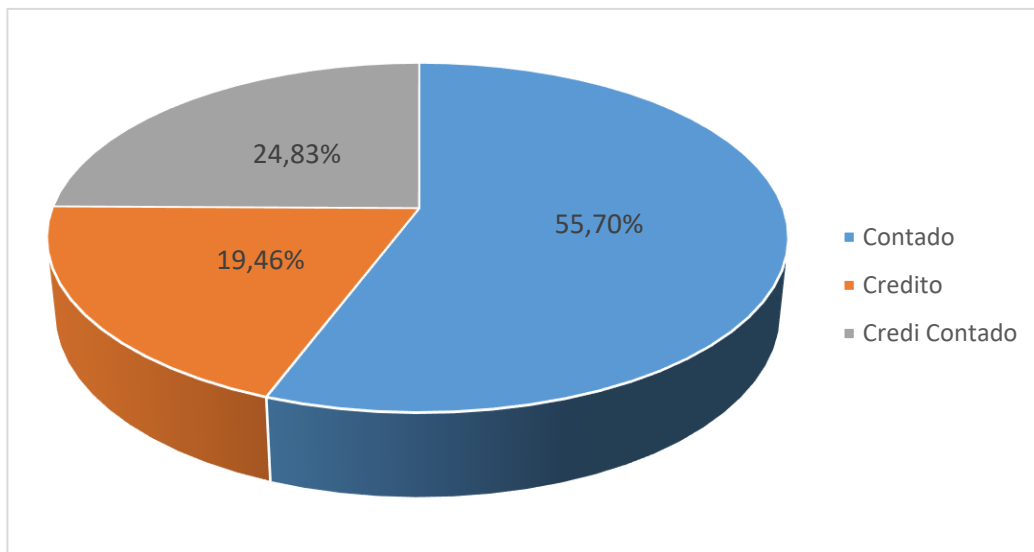
El 38,93% de la población destina de \$600.000 a \$900.000 para realizar decoraciones en la vivienda; un 22,15% destina entre \$300.000 y \$600.000; un 18,79% destina menos de \$300.000; un 14,09% destina entre \$900.000 y \$1.200.000; y el 6,04% restante destina más de \$1.200.000. Además, se establece un gasto promedio de \$640.260; información de vital importancia a la hora de definir la estrategia de fijación de precios.

Pregunta N° 8. ¿Qué formas de pago prefiere utilizar?

Cuadro 10. Formas de pago

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Contado	83	55,70%
Crédito	29	19,46%
Credi-contado	37	24,83%
Total	149	100%

Gráfico 9. Formas de pago



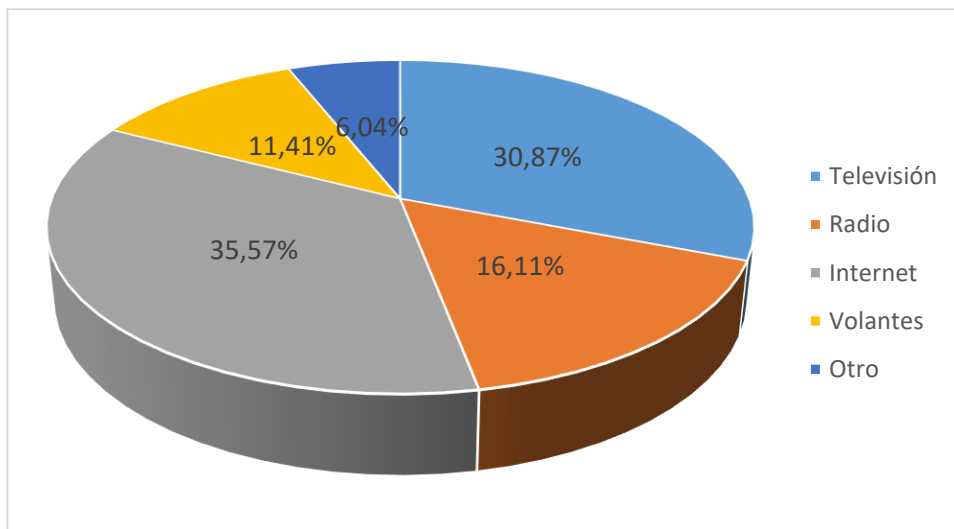
Lo anterior indica que un 24,83% utiliza el credi-contado como forma de pago; el 19,46% utiliza el crédito y favorablemente el 55,70% utiliza el pago de contado. Estos datos serán de gran utilidad al momento de definir las políticas de ventas de la empresa.

Pregunta N° 9. ¿A través de qué medios se entera de los servicios que ofrecen las empresas existentes en el mercado?

Cuadro 11. Medios publicitarios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	46	30,87%
Radio	24	16,11%
Internet	53	35,57%
Volantes	17	11,41%
Otro	9	6,04%
Total	149	100%

Gráfico 10. Medios publicitarios



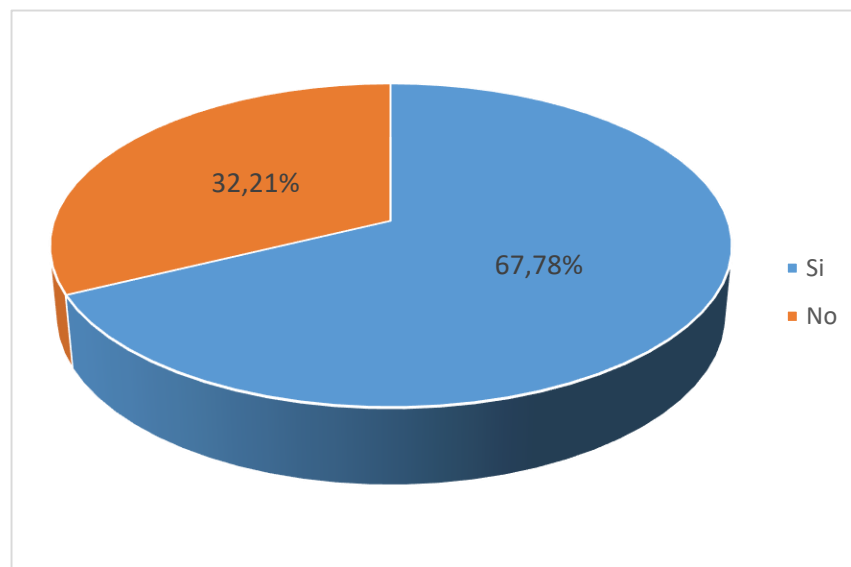
Al indagar por los medios publicitarios más utilizados se encuentra en primer lugar el internet con un 35,57%; en segundo lugar, la televisión con un 30,87%; seguido se encuentra la radio con un 16,11%; volantes con un 11,41% y por ultimo otros medios con un 6,04%. Esta información es de gran importancia al momento de definir las políticas de ventas y de diseñar la estrategia publicitaria que utilizara la empresa.

Pregunta Nº 10. Si se crea en el municipio de Aguachica una empresa dedicada al diseño y decoración de ambientes con plantas naturales, ¿Estaría dispuesto a contratar el servicio cuando requiera remodelar o decorar algún espacio en su vivienda?

Cuadro 12. Disposición para contratar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	67,78%
No	48	32,21%
Total	149	100%

Gráfico 11. Disposición para contratar



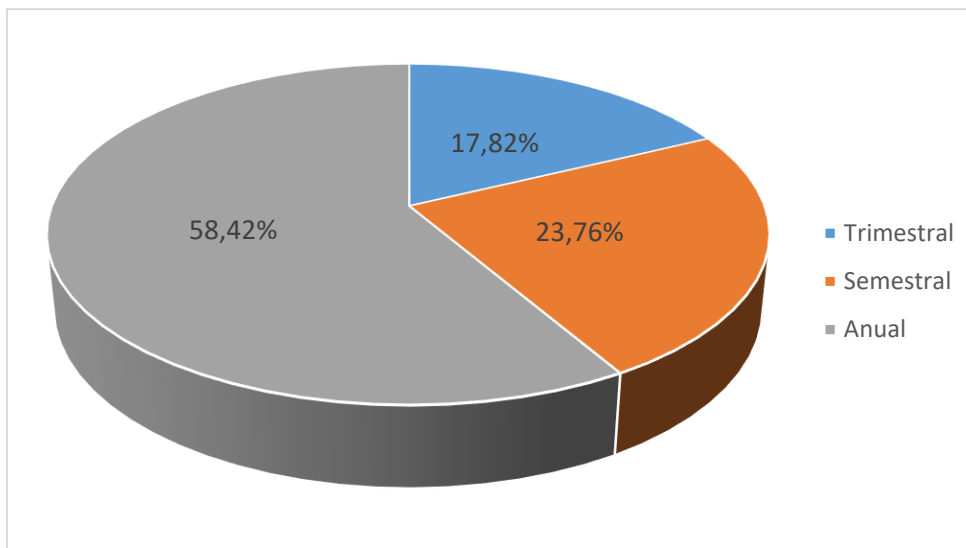
El 67,78% de la población encuestada está dispuesta a contratar el servicio, el 32,21% restante no está seguro de realizar la contratación; resultado favorable para el proyecto, ya que este porcentaje representa un buen nivel de aceptación en el mercado.

Pregunta Nº 11. ¿Con que frecuencia contrataría la empresa para realizar decoraciones en su vivienda con plantas naturales?

Cuadro 13. Frecuencia contratación del servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media	Ponderado
Trimestral	18	17,82%	12	2,14
Semestral	24	23,76%	24	5,70
Anual	59	58,42%	52	30,38
Total	101	100%		38,22

Gráfico 12. Frecuencia contratación del servicio



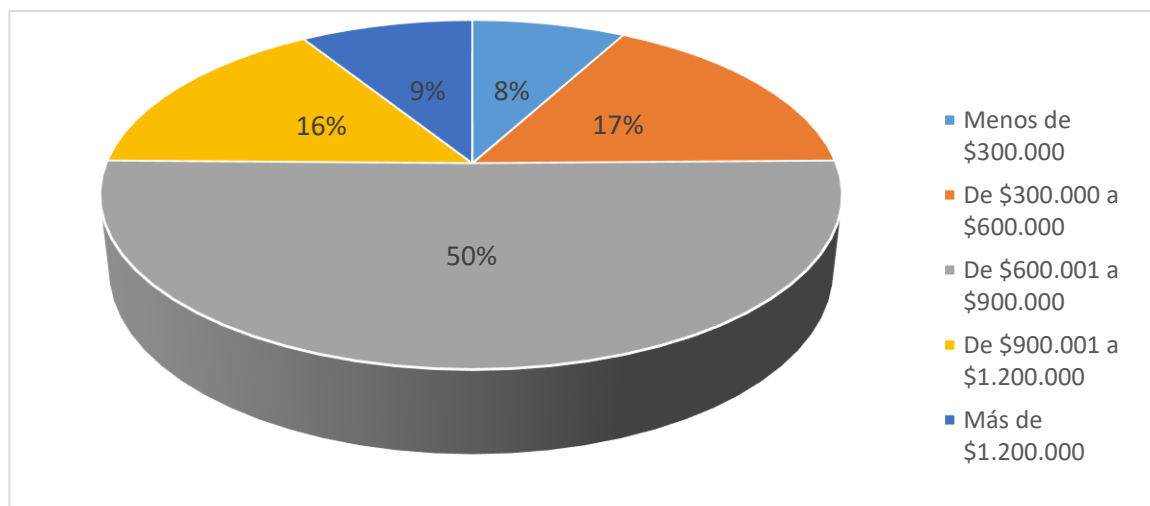
Se observa que un 58,42% de la población contrataría el servicio de decoración con plantas naturales anualmente; un 23,76% lo haría semestralmente y el 17,82% restante lo haría trimestralmente. Se pudo establecer que en promedio las personas contratarían el servicio de decoraciones con plantas naturales cada 38,22 semanas, información importante para el proyecto al momento de la elaboración de las políticas de ventas.

Pregunta N° 12. ¿Cuánto dinero destinaria aproximadamente al momento de contratar el servicio de decoraciones con plantas naturales para su vivienda?

Cuadro 14. Dinero a destinar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media	Ponderado
Menos de \$300.000	8	7,92%	150.000	11.881
De \$300.000 a \$600.000	17	16,83%	450.000	75.743
De \$600.001 a \$900.000	51	50,50%	750.000	378.713
De \$900.001 a \$1.200.000	16	15,84%	1.050.000	166.337
Más de \$1.200.000	9	8,91%	1.200.000	106.931
Total	101	100%		739.604

Gráfico 13. Dinero a destinar



El 50,50% de la población destinaria de \$600.000 a \$900.000 para realizar decoraciones con plantas naturales en la vivienda; un 16,83% destinaria entre \$300.000 y \$600.000; un 15,84% destinaria de \$900.000 a \$1.200.000; un 7,92% destina menos de \$300.000; y el 8,91% restante destinaria más de \$1.200.000. Además, se establece un gasto promedio de \$739.604; información de vital importancia a la hora de definir la estrategia de fijación de precios.

2.3.12 Estimación de la demanda actual. Para realizar la estimación de la demanda, se tiene en cuenta lo siguiente:

- Población objetivo equivalente a 22.150 hogares residentes en el municipio de Aguachica y la ciudad de Valledupar – Cesar.
- 81,88% de la población realizan frecuentemente decoraciones en su vivienda. Dato que se toma de la pregunta número 2.
- 71,14% de los hogares realizan decoraciones con plantas naturales en su vivienda. Dato que se toma de la pregunta número 4.
- 0,67 veces al año como promedio de frecuencia de realización de decoraciones en la vivienda. Dato que se toma de la pregunta número 6.

Este promedio se obtiene al dividir la frecuencia con que realizan decoraciones en la vivienda (Cada 34,8448 semanas) entre el número de semanas al año (52):
 $34,8448 / 52 = 0,67$

Por lo tanto, la estimación de la demanda anual actual equivale a:
 $22.150 \times 81,88\% \times 71,14\% \times 0,67 = 8.645$ servicios al año

2.3.13 Estimación de la demanda efectiva. Para la estimación de la demanda efectiva se tiene en cuenta lo siguiente:

- Población objetivo equivalente a 22.150 hogares residentes en el municipio de Aguachica y la ciudad de Valledupar – Cesar.

- 81,88% de la población realizan frecuentemente decoraciones en su vivienda. Dato que se toma de la pregunta número 2.

- 71,14% de los hogares realizan decoraciones con plantas naturales en su vivienda. Dato que se toma de la pregunta número 4.

- 67,78% de la población que está dispuesta a contratar el servicio con la empresa. Dato que se toma de la pregunta N° 10.

- 0,74 veces al año como promedio de frecuencia de realización de decoraciones en la vivienda. Dato que se toma de la pregunta número 11.

Este promedio se obtiene al dividir la frecuencia con que contrataría el servicio de decoraciones con plantas naturales para la vivienda (Cada 38,22 semanas) entre el número de semanas al año (52): $38,22 / 52 = 0,74$

Por lo tanto, la estimación de la demanda efectiva anual equivale a:

$22.150 \times 81,88\% \times 71,14\% \times 67,78\% \times 0,75 = 6.559$ servicios al año

2.3.14 Proyección de la demanda para los próximos cinco años. Teniendo en cuenta las proyecciones realizadas por el DANE para los municipios de Aguachica

y Valledupar se estima un crecimiento demográfico de 2,09%²⁵ para el 2021, y como la demanda están en función del crecimiento de la población, se toma este valor como indicador para la proyección de la demanda. Por lo tanto, se tiene lo siguiente:

$$Vf = Vp(1 + i)^n$$

Cuadro 15. Proyección de la demanda efectiva

Año	Formula de proyección	Demanda proyectada
1	$Vf = 6.559(1 + 2,09\%)^1$	6.696
2	$Vf = 6.559(1 + 2,09\%)^2$	6.836
3	$Vf = 6.559(1 + 2,09\%)^3$	6.979
4	$Vf = 6.559(1 + 2,09\%)^4$	7.125
5	$Vf = 6.559(1 + 2,09\%)^5$	7.274

2.4 ANALISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se toma como referencia algunas empresas que prestan el servicio de diseño de interiores y que comercializan muebles y accesorios decorativos para el hogar en los municipios de Aguachica y Valledupar. Cabe destacar que ninguna de estas empresas y/o profesionales presta el servicio de decoración de ambientes con plantas naturales.

En el cuadro que se presenta a continuación, se realiza una breve descripción de la empresa, y las fortalezas y debilidades de cada una en el sector.

²⁵ DANE. Proyecciones de Población. [En línea] [30 de septiembre de 2021] Disponible en: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Cuadro 16. Análisis de la oferta

	Tienda de muebles Jaimdecor	José Álvarez Diseño y Decoraciones	Decovalle Tienda de Diseño	Artes y Diseños MJM
Descripción	<p>Empresa dedicada a la comercialización de muebles y accesorios decorativos para el hogar.</p> <p>Ejecuta proyectos de interiorismo comercial y presta el servicio de decoración y diseño de espacios.</p>	<p>Profesional que ofrece su servicio de asesoría en diseño y vende todo tipo de muebles y enseres para el hogar.</p>	<p>Empresa dedicada a la elaboración y comercialización de muebles y accesorios para el hogar.</p>	<p>Empresa que presta el servicio de artes gráficas, diseño y decoración de interiores y exteriores.</p>
Ubicación	Aguachica	Valledupar	Valledupar	Valledupar
Fortalezas	<p>Cuentan con reconocimiento en el mercado local.</p> <p>Permite pagos en efectivo y por PayPal.</p> <p>Ofrece buena atención, precios</p>	<p>Profesional con experiencia en el sector, con reconocimiento en el mercado local.</p> <p>Presta servicio en todo el país.</p>	<p>Empresa con reconocimiento en el mercado local, precios asequibles. Amplios horarios de atención.</p> <p>Envían muebles a todo el país.</p>	<p>Reconocimiento en el mercado local, cobertura en todo el país.</p> <p>Profesional que asesora a los clientes</p>

	asequibles y atienden de lunes a viernes.			en la elección de los artículos. Venden todo tipo de artículos para el hogar.
Debilidades	No tiene página web, no hay presencia en redes sociales.	Precios altos. No hay mucha información en internet en la que se divulgue su trabajo.	Se dedican solo a la elaboración de los muebles, no hay un profesional que asesore los diseños.	No hay mucha información en redes.
Estimación porcentaje de participación en el mercado	70%	40%	15%	15%

2.5 DESCRIPCION DEL SERVICIO

Una vez realizado el estudio de la demanda y oferta del servicio de decoración de ambientes con plantas naturales, se establece que el servicio se mantiene con características idénticas a las formuladas en el numeral 2.1 del presente documento.

2.6 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACION Y DE DISTRIBUCION

Para la prestación del servicio de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se utilizará el canal directo, dado que la empresa ofrecerá el servicio y los clientes lo adquieren y reciben directamente sin necesidad de intermediarios. Buscando con ello que se propicie una relación directa con los clientes, que permita conocer de primera mano las observaciones, recomendaciones, quejas e inquietudes de los clientes y generando mayor confianza y seguridad en los clientes.

2.7 ESTRATEGIA PARA FIJACION DE PRECIOS

La estrategia de fijación de precios a utilizar por la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se basa en el costo, es decir, que se suma un margen de utilidad adecuado al costo del servicio.

El uso de esta estrategia permite tener más certeza sobre los costos que asume la empresa para la prestación del servicio y el valor de la utilidad a obtener. Sumado a esto, este método permite que el precio de venta del servicio sea un precio justo para los clientes y para la empresa.

2.8 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

2.8.1 Estrategia de comunicación. La comunicación con los clientes se realizará de manera directa, la empresa contará con una línea de whatsapp que estará disponible en los horarios de atención de la empresa; también contará con correo electrónico, teléfono fijo; y su respectiva página web donde encontrará toda la información de la empresa, la descripción en detalle del servicio que presta la empresa, y la información de contacto,

Además, se implementará una estrategia de marketing agresiva que incluirá spots publicitarios en canal de televisión regional, publicidad en redes sociales, tarjetas de presentación, volantes y cuñas radiales en las emisoras de la región.

2.8.2 Presupuesto de comunicación.

2.8.2.1 Presupuesto de lanzamiento. La publicidad de lanzamiento incluye la transmisión de tres spots publicitarios diariamente en un canal de televisión regional; así mismo la transmisión de tres cuñas radiales diarias por emisora, se destinará un monto significativo para la publicidad en redes sociales; se repartirán 5.000 tarjetas de presentación y 10.000 volantes donde se menciona el servicio ofrecido por la empresa y los datos de contacto de la misma. Para la ejecución de esta estrategia de publicidad de lanzamiento, se estima el siguiente presupuesto:

Cuadro 17. Presupuesto de lanzamiento

Publicidad	Cantidad	Vr. Unitario	Vr. Total
Spots publicitarios de TV (2 canal de TV, 1 en cada municipio)	3 / día / 3 meses / emisora	\$900.000 / mes x emisora	\$5.400.000
Cuñas radiales (2 emisoras, 1 por municipio)	3 / día / 3 meses	\$200.000	\$1.200.000
Publicidad en redes sociales		\$1.000.000	\$1.000.000
Volantes	10.000	\$350 c/u	\$3.500.000
Tarjetas de Presentación	5.000	\$10 C/u	\$50.000
Total			\$11.150.000

2.8.2.2 Presupuesto de operación. Una vez la empresa inicie operaciones, se continuarán con los spots publicitarios de TV, pero se disminuye a 2 anuncios diarios; se continua con la publicidad en redes sociales y las tarjetas de presentación, disminuyendo a 2.000 tarjetas. Por lo tanto, para la ejecución de esta estrategia publicitaria se estima el siguiente presupuesto:

Cuadro 18. Presupuesto de operación

Publicidad	Cantidad	Vr. Mes	Vr. Año
Spots publicitarios de TV (2 canal de TV, 1 en cada municipio)	2 / día / emisora	\$1.200.000	\$14.400.000
Publicidad en redes sociales		\$1.000.000	\$12.000.000
Tarjetas de Presentación	2.000	\$20.000	\$240.000
Total		\$2.220.000	\$26.640.000

3. ESTUDIO TECNICO

3.1 TIPO DE PROYECTO

El presente proyecto según su orientación corresponde a un proyecto productivo del sector servicios, dado que tiene como finalidad la prestación de un servicio a cambio de determinada rentabilidad.

Adicionalmente, corresponde a un proyecto de desarrollo sostenible porque incluye el cuidado y la preservación del medio ambiente, así como el equilibrio del planeta durante un determinado periodo de tiempo.

Finalmente, por su área de influencia corresponde a un proyecto de tipo regional.

3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

3.2.1 Ficha técnica del servicio mínimo viable.

Cuadro 19. Ficha técnica del servicio

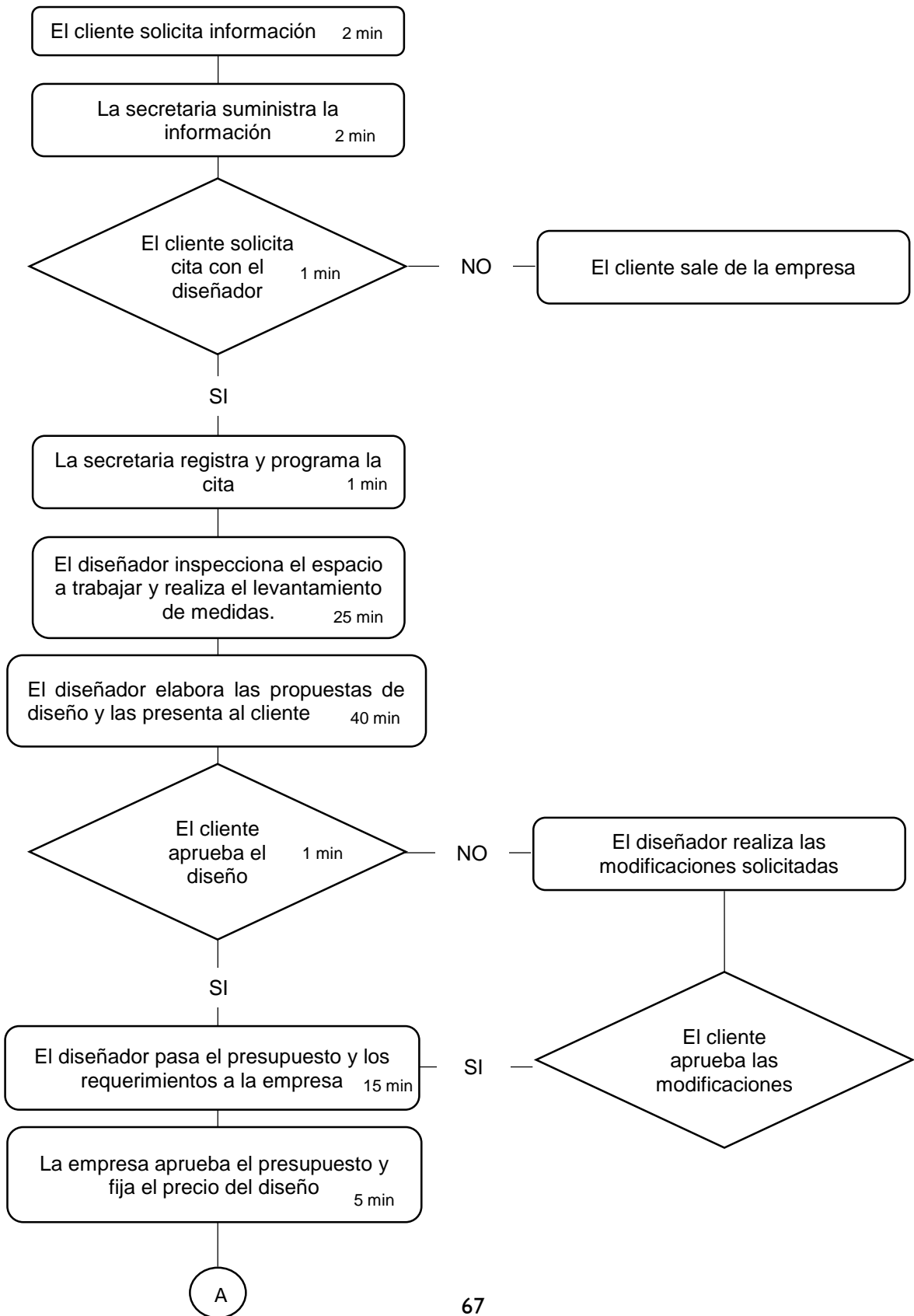
Servicio	Diseño y ejecución de proyectos de decoración de ambientes con plantas naturales. Se pueden decorar diferentes espacios como salones, cocina, comedor, cuarto de baño, dormitorios, despacho, etc. Orientado a diferentes estilos como moderno, acogedor, naturaleza, barroco, escandinavo, clásico, zen, pop, etc.
-----------------	---

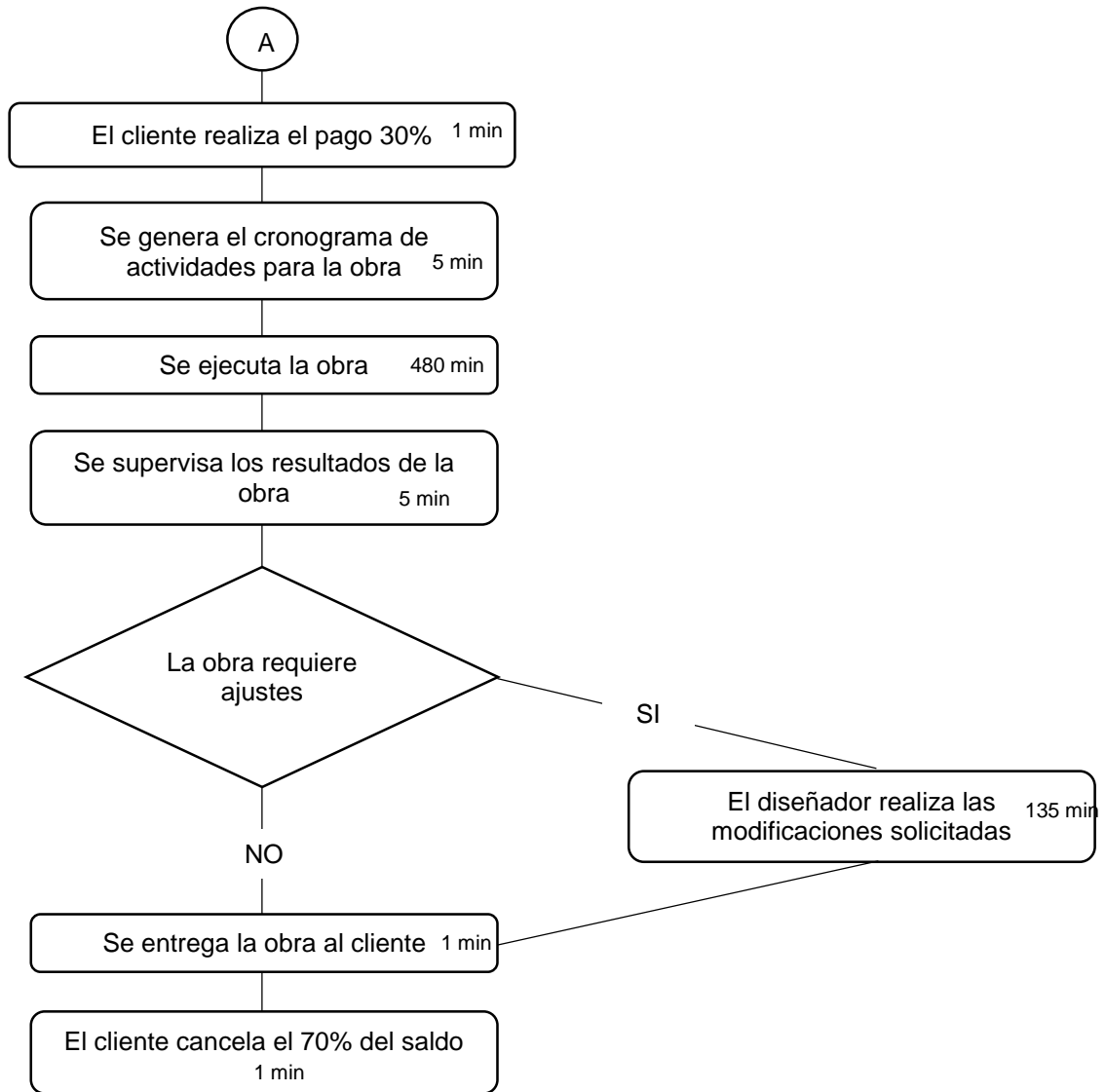
Especificaciones	El servicio está a cargo de un profesional con experiencia en diseño de interiores.
	Contratación por escrito, que establezca claramente las características y precio del servicio, así como la forma de pago.
	Forma de pago: Efectivo y pagos en línea por medio de transferencias bancarias.
	Horarios: Lunes a Viernes de 7:00 am a 12:00 m y de 3:00 pm a 5:00 pm
	Duración: Depende del tamaño y complejidad del diseño.
	Garantía: 1 año sobre los materiales utilizados en el diseño.
	

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave. El proceso para la prestación del servicio es el siguiente:

- El cliente solicita información sobre la empresa y los servicios ofrecidos.
- La secretaria suministra la información básica.
- El cliente solicita cita con el diseñador
- La secretaria registra y programa la cita
- El diseñador inspecciona el espacio a trabajar, realizando levantamiento de medidas.
- El diseñador elabora las propuestas de diseño y las presenta al cliente
- El cliente aprueba el diseño
- El diseñador pasa el presupuesto a la empresa y los requerimientos necesarios a la empresa.
- La empresa aprueba el presupuesto y fija el precio del diseño
- El cliente paga el anticipo del 30%
- El diseñador genera el cronograma de actividades para ejecutar la obra
- Se ejecuta la obra
- El diseñador supervisa la obra ejecutada
- En caso de requerir ajustes y/o modificaciones se realizan.
- Se hace entrega de la obra al cliente
- El cliente cancela el 70% del saldo

Gráfico 14. Diagrama





3.2.3 Características del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo. El Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo tiene como objetivo mejorar las condiciones laborales y el ambiente en el trabajo, además de la salud en el trabajo, lo que conlleva a la promoción del mantenimiento del bienestar físico, mental y social de todos los empleados.

El SG-SST de la empresa será liderado e implantado por el Gerente de la empresa, sin embargo, se contratará una empresa especializada para que se encargue del diseño, registro, documentación, implementación del SG-SST, el cual debe cumplir

con toda la reglamentación vigente y los principios básicos del ciclo PHVA planificar, hacer, verificar y actuar.

De la implementación del SG-SST para la empresa puede encargarse la empresa Proambiente Soluciones Integrales, con presencia en diferentes ciudades del país, con amplia experiencia en el sector, y donde el costo del servicio es de \$870.000. (Ver anexo B)

- **Objetivo.** Garantizar condiciones de trabajo seguras y saludables en el desarrollo de las diferentes actividades productivas basadas en la prestación del servicio de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales prestados por la empresa, a través de la promoción de la salud y de la identificación, evaluación y control de los riesgos ocupacionales, con el fin de evitar la presentación de accidentes de trabajo y de enfermedades laborales y otras situaciones que afecten la calidad de vida de los trabajadores.

- **Responsables.** La empresa Proambiente Soluciones Integrales será la encargada del diseño del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo SG-SST, quienes trabajaran de la mano y bajo la supervisión y apoyo del Gerente de la empresa.

- **Capacitaciones.** Todo el personal de la empresa recibirá inicialmente capacitación sobre la implementación del sistema de seguridad y salud en el trabajo SG-SST, posteriormente y de manera periódica se capacitará en promoción y prevención de riesgos y accidentes.

- **Diagnostico.** La empresa realizara exámenes de ingreso a todos los trabajadores y posteriormente se realizarán exámenes periódicos para conocer el estado de salud de los mismos.

- **Plan de trabajo.** Se establecerá un plan de trabajo específico donde se define de manera clara los objetivos, metas, responsabilidades, recursos, cronograma, etc., los cuales deben ser de conocimiento de todo el personal de la empresa, quienes deben trabajar para cumplirlo al 100%.

- **Documentación.** Todo lo relacionado con el SGSST será documentado y almacenado adecuadamente en la empresa.

3.2.4 Análisis ambiental. La implementación de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales conlleva una serie de actividades que promueven el cuidado y la conservación del medio ambiente; con la finalidad de cada actividad tenga como base fundamental este principio, la empresa promoverá acciones y medidas que disminuyan el impacto ambiental como son:

- El uso de artículos biodegradables y productos responsables con el medio ambiente.
- Aumentar la eficiencia energética, promoviendo el uso de bombillos ahorradores, y en general de productos energéticos más limpios.
- La práctica del reciclaje,
- Uso de baterías sanitarias ahorradoras, para disminuir el consumo de agua;
- Manejo racional de los equipos que requieran consumo de energía eléctrica y agua.
- Utilizar papel biodegradable.
- Optimizar el consumo de los recursos naturales,
- Minimizando, reutilizando y buscando el mejor provecho de los residuos.

Por otro lado, se contratará un ingeniero ambiental que se encargue del diseño e implementación de un estudio de impacto ambiental que identifique los factores y/o

actividades que generan impacto en el medio ambiente y plantee medidas preventivas y correctivas para minimizar su impacto. El costo de este servicio se encuentra en un rango entre el \$1.000.000 y \$1.500.000.

3.2.5 Recursos claves.

3.2.5.1 Talento humano. Para el correcto funcionamiento de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se requiere el siguiente recurso humano:

Cuadro 20. Talento humano

Cargo	N° de Puestos	Tipo de Contrato	Área
Gerente	1	Termino fijo	Administrativa
Secretaria recepcionista	1	Termino fijo	Administrativa
Diseñador de interiores	1	Termino fijo	Operativa
Obreros	4	Prestación de servicios	Operativa
Vendedor	1	Prestación de servicios	Comercial
Servicios generales	1	Termino fijo	Administrativa
Contador	1	Prestación de servicios ocasionales	Administrativa

3.2.5.2 Infraestructura. En este ítem se incluyen los requerimientos para maquinaria y equipo, equipo de oficina, equipo de cómputo y comunicación, muebles y enseres que se requieren para el buen funcionamiento de la empresa. Estos son:

Cuadro 21. Equipo de oficina

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Escritorio	3	Escritorio Practimac Madrid con cajones Wengue. Ancho 170,4 cm x Alto 72,5 cm x Fondo 75 cm
Silla ergonómica	3	Silla de oficina tukasa desert negra Marco negro de alto brillo, cubierta de malla y asiento en color negro; base metálica y patas con ruedas color negro. Con palanca para graduar la altura. Soporta peso máximo 100 Kg.
Silla interlocutora	6	Silla oficina interlocutora escritorio viena básica en malla, sin brazos, asiento en madera y goma espuma; espaldar en malla mesh. Soporte peso máximo 100 kilogramos.

Cuadro 22. Equipo de cómputo y comunicación

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Computador de escritorio	3	Computador all in one Lenovo 23,8” AIO 3 Ryzen 5, 4 GB Ram y Disco Duro 1 Tb.
Impresora	1	Impresora multifuncional Hp Laser mfp 432fdn dúplex red
Teléfono	3	Teléfono inalámbrico Panasonic ID TGC350 negro. Alcance 8 metros.

Cuadro 23. Muebles y enseres

ACTIVO	CANTIDAD	ESPECIFICACIONES
Archivador	1	Archivador metálico 3 gavetas con niveladores protegidos. Alto 102 cm x Ancho 47 cm y Fondo 60 cm.
Punto ecológico	1	Punto ecológico tres canecas 40 litros, elaborado en polipropileno.
Aire acondicionado	2	Aire acondicionado Haceb 9000 BTU tipo Split convencional 110 V blanco
Extintor	1	Extintor multipropósito ABC 20 lb

Con relación a los materiales repuestos y accesorios, se requieren herramientas como taladros, martillos, puntillas, grapas, seguetas, tornillos, brocas, entre otros; para lo cual se estima una inversión inicial de \$4.000.000.

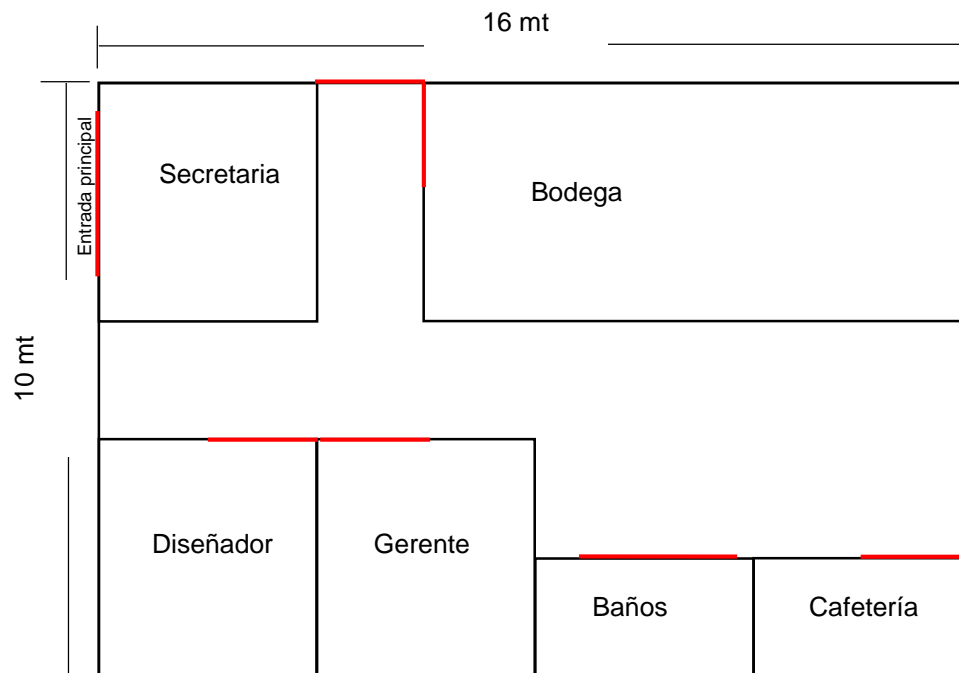
3.2.5.3 Insumos y/o materias primas. Para una adecuada prestación del servicio, los insumos que requiere la empresa están definidos por los materos, espejos, plantas, soportes y/o bases, o cualquier otra estructura que se utilice para la construcción del diseño establecido.

3.2.6 Distribución de planta. A continuación, se detalla la distribución del espacio físico para el funcionamiento de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales.

Cuadro 24. Distribución de la planta

Zona	Área
Secretaria	18 m ²
Oficina Gerente	20,25 m ²
Oficina Diseñador	20,25 m ²
Bodega	48 m ²
Cafetería	6 m ²
Baños	6 m ²
Pasillos	41,5 m ²
Total	160 m²

Gráfico 15. Distribución de la planta



3.2.7 Localización.

3.2.7.1 Macro localización. La empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales tendrá como domicilio principal el municipio de Aguachica – Cesar, que además de ser el lugar de residencia de las autoras, es un municipio de tránsito obligado para habitantes del sur de Bolívar, Norte de Santander y centro y Sur del Cesar, lo que permitirá llegar a una mayor población para que contrate el servicio.

3.2.7.2 Micro localización. Para definir la micro localización de la empresa se cuentan con tres alternativas que son:

Alternativa N° 1: Calle 6 N° 30-15

Alternativa N° 2: Carrera 25 N° 5-75

Alternativa N° 3: Calle 5 N° 15-56

Se tienen en cuenta los siguientes factores:

- Canon de arrendamiento. Corresponde a las erogaciones mensuales de dinero que se realizan por tomar en alquiler un bien en el que funciona la empresa. A este factor se le asigna una ponderación de 25% y los siguientes grados:
- Tamaño del inmueble. Corresponde al tamaño del lugar, el cual debe ser el indicado para las necesidades de la empresa. A este factor se le asigna una ponderación de 25% y los siguientes grados:
- Ubicación comercial. Establece si la zona donde se localiza el bien inmueble es comercial o no, representando una buena ubicación para la empresa. Se le asigna una ponderación de 20% y los siguientes grados:

- Servicios públicos. Evalúa la disponibilidad y calidad de los servicios públicos en el bien inmueble. Se le asigna una ponderación de 15% y los siguientes grados:

- Nivel de seguridad. Considera si en la zona donde se ubica el bien inmueble las condiciones de seguridad son óptimas para la ubicación de la empresa y la seguridad de sus empleados y clientes. Se le asigna una ponderación de 15% y los siguientes grados:

Una vez analizados los factores se procede a calificar cada una de las alternativas, y se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro 25. Micro localización

FACTOR	PESO	CALIFICACION					
		UBICACION 1		UBICACIÓN 2		UBICACIÓN 3	
Canon de arrendamiento	25%	4	1,00	6	1,50	8	2,00
Tamaño del inmueble	25%	6	1,50	5	1,25	7	1,75
Ubicación comercial	20%	8	1,60	7	1,40	6	1,20
Servicios públicos	15%	6	0,90	6	0,90	6	0,90
Nivel de seguridad	15%	6	0,90	5	0,75	5	0,75
TOTAL	100%		5,90		5,80		6,60

Teniendo en cuenta la puntuación obtenida por cada una de las alternativas consideradas, se establece que la alternativa N° 3: Calle 5 N° 15-56; es la más indicada para la ubicación de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales.

3.2.8 Control de calidad. La empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se compromete a satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, apoyados en una cultura de excelencia y mejoramiento continuo, así como el uso de elementos de excelente calidad, logrando ser reconocida como una de las mejores empresas de la región. Para lograr este objetivo la empresa tendrá en cuenta lo siguiente:

- Al iniciar el proceso se verificará que los materiales y plantas utilizados cumplan con todos los requerimientos físicos y de calidad necesarios para cumplir con los parámetros del diseño proyectado.
- Durante el proceso de decoración el diseñador verificara que cada implemento utilizado sea colocado de la manera más segura, cumpliendo con el diseño planteado.
- Al finalizar el proceso el diseñador evalúa por medio de la observación que se cumpla con todos los parámetros establecidos para la decoración. Así mismo, se brindarán las orientaciones necesarias al cliente para el cuidado y preservación de las plantas y del diseño en general.
- Evaluar el nivel de satisfacción del cliente, mediante breves evaluaciones realizadas a los clientes una vez finaliza la prestación del servicio. Donde no solo se evalúe el cumplimiento de las especificaciones del servicio, sino también el grado en que estas satisfacen las necesidades reales del cliente.
- Evaluar de forma periódica los canales de comunicación interna y externa que se han establecido en la empresa.

- Determinar los puntos críticos de control con el fin de establecer en qué lugares o procesos se debe prevenir o eliminar un peligro o reducir la probabilidad de su aparición a un nivel aceptable.
- Establecer procedimientos para determinar los planes de mejora continua de procedimientos que vayan en pro de la optimización de los recursos en la empresa.

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

3.3.1 Capacidad total diseñada por línea de servicio. La capacidad diseñada para el presente proyecto se calcula teniendo en cuenta lo siguiente:

El horario de atención es de 7:00 am a 12:00 m y de 2:00 pm a 5:00 pm

Obreros	4
Horas / día	8
Días / semana	6
Semanas / año	52
Tiempo trabajo disponible al año	9.984 horas

Si se tiene un tiempo de ciclo promedio de 12 horas*, se tendría:

Servicios / Año $9.984 / 12 = 832$ Servicios / Año

*El tiempo de ciclo / horas corresponde al promedio de tiempo que demora un operario en desarrollar una obra.

Por tanto, la capacidad diseñada para la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales es de 832 servicios al año.

3.3.2 Capacidad instalada. La capacidad instalada para el presente proyecto se calcula teniendo en cuenta lo siguiente:

Obreros	4
Horas / día	7,5*
Días / semana	6
Semanas / año	52
Tiempo trabajo disponible al año	9360 horas

* Se reduce el número de horas / día a media hora debido al tiempo empleado en pausas activas, descansos o posibles fatigas de los trabajadores. Teniendo en cuenta que se pueden presentar suplementos fijos (Necesidades personales), suplementos variables (Fatiga básica) y Suplementos especiales; se estima un porcentaje de 6%, reduciendo el turno media hora, deduciendo que este porcentaje agrupa el tiempo empleado en pausas activas, descansos o posibles fatigas por posturas anormales, intensidad de la luz, calidad del aire, levantamiento de peso o uso de fuerza, etc.

Si se tiene un tiempo de ciclo promedio de 12 horas, se tendría:

Servicios / Año $9360 / 12 = 780$ Servicios / Año

Por tanto, la capacidad instalada para la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales es de 780 servicios al año.

3.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Para la capacidad utilizada, teniendo en cuenta que se trata de una empresa nueva, la cual debe ganarse la participación en el mercado, se estima un 55% de la capacidad instalada, que corresponde a:

$780 * 55\% = 429$ servicios al año

Ahora bien, para la proyección de la capacidad se toma como criterio de proyección un 1,5%²⁶ que ha crecido el sector de la economía naranja en los últimos años; se toma este factor como criterio de proyección dado que la economía naranja ha tomado tanta fuerza que ha ayudado a potencializar a los diseñadores colombianos.²⁷

Por lo tanto, la capacidad proyectada utilizando la fórmula del valor futuro corresponde a:

$$F = p(1 + i)^n$$

Donde:

p = Valor presente = 429

i = Factor de crecimiento del sector = 1,5% = 0,015

n = Número de años = 5

1= Constante

Remplazando los valores para el primer año se tiene:

$$F = 429(1 + 0,015)^1 = 441$$

Cuadro 26. Capacidad proyectada

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nº de Servicios	429	441	452	464	476
% de participación en el mercado	6,31%	6,32%	6,33%	6,34%	6,34%

²⁶ Bancoldex. ¿Qué está pasando con la economía naranja? [En línea] [20 de octubre de 2021] Disponible en: <https://www.bancoldex.com/blog/2021-economia-creativa>

²⁷ ColombiaTrade. Industria naranja, un mercado de oportunidades. [En línea]. [20 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/industria-del-mueble-colombiano-un-mercado-de-muchas-oportunidades>

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCION

Para la constitución de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se han evaluado las ventajas y desventajas de las diferentes formas de constitución de empresa existentes en Colombia y se ha definido constituir la como una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S.

Se destacan como ventajas de este tipo de sociedad que:

- Se simplifican los tramites, se puede constituir mediante un documento privado, ahorrando tiempo y dinero.
- Se limita la responsabilidad de los accionistas.
- Su objeto social puede ser indeterminado.
- Se tiene autonomía para estipular libremente las normas que más se ajustan a la empresa.
- La estructura del capital es flexible, el pago puede diferirse hasta por dos años.
- Las acciones pueden ser de distintas clases y series; pueden ser ordinarias, con dividendo preferencial y sin derecho a voto, acciones con voto múltiple, privilegiadas, con dividendo fijo o acciones de pago.
- No requiere establecer una duración determinada.
- No tiene que hacer reformas estatutarias cada vez que el termino de duración societaria este próximo a caducar.
- Tiene una mayor facilidad de operación y administración.
- El trámite de liquidación es más ágil.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión. Somos una empresa dedicada a la asesoría, diseño y decoración de espacios interiores y exteriores con plantas naturales, que cuenta con un equipo de profesionales con experiencia en este tipo de proyectos y que, mediante la excelencia en los procesos, la creatividad, la calidad y la innovación busca la satisfacción del cliente y el reconocimiento en el mercado regional.

4.2.2 Visión. Para el 2026 convertirnos en una empresa con prestigio, confianza y calidad con reconocimiento a nivel regional que ofrece un servicio integral de asesoría, diseño y decoración de espacios interiores y exteriores con plantas naturales, permitiéndole a los clientes conectarse con el medio ambiente de manera respetuosa y amigable; apoyados en el trabajo sostenible, la eficacia, la calidad, la innovación y la mejora continua en los procesos.

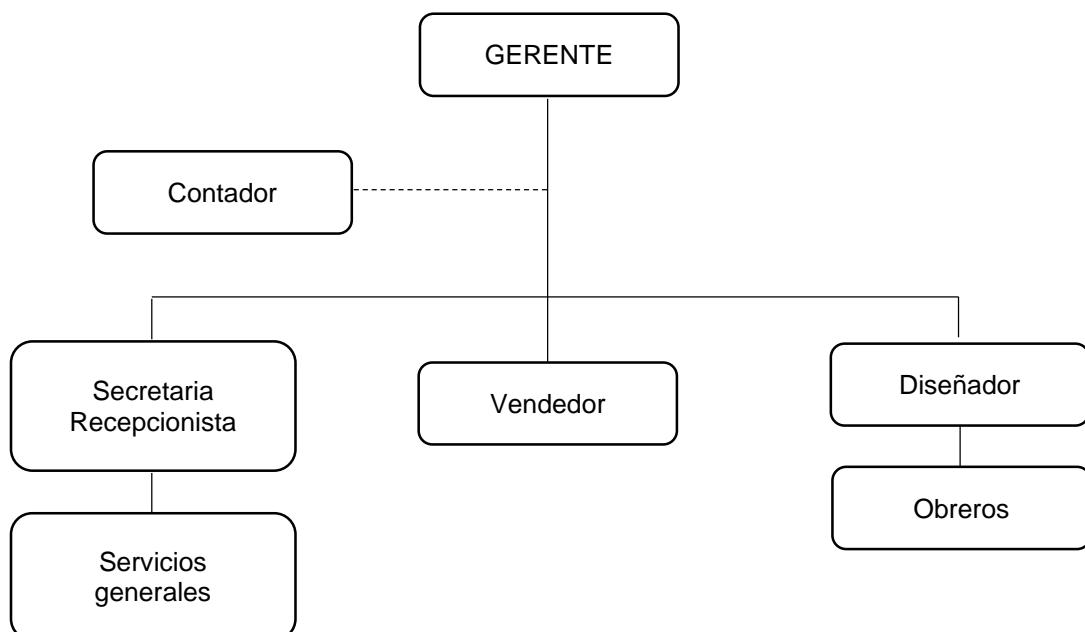
4.2.3 Valores corporativos. Los valores corporativos que rigen el funcionamiento de la empresa de diseño y decoración son:

- **Profesionalismo.** El talento humano de nuestra empresa es profesional, tiene talento, experiencia y formación. Dominan con claridad el área de conocimiento.
- **Liderazgo.** Nuestra empresa cuenta con capacidad de liderazgo para sobresalir en el mercado, de la mano de la productividad como parte primordial de nuestra filosofía.
- **Compromiso.** La empresa está comprometida con el cuidado y conservación del medio ambiente, así como en la creación de espacios amigables con el medio ambiente. Además de trabajar con responsabilidad y pasión en cada proyecto que se emprende.

- **Eficiencia.** La empresa está comprometida con el desarrollo de nuestros proyectos y en la gestión adecuada de los recursos humanos y materiales que posee; orientándose siempre a alcanzar los objetivos propuestos.
- **Vanguardia.** La innovación es nuestro estandarte. Somos conscientes que nuestros clientes quieren innovar y por ello investigamos, conocemos y entendemos las tendencias y las reflejamos en cada uno de los diseños que realizamos.
- **Honestidad.** La integridad, sinceridad y transparencia no pueden faltar en cada una de nuestras acciones.
- **Calidad.** Cada día nos esforzamos por ofrecer un servicio de calidad en cada una de nuestras propuestas, diseños y obras.

4.2.4 Organigrama. Para un adecuado funcionamiento de la empresa se ha diseñado el siguiente organigrama:

Gráfico 16. Organigrama



4.2.5 Asignación salarial. Para la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se ha definido la siguiente asignación salarial

Cuadro 27. Asignación salarial

Cargo	Sueldo	Tipo de Contrato	Área	N° de Puestos
Gerente	2.000.000 + 117.172 Aux. transporte	Termino fijo	Administrativa	1
Secretaria repcionista	1.000.000 + 117.172 Aux. transporte	Termino fijo	Administrativa	1
Diseñador de interiores	1.500.000 + 117.172 Aux. transporte	Termino fijo	Operativa	1
Obreros	1.000.000 + 117.172 Aux. transporte	Prestación de servicios	Operativa	4
Vendedor	1.000.000 + 117.172 Aux. transporte	Prestación de servicios	Comercial	1
Servicios generales	1.000.000 + 117.172 Aux. transporte	Termino fijo	Administrativa	1

Contador	600.000	Prestación de servicios ocasionales	Administrativa	1
----------	---------	-------------------------------------	----------------	---

Y la carga prestacional correspondiente es:

Cuadro 28. Carga prestacional

PRESTACIONES SOCIALES	%
Seguridad Social	
Aportes a EPS	8,50%
Aporte A.F.P	12,00%
Aporte A.R.P	0,52%
PRESTACIONES	
Cesantías	8,33%
Intereses de la cesantías	1,00%
Vacaciones anual	4,16%
Prima de servicio	8,33%
APORTES PARAFISCALES	
Caja de Compensación familiar	4,00%
SENA	2,00%
ICBF	3,00%
TOTAL A LIQUIDAR	51,84%

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

5.1.1 Inversión fija.

A continuación, se detallan los requerimientos en equipo de oficina, equipo de cómputo y comunicación, muebles y enseres y herramientas necesarias para la creación y puesta en marcha de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales en el municipio de Aguachica – Cesar.

Cuadro 29. Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	3	370.000	1.110.000
Silla ergonómica	3	160.000	480.000
Silla interlocutora	6	60.000	360.000
Total			1.950.000

Cuadro 30. Equipo de cómputo y comunicación

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computador	3	2.000.000	6.000.000
Impresora	1	650.000	650.000
Teléfono	3	55.000	165.000
Total			6.815.000

Cuadro 31. Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Archivador	1	300.000	300.000
Punto ecológico	1	210.000	210.000
Aire acondicionado	2	1.000.000	2.000.000
Extintor	1	90.000	90.000
Total			2.600.000

Cuadro 32. Herramientas

Detalle	Valor Total
Taladros, martillos, puntillas, grapas, seguetas, tornillos, brocas, entre otros.	4.000.000
Total	4.000.000

Teniendo en cuenta lo anterior, la inversión fija corresponde a:

Cuadro 33. Inversión fija total

Detalle	Valor Total
Equipo de oficina	1.950.000
Equipo de cómputo y comunicación	6.815.000
Muebles y enseres	2.600.000
Materiales, repuestos y accesorios	4.000.000
Total	15.365.000

5.1.2 Inversión diferida. Para la creación y puesta en marcha de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se consideran los siguientes gastos pre operativos y bienes no físicos:

Cuadro 34. Inversión diferida

Detalle	Valor Total
Estudio de factibilidad	1.500.000
Licencia de funcionamiento, tramites, registros	1.000.000
Estudio impacto ambiental	1.000.000
Diseño del SG-SST	870.000
Publicidad de lanzamiento	11.150.000
Diseño de identidad corporativa	1.000.000
Total	16.520.000

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos de ventas.

5.2.1.1 Costos fijos de ventas. Los costos fijos que asume la empresa para prestar el servicio de diseño y decoración de ambientes son:

Cuadro 35. Costos fijos de ventas

Detalle	Valor Mes	Valor Año
Arrendamiento	500.000	6.000.000
Servicio de telefonía e internet	36.000	432.000
Depreciación operativa	76.667	920.000
Total	612.667	7.352.000

5.2.1.2 Costos variables de ventas. Los costos variables que asume la empresa para la prestación del servicio son:

Cuadro 36. Costos variables de ventas

Detalle	Valor Mes	Valor Año
Mano de obra directa	8.819.255	105.831.065
Materiales directos	6.337.500	77.220.000
Servicio de agua	20.000	240.000
Servicio de energía eléctrica	90.000	1.080.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	27.500	330.000
Total	15.294.255	184.701.065

5.2.1.3 Costos totales de ventas. Los costos totales que asume la empresa para la prestación del servicio son:

Cuadro 37. Costos totales de ventas

Detalle	Valor Mes	Valor Año
Costos fijos totales	612.667	7.352.000
Costos variables totales	15.391.755	184.701.065
Total	16.004.422	192.053.065

5.2.2 Gastos de administración y ventas. Con relación a los gastos de administración y ventas que son los recursos destinados al cumplimiento de las actividades de administración y ventas de la empresa se han establecido los siguientes:

5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas.

Cuadro 38. Gastos fijos de administración y ventas

Detalle	Valor Mes	Valor Año
Personal de administración y ventas	8.861.121	104.173.449
Arrendamiento	500.000	6.000.000
Servicio de agua	80.000	960.000
Servicio de energía eléctrica	210.000	2.520.000
Telefonía e internet	36.000	432.000
Administración de redes sociales	500.000	500.000
Publicidad operativa	2.220.000	26.640.000
Papelería	80.000	960.000
Cafetería	60.000	720.000
Amortización de diferidos	275.333	3.304.000
Depreciaciones administrativas	146.083	1.753.000
Total	12.788.537	153.462.449

5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas. No se establecieron gastos variables de administración y ventas; en la empresa no se pagarán comisiones de ventas, ni gastos de representación, entre otros conceptos.

5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas. Teniendo en cuenta que no se estimaron gastos variables de administración y ventas, los gastos totales de este ítem corresponden a \$12.788.537 mensuales y \$153.462.449 al año.

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Periodo de capital de trabajo. Se ha estimado un periodo de tres meses de capital de trabajo para la empresa de diseño y decoración de ambientes en el municipio de Aguachica – Cesar. Esto teniendo en cuenta, que es un periodo de tiempo adecuado para que la empresa ya en funcionamiento genere recursos para continuar funcionando y realizar sus actividades normalmente.

5.3.2 Estructura del crédito.

5.3.2.1 Amortización del crédito. Teniendo en cuenta las condiciones del crédito solicitado, la amortización del mismo corresponde a:

Cuadro 39. Amortización del crédito

PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 698.101	\$ 633.500	\$ 1.331.601	\$ 34.301.899
2	\$ 710.737	\$ 620.864	\$ 1.331.601	\$ 33.591.162
3	\$ 723.601	\$ 608.000	\$ 1.331.601	\$ 32.867.561
4	\$ 736.698	\$ 594.903	\$ 1.331.601	\$ 32.130.863
5	\$ 750.032	\$ 581.569	\$ 1.331.601	\$ 31.380.831
6	\$ 763.608	\$ 567.993	\$ 1.331.601	\$ 30.617.223
7	\$ 777.429	\$ 554.172	\$ 1.331.601	\$ 29.839.794
8	\$ 791.501	\$ 540.100	\$ 1.331.601	\$ 29.048.293
9	\$ 805.827	\$ 525.774	\$ 1.331.601	\$ 28.242.466
10	\$ 820.412	\$ 511.189	\$ 1.331.601	\$ 27.422.054
11	\$ 835.262	\$ 496.339	\$ 1.331.601	\$ 26.586.792
12	\$ 850.380	\$ 481.221	\$ 1.331.601	\$ 25.736.412
13	\$ 9.263.588	\$ 6.715.624	\$ 15.979.212	
14	\$ 865.772	\$ 465.829	\$ 1.331.601	\$ 24.870.640
15	\$ 881.442	\$ 450.159	\$ 1.331.601	\$ 23.989.198
16	\$ 897.397	\$ 434.204	\$ 1.331.601	\$ 23.091.801
17	\$ 913.639	\$ 417.962	\$ 1.331.601	\$ 22.178.162
18	\$ 930.176	\$ 401.425	\$ 1.331.601	\$ 21.247.986
19	\$ 947.012	\$ 384.589	\$ 1.331.601	\$ 20.300.974
20	\$ 964.153	\$ 367.448	\$ 1.331.601	\$ 19.336.821
21	\$ 981.605	\$ 349.996	\$ 1.331.601	\$ 18.355.216
22	\$ 999.372	\$ 332.229	\$ 1.331.601	\$ 17.355.844
23	\$ 1.017.460	\$ 314.141	\$ 1.331.601	\$ 16.338.384
24	\$ 1.035.876	\$ 295.725	\$ 1.331.601	\$ 15.302.508
25	\$ 1.054.626	\$ 276.975	\$ 1.331.601	\$ 14.247.882
26	\$ 11.488.530	\$ 4.490.682	\$ 15.979.212	
27	\$ 1.073.714	\$ 257.887	\$ 1.331.601	\$ 13.174.168

28	\$ 1.093.149	\$ 238.452	\$ 1.331.601	\$ 12.081.019
29	\$ 1.112.935	\$ 218.666	\$ 1.331.601	\$ 10.968.084
30	\$ 1.133.079	\$ 198.522	\$ 1.331.601	\$ 9.835.005
31	\$ 1.153.587	\$ 178.014	\$ 1.331.601	\$ 8.681.418
32	\$ 1.174.467	\$ 157.134	\$ 1.331.601	\$ 7.506.951
33	\$ 1.195.725	\$ 135.876	\$ 1.331.601	\$ 6.311.226
34	\$ 1.217.368	\$ 114.233	\$ 1.331.601	\$ 5.093.858
35	\$ 1.239.402	\$ 92.199	\$ 1.331.601	\$ 3.854.456
36	\$ 1.261.835	\$ 69.766	\$ 1.331.601	\$ 2.592.621

5.3.2.2 Gastos financieros. Los gastos financieros correspondientes al primer de intereses sobre el crédito tienen un valor de \$633.500.

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo. El dinero que la empresa requiere para llevar a cabo su gestión económica y financiera durante los tres primeros mes de operaciones corresponde a:

Cuadro 40. Capital de trabajo

Detalle	Valor Total
Costos totales de producción	48.013.266
Gastos de administración y ventas	38.365.612
Gastos financieros	1.862.364
(-) depreciaciones	668.250
(-) amortización de diferidos	826.000
Total	86.746.992

5.4 INVERSION TOTAL

Para la creación y puesta en marcha de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se ha establecido una inversión total de \$118.631.992 discriminada de la siguiente manera:

Cuadro 41. Inversión total

Detalle	Valor Total
Inversión fija	15.365.000
Inversión diferida	16.520.000
Inversión capital de trabajo	86.746.992
Total	118.631.992

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

5.5.1 Recursos propios. Los socios fundadores aportaran al proyecto el 70,50% de la inversión, que equivale a una inversión de \$83.631.992.

5.5.2 Recursos de financiación. Para financiar el 29,50% restante de la inversión se solicitará un crédito por valor de \$35000.000 en el banco AV Villas a un plazo de 36 meses con una tasa de interés efectivo anual de 24,02%.

5.6 PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta se utiliza la siguiente formula:

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo y gasto total unitario}}{1 - \% \text{Utilidad esperada}}$$

Donde el costo total unitario corresponde a \$805.397 y el porcentaje de utilidad esperada es de 29%.

Es importante mencionar que el costo y gasto total unitario se obtiene de sumar todos los costos totales de producción más los gastos de administración y ventas totales que da un total de \$345.515.513 y dividirlo por la capacidad de prestación de servicio para el primer año de operaciones que corresponde a 429 servicios.

Al remplazar en la formula se tiene:

$$\text{Precio de venta} = \frac{805.397}{1 - 0,29} = 1.134.363$$

Se le incrementa el valor del IVA por el 19% y se tiene un precio de venta de \$1.400.449 por un servicio básico de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales.

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 Estado de resultados proyectado. Al proyectar los ingresos y egresos para los primeros cinco años de operaciones de la empresa, se pudo establecer el siguiente resultado.

Cuadro 42. Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS OPERACIONALES					
Ingresos producto	486.641.727	499.913.774	513.185.821	526.457.868	539.729.915
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 486.641.727	\$ 499.913.774	\$ 513.185.821	\$ 526.457.868	\$ 539.729.915
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia prima	\$ 77.220.000	\$ 79.326.000	\$ 81.432.000	\$ 83.538.000	\$ 85.644.000
MOD	\$ 105.831.065	\$ 105.831.065	\$ 105.831.065	\$ 105.831.065	\$ 105.831.065
CIF	\$ 9.002.000	\$ 9.047.000	\$ 9.092.000	\$ 9.137.000	\$ 9.182.000
UTILIDAD BRUTA	\$ 294.588.662	\$ 305.709.709	\$ 316.830.757	\$ 327.951.804	\$ 339.072.851
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 104.173.449	\$ 104.173.449	\$ 104.173.449	\$ 104.173.449	\$ 104.173.449
Gastos generales	\$ 153.462.449	\$ 153.462.449	\$ 153.462.449	\$ 153.462.449	\$ 153.462.449
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 36.952.765	\$ 48.073.812	\$ 59.194.859	\$ 70.315.906	\$ 81.436.953
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 6.715.624	-\$ 4.490.682	-\$ 1.731.349	\$ 0	\$ 0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 30.237.141	\$ 43.583.130	\$ 57.463.510	\$ 70.315.906	\$ 81.436.953
Menos Impuesto de Renta	-\$ 9.978.256	-\$ 14.382.433	-\$ 18.962.958	-\$ 23.204.249	-\$ 26.874.195
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 3.406.492	-\$ 3.499.396	-\$ 3.592.301	-\$ 3.685.205	-\$ 3.778.109
UTILIDAD NETA	\$ 16.852.392	\$ 25.701.301	\$ 34.908.251	\$ 43.426.452	\$ 50.784.649
Menos Reserva Legal	-\$ 1.685.239	-\$ 2.570.130	-\$ 3.490.825	-\$ 4.342.645	-\$ 5.078.465
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 15.167.153	\$ 23.131.171	\$ 31.417.426	\$ 39.083.807	\$ 45.706.184

5.7.2 Flujo de fondos proyectado.

Cuadro 43. Flujo de fondos proyectado

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 86.746.992	\$ 100.312.797	\$ 120.502.567	\$ 147.139.936	\$ 196.543.388
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 486.641.727	\$ 499.913.774	\$ 513.185.821	\$ 526.457.868	\$ 539.729.915
Operacionales		\$ 486.641.727	\$ 499.913.774	\$ 513.185.821	\$ 526.457.868	\$ 539.729.915
- EGRESOS		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Materia prima		-\$ 457.096.711	-\$ 463.744.791	-\$ 470.569.221	-\$ 477.054.416	-\$ 482.968.266
MOD		\$ 77.220.000	\$ 79.326.000	\$ 81.432.000	\$ 83.538.000	\$ 85.644.000
CIF		\$ 105.831.065	\$ 105.831.065	\$ 105.831.065	\$ 105.831.065	\$ 105.831.065
Nómina administrativa		\$ 9.002.000	\$ 9.047.000	\$ 9.092.000	\$ 9.137.000	\$ 9.182.000
Gastos generales		\$ 104.173.449	\$ 104.173.449	\$ 104.173.449	\$ 104.173.449	\$ 104.173.449
Menos depreciaciones		\$ 153.462.449	\$ 153.462.449	\$ 153.462.449	\$ 153.462.449	\$ 153.462.449
Menos amortizaciones		-\$ 2.673.000	-\$ 2.673.000	-\$ 2.673.000	-\$ 2.673.000	-\$ 2.673.000
Impuesto de renta		-\$ 3.304.000	-\$ 3.304.000	-\$ 3.304.000	-\$ 3.304.000	-\$ 3.304.000
Impuesto de Ind y Cio		\$ 9.978.256	\$ 14.382.433	\$ 18.962.958	\$ 23.204.249	\$ 26.874.195
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN		\$ 3.406.492	\$ 3.499.396	\$ 3.592.301	\$ 3.685.205	\$ 3.778.109
Flujos efectivo actividades inversión						

+INGRESOS	\$ 83.631.992	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital social	\$ 83.631.992					
-EGRESOS	-\$ 31.885.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 1.950.000					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 6.815.000					
Compra de Muebles y enseres	\$ 2.600.000					
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 4.000.000					
Inversión activos diferidos	\$ 16.520.000					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 51.746.992	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 35.000.000					
Préstamo bancario	\$ 35.000.000					
-EGRESOS		-\$ 15.979.212	-\$ 15.979.212	-\$ 15.979.231	\$ 0	\$ 0
Abono a capital		\$ 9.263.588	\$ 11.488.530	\$ 14.247.882	\$ 0	\$ 0
Gastos financieros		\$ 6.715.624	\$ 4.490.682	\$ 1.731.349	\$ 0	\$ 0
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 35.000.000	-\$ 15.979.212	-\$ 15.979.212	-\$ 15.979.231	\$ 0	\$ 0
FLUJO DE EFECTIVO NETO	\$ 86.746.992	\$ 13.565.804	\$ 20.189.771	\$ 26.637.369	\$ 49.403.452	\$ 56.761.649

5.7.3 Estado de situación financiera inicial y proyectado.

Cuadro 44. Estado de situación financiera inicial y proyectado

CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja						
Bancos	\$ 86.746.992	\$ 100.312.797	\$ 120.502.567	\$ 147.139.936	\$ 196.543.388	\$ 253.305.038
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 86.746.992	\$ 100.312.797	\$ 120.502.567	\$ 147.139.936	\$ 196.543.388	\$ 253.305.038
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 6.815.000	\$ 6.815.000	\$ 6.815.000	\$ 6.815.000	\$ 6.815.000	\$ 6.815.000
Maquinaria y equipo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Muebles y enseres	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Inventario de materia prima	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 2.673.000	-\$ 5.346.000	-\$ 8.019.000	-\$ 10.692.000	-\$ 13.365.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 15.365.000	\$ 12.692.000	\$ 10.019.000	\$ 7.346.000	\$ 4.673.000	\$ 2.000.000
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 16.520.000	\$ 16.520.000	\$ 16.520.000	\$ 16.520.000	\$ 16.520.000	\$ 16.520.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 3.304.000	-\$ 6.608.000	-\$ 9.912.000	-\$ 13.216.000	-\$ 16.520.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 16.520.000	\$ 13.216.000	\$ 9.912.000	\$ 6.608.000	\$ 3.304.000	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 118.631.992	\$ 126.220.797	\$ 140.433.567	\$ 161.093.936	\$ 204.520.388	\$ 255.305.038

PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 9.263.588	\$ 11.488.530	\$ 14.247.882	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Impuesto de renta	\$ 0	\$ 9.978.256	\$ 14.382.433	\$ 18.962.958	\$ 23.204.249	\$ 26.874.195
Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$ 3.406.492	\$ 3.499.396	\$ 3.592.301	\$ 3.685.205	\$ 3.778.109
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 9.263.588	\$ 24.873.279	\$ 32.129.711	\$ 22.555.259	\$ 26.889.454	\$ 30.652.304
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 25.736.412	\$ 14.247.882	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 25.736.412	\$ 14.247.882	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 35.000.000	\$ 39.121.161	\$ 32.129.711	\$ 22.555.259	\$ 26.889.454	\$ 30.652.304
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 83.631.992	\$ 83.631.992	\$ 83.631.992	\$ 83.631.992	\$ 83.631.992	\$ 83.631.992
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 1.685.239	\$ 4.255.369	\$ 7.746.194	\$ 12.088.840	\$ 17.167.305
Utilidades ejercicios anteriores acumuladas	\$ 0	\$ 0	\$ 15.167.153	\$ 38.298.324	\$ 69.715.750	\$ 108.799.556
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 15.167.153	\$ 23.131.171	\$ 31.417.426	\$ 39.083.807	\$ 45.706.184
PATRIMONIO TOTAL	\$ 83.631.992	\$ 100.484.385	\$ 126.185.685	\$ 161.093.936	\$ 204.520.388	\$ 255.305.038
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 118.631.992	\$ 139.605.545	\$ 158.315.397	\$ 183.649.195	\$ 231.409.842	\$ 285.957.342

5.8 EVALUACION FINANCIERA

5.8.1 Razones financieras.

5.8.1.1 Razones de liquidez.

Cuadro 45. Razones de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	4,03	3,75	6,52	7,31	8,26
Prueba acida	4,03	3,75	6,52	7,31	8,26
Capital de trabajo neto	75.439.518	88.372.856	124.584.677	169.653.934	222.652.734

Los resultados anteriores indican lo siguiente:

En la razón corriente se observa que por cada peso que la empresa deba en el primer año, tendrá \$4,03 para cubrir la deuda a corto plazo; valor que significativamente aumenta para el quinto año llegando a \$8,26 por cada peso adeudado. Esto indica que la empresa apoyada en un movimiento positivo de activos corrientes, podrá generar un flujo de efectivo creciente, lo que representa una buena capacidad de pago mientras desarrolla su actividad comercial.

En la prueba acida, se establece que para el primer año por cada peso que se deba en la empresa, se cuenta con \$4,03 para responder por las obligaciones de la empresa sin acudir a sus activos fijos. Esto indica que se cuenta con suficientes activos para cubrir sus responsabilidades.

Finalmente, el capital de trabajo indica que para el primer año la empresa contaría con \$75.439.518 en calidad de fondos permanentes y que son de utilidad para que la empresa pueda funcionar diariamente, luego de cancelar los pasivos corrientes.

5.8.1.2 Razones de operación.

Cuadro 46. Razones de operación

RAZONES DE OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	4,85	4,15	3,49	2,68	2,13
Rotación activo fijo	38,34	49,90	69,86	112,66	269,86
Rotación activo total	3,86	3,56	3,19	2,57	2,11

Con relación a las razones de operación se establece lo siguiente:

La rotación de activos corrientes indica que los activos corrientes de la empresa rotarían 4,85 veces en el primer año, valor que disminuye año tras año llegando a una rotación de 2,13 veces para el quinto año; lo que puede representar una mayor estabilización en el número de servicios prestados por la empresa.

La rotación de activos fijos indica que para el primer año los activos rotaran 38,34 veces y para el quinto año de operaciones la rotación llegaría a 269,86, lo que puede representar una mayor producción de ingresos obtenidos en base al dinero que se invierte en activos fijos.

Y, por último, la rotación de activos totales que para el primer año corresponde a 3,86 veces, que disminuye al quinto año a 2,11 veces; se puede decir que esta disminución es ocasionada por la estabilización en el movimiento de las ventas, así como se presume al calcular la rotación de activos corrientes.

5.8.1.3 Razones de rentabilidad.

Cuadro 47. Razones de rentabilidad

RAZONES RENTABILIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	60,54%	61,15%	61,74%	62,29%	62,82%
Margen utilidad neta	3,46%	5,14%	6,80%	8,25%	9,41%
Rendimiento activos	13,35%	18,30%	21,67%	21,23%	19,89%

Al realizar los cálculos para las razones de rentabilidad, se establece que para el primer año de funcionamiento se obtendría un 60,54% de utilidad bruta, un 3,46% de utilidad neta que representa un 13,35% de rendimiento en activos; estos valores aumentan año tras año, llegando a una utilidad bruta de 62,82% para el quinto año y una utilidad neta de 9,41%, además de un rendimiento de activos de 19,89%.

5.8.1.4 Razones de endeudamiento.

Cuadro 48. Razones de endeudamiento

RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	30,99%	22,88%	14,00%	13,15%	12,01%
Cobertura intereses	5,50	10,71	34,19	22,00	22,00
Índice participación patrimonial	79,61%	89,85%	100,00%	100,00%	100,00%

Por ultimo las razones de endeudamiento, que reflejan que la participación de los acreedores para el primer año corresponde a 30,99%, disminuyendo a 12,01% para el quinto año.

La cobertura de intereses indica que para el primer año la empresa tendrá una capacidad de 5,50 para pagar lo correspondiente a intereses y otros gastos financieros, valor que aumenta de manera significativa para el quinto año a 22.

Finalmente, el índice de participación patrimonial para el primer año es de 79,61%, valor que llegaría a ser del 100% para el quinto año de operaciones, indicadores que son muy favorables para el funcionamiento y sostenimiento de la empresa en el mercado.

5.8.2 Indicadores de viabilidad. En los indicadores de viabilidad se calcula la Tasa Interna de Retorno TIR y el Valor Presente Neto VPN; para estos cálculos se requiere la siguiente información:

Prima de riesgo al riesgo	10%
Inflación	3,8%
TMAR recursos propios	14,18%
Recursos crédito	24,02%
TMAR Banco	28,73%
Porcentaje aportación recursos propios	70,50%
Porcentaje aportación Banco	29,50%
TMAR MIXTA	18,47%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	14,81%

El cálculo de la TMAR se hace por medio de la siguiente formula:

$$TMAR = i + f + i * f$$

Donde

i = Prima de riesgo

f = Inflación

5.8.2.1 Tasa interna de retorno TIR. Al realizarse los cálculos respectivos en Excel, se establece que una TIR para el proyecto es de 21,57% que al compararse con las variables económicas y la tasa del mercado financiero se observa que es superior, y, por tanto, se puede concluir que el proyecto desde el punto de vista económico es viable.

5.8.2.2 Valor presente neto VPN. Se realizan los cálculos en Excel y se obtiene un Valor Presente Neto de 17.985.042, valor positivo que indica que realizar la inversión para la creación de la empresa de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales en el municipio de Aguachica es viable.

5.8.2.3 Periodo de recuperación. Al analizar los flujos netos de efectivo proyectados para los primeros cinco años de operación de la empresa, se establece que el periodo de recuperación para la inversión se da en el quinto año de operaciones.

5.8.2.4 Punto de equilibrio. Para calcular el punto de equilibrio se tiene en cuenta la siguiente información:

CF: costos fijos	\$ 160.814.449
CV: costo variable	\$ 184.701.065
CT: costos totales	\$ 345.515.513
IT: ingreso total	\$ 486.641.727
Pu: precio unitario	\$ 1.134.363
CVu: costo variable unitario	\$ 430.539
VT: ventas totales	\$ 486.641.727
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1	429

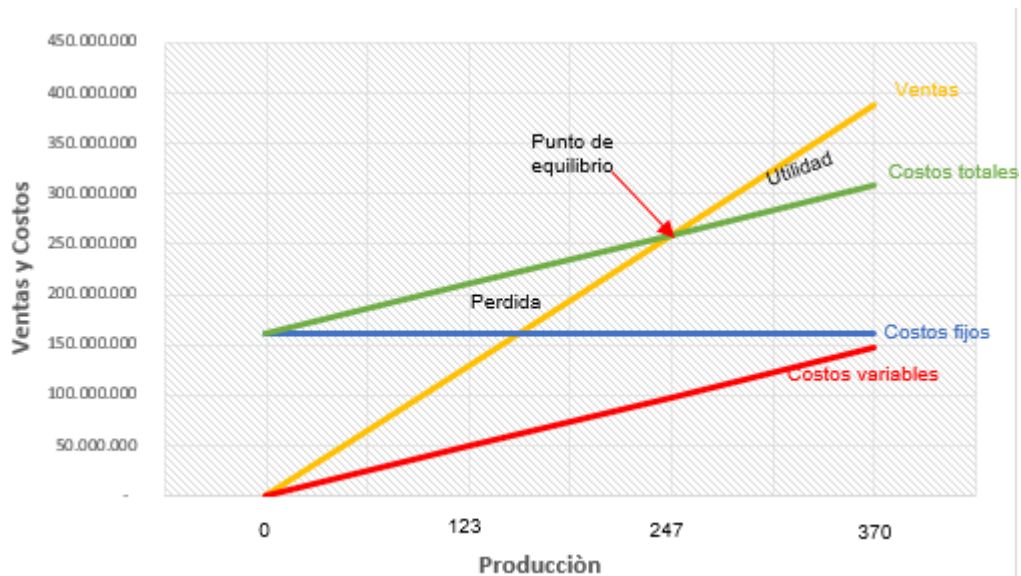
Se procede a realizar los cálculos correspondientes, y se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro 49. Punto equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	53,26%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	228
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 259.186.757
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	192

Esto indica que para que la empresa alcance el punto de equilibrio se deben prestar 228 servicios, que corresponden a facturar \$259.186.757.

Gráfico 17. Punto de equilibrio.



5.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

El Gobierno Nacional expidió el Decreto 957 de 2019, mediante el cual se establece una nueva clasificación del tamaño empresarial basada en el criterio único de

ingresos por actividades ordinarias. Teniendo en cuenta esta clasificación, la empresa prestadora de servicios de diseño y decoración de ambientes con plantas naturales se clasifica dentro del tipo de micro empresa, dado que cuenta con un personal no superior a 10 trabajadores y con activos totales inferiores a 501 salarios mínimos mensuales legales vigentes.

6. CONCLUSIONES

Al realizar el estudio de mercados se establece la viabilidad comercial para la creación y puesta en marcha de la empresa de decoración de ambientes con plantas naturales, esto al observar un buen nivel de aceptación de la empresa y el servicio ofrecido, donde el 67,78% de la población manifiesta su disposición de contratar el servicio, considerando la decoración con plantas naturales una buena alternativa para que sus espacios sean más agradables. Adicionalmente se estudiaron variables de mercado como la oferta, los precios de la competencia, los canales de distribución donde se definió el canal directo como el adecuado para la empresa; y se establece la posibilidad de penetrar y posicionarse en el mercado. También se definió la estrategia publicitaria para la empresa, la cual estará apoyada principalmente en la publicidad en canales de TV local, publicidad en emisoras locales y publicidad en redes sociales.

En el estudio técnico, con el apoyo del método de asignación de puntos se definió la Calle 5 N° 15-56 como la localización idónea para la empresa; se establecieron los requerimientos necesarios en infraestructura, insumos y talento humano, además se determinó una capacidad utilizada de 429 servicios para el primer año; datos que indican la viabilidad técnica del proyecto.

Se estableció la viabilidad administrativa al realizar el estudio administrativo, con el que se determinó cuál es la estructura legal y cultura organizacional más adecuada para la empresa.

En el estudio financiero, se proyectaron inversiones, costos y gastos que permitieron establecer que es viable realizar la inversión para la creación de la empresa de diseño y decoración de ambientes, se destacan algunos datos como un precio básico de \$1.134.363 por un servicio, una inversión total de \$118.631.992, utilidades de \$15.167.153 para el primer año de operaciones, así como una TIR de 21,57% y

un VPN de \$17.985.042. y se determinó que se deben prestar 228 servicios al año para alcanzar el punto de equilibrio y que la empresa no genere ni pérdidas ni ganancias durante su primer año de operaciones.

Finalmente, se puede destacar que es viable desde el punto de vista de mercados, técnico, administrativo y financiero realizar la inversión para la creación de la empresa de decoración de ambientes con plantas naturales en el municipio de Aguachica, Cesar.

7. RECOMENDACIONES

Al finalizar la presente investigación se plantean las siguientes recomendaciones:

- Es necesario continuar estudiando las tendencias del diseño de interiores para estar a la vanguardia y poder ofrecer a los clientes todos los estilos vigentes, de manera que puedan satisfacerse todos los gustos y preferencias.
- Vincular avances tecnológicos a medida que vayan surgiendo para que el servicio prestado sea más completo y vanguardista.
- Ampliar el campo de acción investigando otras líneas que puedan ser incluidas en empresas del sector.
- Realizar estrategias de mercado mediante la atención amable buscando siempre el vínculo directo con el cliente ofreciéndole el mejor producto con las especificaciones técnicas adecuadas, logrando además mejorar cada día la actividad administrativa y empresarial.
- Durante el desarrollo del proyecto se pudo evidenciar que el mercado objetivo es muy pequeño, lo que podría afectar el desarrollo continuo de la empresa, por lo tanto, con la finalidad de aumentar las ventas se recomienda ampliar el mercado hacia nuevos posibles clientes en municipios aledaños.
- Desde el punto de vista práctico, se recomienda poner a prueba todos los conocimientos adquiridos (visión emprendedora, organización y empresa, mercadeo, ventas y publicitada, seguridad y salud en el trabajo, gestión de calidad, etc) durante el proceso visto en la carrera de Gestión Empresarial, para su desarrollo de capacidades y la adquisición de experiencia.

- Desde el punto académico, queremos hacer la invitación a los nuevos estudiantes y a la universidad en general a que hagan más participación e investigación en este tipo de proyecto que ayuda al medio ambiente y a tomar conciencia en el cuidado del medio ambiente, ya que las futuras generaciones no podrán disfrutar de la diversidad y 20% sin contaminación, la cual traen consigo beneficios y mejoras en la salud, implementando radicación y siembra de árboles, ayudando al mundo a tener mejor ecosistema y aire libre.

BIBLIOGRAFIA

ACTIU. Las nuevas tendencias en el diseño de interiores: la calidez del hogar traspasa sus muros. [En Línea]. Julio 2016. [Consultado el 5 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.actiu.com/es/actualidad/noticias/las-nuevas-tendencias-en-el-diseno-de-interiores-la-calidez-del-hogar-traspasa-sus-muros/>

ARKIPLUS. La industria del diseño de interiores. s/f. [Consultado el 5 de abril de 2021]. Disponible en: <https://www.arkiplus.com/la-industria-del-diseno-de-interiores/>

Bancoldex. ¿Qué está pasando con la economía naranja? [En línea] [20 de octubre de 2021] Disponible en: <https://www.bancoldex.com/blog/2021-economia-creativa>

CENTRO INTERNACIONAL DE FORMACIÓN. Manual de elaboración de proyectos. Primera edición. 2012.

CLEMENTS, James; GIDO, Jack. Administración Exitosa de Proyectos. México D.F., Cengage Learning, 2006.

ColombiaTrade. Industria naranja, un mercado de oportunidades. [En línea]. [20 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/industria-del-mueble-colombiano-un-mercado-de-muchas-oportunidades>

Constructora Meléndez. ¡5 Tendencias en decoración de interiores para este 2021! Renueva tus espacios con las mejores ideas. [En línea]. 7 de enero. [Consultado el 28 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://www.construccionmelendez.com/novedades/noticias-del-sector/item/453-tendencias-decoracion-2021.html>

Instituto Colombiano de Normas Técnicas ICONTEC – Tesis y otros trabajos de grado NTC 1486. Sexta actualización. Bogotá 2009.

LA REPUBLICA. Tendencias para construir y diseñar los espacios en 2021 según los principales expertos del sector. 18 de septiembre de 2020. [Consultado el 7 de abril de 2021] Disponible en: <https://www.larepublica.co/ocio/tendencias-para-construir-y-disenar-los-espacios-en-2021-segun-los-principales-expertos-del-sector-3062018>

MARVAL. Tendencias de decoración que se destacaran en el 2021. [En línea]. 5 de enero de 2021. [Consultado el 30 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://marval.com.co/tendencias-de-decoracion-que-se-destacaran-en-el-2021/>

MÉNDEZ ÁLVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales. Cuarta edición, Editorial Limusa, 2011

NT GROUP. Estas son las 10 tendencias de decoración que triunfaran en 2021. [En línea]. s/f. [Consultado el 28 de octubre de 2021]. Disponible en: <https://ntgroup.com.co/10-tendencias-de-decoracion-en-2021/>

SAPAG CHAIN, Nassir; SAPAG CHAIN, Reynaldo. Preparación y evaluación de proyectos 2da edición. 1989.

ANEXOS

Anexo A. Encuesta

Pregunta Nº 1. ¿A qué estrato pertenece?

1 ____ 2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____

Pregunta Nº 2. ¿Actualmente acostumbra a decorar su vivienda con frecuencia?

Sí ____ No ____

Pregunta Nº 3. Cuándo requiere el servicio de decoración ¿A dónde o a quien acude?

Criterio personal ____ Consultar a una empresa

Acudir a un familiar ____ especializada ____

Consultar un decorador ____

Pregunta Nº 4. ¿Le gusta decorar su vivienda con plantas naturales?

Sí ____ No ____

Pregunta Nº 5. ¿Qué aspectos tiene en cuenta al momento de realizar decoraciones en su vivienda?

Calidad ____ Exclusividad y garantía ____

Diseño y confort ____ Otro ____

Precio ____

Pregunta Nº 6. ¿Con que frecuencia realiza decoraciones en su vivienda?

Trimestral ____ Semestral ____ Anual ____

Pregunta Nº 7. ¿Cuánto dinero destina aproximadamente al momento de contratar o realizar decoraciones en su vivienda?

Menos de \$300.000 _____ De \$900.001 a \$1.200.000 _____
De \$300.001 a \$600.000 _____ Más de \$1.200.000 _____
De \$600.001 a \$900.000 _____

Pregunta Nº 8. ¿Qué formas de pago prefiere utilizar?

Contado _____ Crédito _____ Credi-contado _____

Pregunta Nº 9. ¿A través de qué medios se entera de los servicios que ofrecen las empresas existentes en el mercado?

Televisión _____ Internet _____ Otro _____
Radio _____ Volantes _____

Pregunta Nº 10. Si se crea en el municipio de San Alberto una empresa dedicada al diseño y decoración de ambientes con plantas naturales, ¿Estaría dispuesto a contratar el servicio cuando requiera remodelar o decorar algún espacio en su vivienda?

Sí _____ No _____

Pregunta Nº 11. ¿Con que frecuencia contrataría la empresa para realizar decoraciones en su vivienda con plantas naturales?

Trimestral _____ Semestral _____ Anual _____

Pregunta Nº 12. ¿Cuánto dinero destinaria aproximadamente al momento de contratar el servicio de decoraciones con plantas naturales para su vivienda?

Menos de \$300.000 _____ De \$601.000 a \$900.000 _____ De
De \$300.001 a \$600.000 _____ \$900.001 a \$1.200.000 _____
Más de \$1.200.000 _____

Anexo B. Cotización diseño SGSST



Aguachica Cesar, 28 de marzo de 2022

Señores:

Getsemaní Decoraciones

Johanna Isabel Güiza P

Darly Paola Santos M.

Aguachica, Cesar

Cordial saludo

Ha sido un verdadero gusto el haberles conocido y agradecemos de antemano la oportunidad de permitirnos presentar ante usted la propuesta integral de diseño, implementación y acompañamiento en la ejecución del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo (SG- SST).

A continuación, me permito presentar las características comerciales correspondientes a la prestación de servicios en consultoría técnica, para la implementación, seguimiento, verificación y ejecución del SG-SST (Sistema de gestión en seguridad y salud en el trabajo) y que tiene como objetivo principal, dar cumplimiento al decreto 1072 del año 2015

¿QUÉ ES UN SISTEMA DE GESTION DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO?

El Sistema de gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora, continua y que incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en el trabajo.

POR QUÉ ES NECESARIO IMPLEMENTAR UN SG-SST

- Reduce la siniestralidad laboral mediante la prevención y el control de los riesgos laborales.
- Garantiza el cumplimiento con las obligaciones legales en materia de prevención de riesgos laborales.
- Minimiza las sanciones, materiales perdidos e interrupciones en el proceso productivo provocados por los accidentes de trabajo, evitando costes y descensos de la cantidad y calidad de la producción conseguida y, por lo tanto, en la productividad de la organización.
- Aumenta la motivación y satisfacción de los empleados.

Calle 7 #6 - 71 Barrio Arévalo Apartamento 202 San Alberto - Cesar correo electrónico: proambiente2017@gmail.com
teléfono: 3184882313



BENEFICIOS DE IMPLEMENTAR UN SG-SST

- Mejora el compromiso de los trabajadores, contratistas y proveedores con la empresa. Disminuye costos por accidentes de trabajo y enfermedades laborales.
- Mejora la comunicación y relaciones interpersonales.
- Mejora el clima laboral y la confianza de los trabajadores en la empresa.
- Disminuye el riesgo de demandas civiles y penales.
- Permite cumplir la legislación aplicable en seguridad y salud en el trabajo.

ACTIVIDADES A REALIZAR EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SG-SST) EN SU EMPRESA

- Alcance: Diseñar, implementar y apoyo en la ejecución del SG-SST
- Tiempo de ejecución: El proyecto para la implementación del SG-SST se desarrollará en un tiempo de 12 meses se cuenta con un acompañamiento profesional con licencia en seguridad y salud en el trabajo vigente.
- Tipo de contrato: Comercial por prestación de servicios profesionales
- Características del servicio: Diseño, elaboración e implementación del SG-SST: Base documental en medio magnético del SG-SST
- Acompañamiento por profesional durante el desarrollo del proyecto para la ejecución y puesta en marcha del SG-SST.
- Capacitación: Ejecución de actividades educativas para los trabajadores y contratistas de los vehículos de acuerdo al plan de capacitación anual diseñado al SG-SST mensualmente.
- Inspección: En áreas administrativas, operativas, de herramientas, de equipos y de vehículos mensualmente.
- Gestión en las actas de los comités de vigía en SST y de comité de convivencia, manejo y elaboración de indicadores de gestión.
- Gestión del SG-SST con la aplicación de las herramientas diseñadas para para la puesta en marcha de programas y procedimientos.



- Inducción permanente para la ejecución del SG-SST.
- Acompañamiento en la visita de verificación frente a la ARL y ante los entes territoriales (ministerio de trabajo)
- Entrega del SG-SST en medio magnético en todos sus componentes
- Auditoría interna del SGSST y a las empresas contratistas se emitirá un informe con los hallazgos presentados.
- Se hará entrega oficial en reunión corporativa, mediante informe de gestión y en medio magnético la documentación respectiva con los anexos que se deriven de cada documento base.
- Contara con profesionales dispuestos a asesorar y brindarle apoyo necesario para conseguir el éxito en este proceso interno de fortalecimiento y cumplimiento con la normatividad vigente.

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST

Metodología de trabajo:

La metodología para la implementación del SG-SST está basada en el ciclo PHVA (planificación, hacer, verificar y actuar) que garantiza la mejora continua del sistema. Las fases propuestas para la implementación del Sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se describen a continuación:

1. Diagnóstico: se compara lo que la organización actualmente tiene en documentación, y procesos con respecto a los requisitos legales aplicables en materia de seguridad y salud en el trabajo.

2. Fases de trabajo

Organización del SG-SST Manual

- general: Contextualización de la
- empresa
- Rol y responsabilidades del encargado del SG-SST
- Sistema de participación de los trabajadores y creación del vigía
- en SST Plan anual de capacitación, inducción y entrenamiento
- Descripción y estudio

Calle 7 # 6 - 71 Barrio Arévalo Apartamento 202 San Alberto - Cesar correo electrónico: proambiente2017@gmail.com
teléfono: 3184882313



- Inducción permanente para la ejecución del SG-SST.
- Acompañamiento en la visita de verificación frente a la ARL y ante los entes territoriales (ministerio de trabajo)
- Entrega del SG-SST en medio magnético en todos sus componentes
- Auditoría interna del SGSST y a las empresas contratistas se emitirá un informe con los hallazgos presentados.
- Se hará entrega oficial en reunión corporativa, mediante informe de gestión y en medio magnético la documentación respectiva con los anexos que se deriven de cada documento base.
- Contara con profesionales dispuestos a asesorar y brindarle apoyo necesario para conseguir el éxito en este proceso interno de fortalecimiento y cumplimiento con la normatividad vigente.

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO SG-SST

Metodología de trabajo:

La metodología para la implementación del SG-SST está basada en el ciclo PHVA (planificación, hacer, verificar y actuar) que garantiza la mejora continua del sistema. Las fases propuestas para la implementación del Sistema de gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se describen a continuación:

1. Diagnóstico: se compara lo que la organización actualmente tiene en documentación, y procesos con respecto a los requisitos legales aplicables en materia de seguridad y salud en el trabajo.

2. Fases de trabajo

Organización del SG-SST Manual

- general: Contextualización de la
- empresa
- Rol y responsabilidades del encargado del SG-SST
- Sistema de participación de los trabajadores y creación del vigía
- en SST Plan anual de capacitación, inducción y entrenamiento
- Descripción y estudio

Calle 7 #6 - 71 Barrio Arévalo Apartamento 202 San Alberto - Cesar correo electrónico: proambiente2017@gmail.com
teléfono: 3184882313



- Se debe nombrar un representante por la gerencia, para la coordinación y seguimiento de la implementación del sistema y la retroalimentación con la Gerencia para la toma oportuna de decisiones.
- Se debe destinar un rubro dentro del presupuesto para realizar los ajustes que sean necesarios de acuerdo al resultado del análisis de la matriz de peligros.
- Se requiere de manera óptima la colaboración de la empresa para el suministro de la información necesaria para el levantamiento de la documentación.

OFERTA ECONÓMICA

- El valor de la propuesta es de \$ 870.000 (ochocientos setenta mil pesos m/cte.) mensuales.

Estaré atento a su asertiva

respuesta,

Cordialmente,

DUVERNEY ECHAVARRIA BLANCO

Ingeniero ambiental

Especialista en gerencia en riesgos laborales SST

Anexo C. Cotización estudio impacto ambiental



Aguachica, Cesar 28 de marzo de 2022

Señores
GETSEMANÍ DECORACIONES
Johanna Isabel Güiza
Darly Paola Santos
Aguachica (C).

REF: Propuesta Elaboración de Evaluación de Impacto Ambiental y Plan de Manejo

Por medio de la presente y a su solicitud me permito presentar propuesta para el diseño e implementación del Plan de Manejo Ambiental para la empresa Getsemaní; diseño y decoración de ambientes con plantas naturales en el municipio de Aguachica y Valledupar - Cesar.

1. Alcance de la propuesta

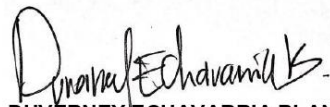
Diseñar e implementar y ejecutar el plan de manejo ambiental.

2. Marco normativo

- Decreto ley 2811 de 1974 Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de protección del medio ambiente.
- Ley 09 de 1979 Código Sanitario Nacional
- Decreto 2857 de 1981 Manejo de Cuencas Hidrográficas
- Decreto 1594 de 1984 Se reglamenta parcialmente la ley 09 de 0979 y el decreto 2811 de 1974 en cuanto a usos del agua y residuos sólidos.
- Ley 373 de 1997 Uso eficiente y ahorro del agua
- Resolución No. 2184 de 2019 Manejo de residuos solidos

Le invitamos a analizar nuestra propuesta y estaremos atentos a sus inquietudes y comentarios.

Cordialmente,



DUVERNEY ECHAVARRIA BLANCO
Ingeniero Ambiental
Especialista en Gerencia en Riesgos Laborales

**Propuesta Elaboración de Evaluación de Impacto Ambiental y Plan de Manejo
para la empresa Getsemaní S.A.S**

1. INTRODUCCIÓN

Esta propuesta responde a la solicitud de Getsemaní S.A.S para la Elaboración de Plan de Manejo Ambiental, buscando que se ajusten los requerimientos del Estándar Principios y Criterios de RSPO, con énfasis en el desarrollo de los planes de acción para prevenir, minimizar y remediar los impactos negativos y mantener y fomentar los impactos positivos derivados de la actividad de la compañía en su área de influencia. La propuesta presentada se enmarca estratégicamente dentro de este ejercicio de mejora continua, buscando incluir activamente a los responsables dentro de las actividades del plan y generar capacidades dentro de la empresa para la implementación de los planes de acción y generación de la cultura organizacional a través de la capacitación, monitoreo, reporte y aprendizaje para el cumplimiento de los objetivos y metas en cada una de las temáticas abordada en línea con la teoría de cambio planteada por RSPO.

2. ALCANCE

Dentro del alcance de la propuesta se encuentra el desarrollo de los siguientes ítems para las plantaciones existentes:

- Marco legal ambiental aplicable a los procesos agronómicos del cultivo y trasplante de las plantas
- Descripción de los procesos agronómicos y actividades.
- Caracterización de los procesos y los recursos naturales utilizados en ellos.
- Caracterización ambiental (geología, topografía, geomorfología, descripción de unidades de paisaje, hidrología, hidrogeología. (fuente de información secundaria)
- Componente biótico y zonificación ambiental. (fuente de información secundaria)
- Evaluación de impactos ambientales bajo la metodología CONESA.
- Plan de manejo de los impactos identificados
- Generación de indicadores de seguimiento y control

3. PROPUESTA DE VALOR

Debido a la complejidad de los temas a trabajar durante la evaluación y el plan, que comprenden el análisis del entorno ambiental del área de influencia, los temas objeto de la consultoría necesitan una participación activa e informada de las partes interesadas internas de la empresa, como empleados y responsables del tema de sostenibilidad y su equipo de trabajo, para garantizar el cumplimiento de los principios y criterios del estándar y la implementación exitosa de los planes de acción derivados de los hallazgos para su mantenimiento a lo largo del tiempo y consolidar la implementación de la política de sostenibilidad. Considerando este escenario y

conscientes del valor que el proceso de certificación nuestra oferta presenta un valor añadido en los siguientes puntos estratégicos:

1. Acompañamiento permanente durante la realización de la evaluación y el plan de acuerdo a los lineamientos de RSPO.
2. Aseguramiento de calidad de los productos y acompañamiento hasta la aprobación final de la evaluación y los planes.
3. Capacitación teórico-práctica e involucramiento de los funcionarios de la empresa con el fin de consolidar capacidades internas.
4. Dialogo constante e intercambio de información para garantizar la ejecución correcta de las actividades en los plazos acordados.

4. METODOLOGIA

Reunión de alcance y metodología

Junto con el equipo de la compañía GETSEMANÍ S.A, S se realizará una reunión de inicio para alinear y definir la metodología a adoptar en el desarrollo del trabajo, resolver dudas y definir las fechas del plan de trabajo definitivo:

- Revisión documental de la zona de influencia (EOT, POMCA, IGAC y demás fuentes de información relevante).
- Caracterización de los procesos e identificación de impactos.
- Planes de manejo y gestión ambiental por componentes (Agua, suelo, residuos sólidos y peligrosos, otras actividades generadoras de impactos)
- Capacitación y acompañamiento al personal de la empresa GETSEMANÍ S.A.S.

5. PROPUESTA ECONÓMICA

DETALLE	VALOR TOTAL DISEÑO
Diseño y actualización del EIA y PMA*	\$ 1.000.000
Total, Propuesta	\$ 1.000.000

6. CALIDAD DE PRODUCTO

Para nosotros es muy importante la calidad en forma y contenido de nuestros productos y consultorías, por ello describimos a continuación el mecanismo para la revisión y entrega final de la evaluación y plan de manejo ambiental a satisfacción de nuestro cliente:

1. En la primera semana de la consultoría el coordinador técnico sostendrá una reunión con el cliente para acordar los términos de referencia, estructura y contenido de los productos.