

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EN  
ACABADOS DE OBRA BLANCA PARA EL ÁREA DE BUCARAMANGA.**

**LIZETH VANESSA MUÑOZ GUALDRON  
MARJORIE DAYANA LOPEZ MARTINEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2015**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EN  
ACABADOS DE OBRA BLANCA PARA EL ÁREA DE BUCARAMANGA.**

**LIZETH VANESSA MUÑOZ GUALDRON  
MARJORIE DAYANA LOPEZ MARTINEZ**

**Trabajo de grado para optar el título de profesional en  
Gestión Empresarial.**

**Directora  
LUZ MARINA DELGADO  
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2015**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a Dios sobre todas las cosas, que me dio la fuerza para seguir adelante, a mis padres y hermanos, quienes me llenaron de amor y esperanzas para continuar este gran camino por el gran apoyo incondicional, respaldo crucial para el logro de esta meta, sin ellos no hubiese sido posible la realización de este proyecto, requisito de grado como gestora empresarial.

***DAYANA LOPEZ.***

## **DEDICATORIA**

Hoy en la culminación de mis estudios dedico este triunfo a Dios como el representante de mi vida, en memoria a mi Madre Eddy quien ya no me acompaña, a mi padre Alfredo, a mi esposo Johan y mi hija Danna, a mis hermanos Manuel y Mileydi. Los cuales han sido parte fundamental de nuestro crecimiento, quienes me brindaron apoyo incondicional, esperanzas, amor y comprensión para la realización de mi carrera.

A los profesores por haber compartido sus conocimientos, experiencias, y responsabilidad, creando un aprendizaje nuevo y sencillo para mi crecimiento profesional.

***LIZETH VANESSA MUÑOZ***

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION .....	25
1. GENERALIDADES .....	28
1.1. PANORAMA DEL SECTOR.....	28
1.2 EVOLUCION DEL SECTOR .....	29
1.2.1 Nivel internacional.....	32
1.2.2 Nivel nacional.....	33
1.2.3 Nivel sectorial.....	33
1.3. CONTEXTO GEOGRÁFICO .....	36
1.4. ASPECTOS LEGALES .....	42
2. ESTUDIO DE MERCADOS .....	45
2.1. OBJETIVOS.....	45
2.1.1. Objetivo General. ....	45
2.1.2. Específicos.....	45
2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	46
2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio .....	46
2.2.2. Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia.....	48
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO .....	49
2.3.1. Mercado potencial.....	49
2.3.2. Mercado objetivo.....	49
2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	50
2.4.1 La demanda .....	50
2.4.1.1. Descripción del problema de investigación de mercados .....	50
2.4.1.2 Necesidades de información.....	52
2.4.1.3. Ficha Técnica.....	52
2.4.2 Tabulación y presentación de resultados de la oferta .....	55
2.4.3 Estimación de la demanda.....	68
2.4.4. Proyección de la demanda.....	69
2.5 OFERTA O COMPETENCIA .....	69
2.5.1. Necesidades de información.....	70
2.5.2. Análisis de la Situación actual de la competencia.....	71
2.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	75
2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION .....	76
2.7.1. Estructura de los canales actuales .....	76
2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales .....	76
2.7.3. Selección de los canales de comercialización .....	78
2.8. PRECIO .....	79
2.8.1. Análisis de precios. ....	79
2.8.2. Estrategias de fijación de precios. ....	79

2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION.....	80
2.9.1. Objetivos (Informar, Persuadir, Recordar) .....	80
2.9.2. Logotipo (Explicado). .....	80
2.9.3. Slogan (Explicado).....	81
2.9.4. Análisis de medios .....	81
2.9.5. Selección de medios.....	82
2.9.6. Estrategias Publicitarias.....	82
2.9.7. Presupuesto de publicidad y promoción. ....	83
2.9.7.1 De lanzamiento .....	83
2.9.7.2 De operación.....	83
2.10. RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO .....	84
3. ESTUDIO TÉCNICO .....	86
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	86
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto .....	86
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.....	86
3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda .....	87
3.1.2.2 Tamaño del proyecto y los suministros e insumos.....	87
3.1.2.3 Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos. ....	87
3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización. ....	87
3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento .....	87
3.1.2.6 Tamaño y recurso humano. ....	87
3.1.3 Capacidad del proyecto .....	88
3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.....	88
3.1.3.2 Capacidad diseñada. La empresa cuenta con tres operarios, 3 turnos, trabajando 8 horas ,7 días a la semana y 52 semanas al año Para lo anterior se parte de los siguientes criterios:.....	88
3.1.3.3 Capacidad instalada .....	89
3.1.3.4 Capacidad real o utilizada y proyectada .....	89
3.2 LOCALIZACIÓN.....	91
3.2.1 Macro localización (Geográfica).....	91
3.2.2 Micro localización.....	91
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	94
3.3.1 Ficha técnica del producto .....	94
3.3.2 Descripción técnica del proceso. ....	97
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento .....	101
3.3.4 Control de calidad. ....	110
3.3.5 Recursos.....	112
3.3.5.1 Recurso humano.....	112
3.3.5.2 Recurso físico. ....	113
3.3.5.3 Recurso de insumos. ....	115
3.3.6 Análisis de Proveedores. ....	116
3.3.7 Distribución de planta. ....	117
3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO .....	119

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	121
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN (TIPO DE SOCIEDAD, PROCEDIMIENTO).....	121
4.2. CULTURA ORGANIZACIONAL.....	122
4.2.1 Visión.....	122
4.2.2 Misión.....	122
4.2.3 Objetivos.....	122
4.2.3.1 Políticas del personal.....	123
4.2.3.2 Políticas de compras.....	124
4.2.3.3 Políticas de ventas.....	124
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	124
4.3.1 Organigrama.....	124
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.....	126
4.3.3 Asignación salarial.....	136
4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO.....	139
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	140
5.1 INVERSIONES.....	140
5.1.1 Inversión fija.....	140
5.1.1.1 Maquinaria y equipo.....	140
5.1.1.2 Muebles y enseres.....	141
5.1.1.3 Equipo de oficina.....	141
5.1.1.4 Herramientas.....	142
5.1.1.5 Total de inversión fija.....	142
5.1.2 Inversión diferida.....	143
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.....	143
5.1.3.1 Costos de producción.....	143
5.1.3.1.1 Materias primas.....	144
5.1.3.1.2 Mano de obra directa.....	147
5.1.3.1.3 Costos indirectos fabricación.....	148
5.1.3.1.4 Total costos de producción del servicio.....	149
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas:.....	150
5.1.3.3 Gastos financieros.....	154
5.1.3.4 Total Capital de trabajo.....	154
5.1.4 Inversión total.....	154
5.1.5 Fuentes de financiación.....	155
5.2. COSTOS Y GASTOS.....	155
5.2.1. Costos y gastos fijos.....	155
5.2.2 Costos y gastos variables.....	155
5.2.3 Costos y gastos total unitario.....	156
5.3 PRECIO DE VENTA.....	156
5.4. PROYECCIONES FINANCIERAS.....	157
5.4.1 Ingresos proyectados.....	158
5.4.2. Egresos.....	159
5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS.....	160

5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años .....	160
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado.....	162
5.5.3 Balance General inicial y proyectado .....	163
5.6. RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO..	165
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO .....	166
6.1. EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.....	166
6.2. EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	167
6.2.1. Matriz de evaluación de impactos (agua, suelo, aire, manejo de desechos, depreciación de recursos naturales). .....	167
6.2.2. Plan de mitigación (antes, durante y después del proceso) dentro de un desarrollo sostenible. ....	168
6.3. EVALUACIÓN FINANCIERO .....	168
6.3.1 Valor presente neto.....	169
6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR .....	169
6.3.3 Período de recuperación.....	169
6.3.4 Análisis de las Razones Financieras .....	169
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	171
6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO.....	171
7. CONCLUSIONES .....	172
8. RECOMENDACIONES.....	174
BIBLIOGRAFIA.....	175
ANEXOS .....	177

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Atributos Diferenciadores.....	48
Cuadro 2. Población por estratos de Bucaramanga .....	50
Cuadro 3. Ficha Técnica.....	52
Cuadro 4. Proceso de muestreo de viviendas .....	55
Cuadro 5. Encuestas por Estratos .....	55
Cuadro 6. Hogares con vivienda propia.....	56
Cuadro 7. Tiempo de la última decoración de su casa. ....	57
Cuadro 8. Motivos para decorar su casa. ....	58
Cuadro 9. Para mejorar, remodelar o redecorar su casa usted recurre.....	59
Cuadro 10. Producto con uso de mayor frecuencia. Uso de productos .....	60
Cuadro 11. Metros cuadrados según técnica.....	61
Cuadro 12. Alternativa escogida en el momento de decorar su vivienda. ....	62
Cuadro 13. Existencia de empresas dedicadas a decoración en obra blanca. ....	63
Cuadro 14. Conocimiento de empresas existente en decoración .....	64
Cuadro 15. Utilización de empresas dedicadas a la decoración de obra blanca. ..	65
Cuadro 16. Satisfacción del servicio tomado en decoración.....	66
Cuadro 17. Utilización de servicios de empresas decoradoras.....	67
Cuadro 18. demanda total .....	68
Cuadro 19. demanda por metros cuadrados .....	68
Cuadro 20. Proyección de la demanda.....	69
Cuadro 21. Matriz del perfil competitivo .....	72
Cuadro 22. Presupuesto publicidad de lanzamiento.....	83
Cuadro 23. Presupuesto publicidad de operación .....	84
Cuadro 24. Capacidad diseñada.....	88
Cuadro 25. Capacidad instalada.....	89
Cuadro 26. Capacidad real o utilizada y proyectada.....	90
Cuadro 27. Resumen por técnicas.....	90
Cuadro 28. Capacidad proyectada a 5 años.....	90
Cuadro 29. Método de ponderación.....	93
Cuadro 30. Ficha técnica de decoración en yeso .....	94
Cuadro 31. Ficha técnica de estuco y pintura .....	95
Cuadro 32. Ficha técnica de espatulado.....	96
Cuadro 33. Maquinaria y equipo .....	113
Cuadro 34. Muebles y enseres .....	113
Cuadro 35. Equipo de oficina.....	114
Cuadro 36. Herramientas.....	114
Cuadro 37. Decoración en yeso (cornisa).....	115
Cuadro 38. Pintura estuco .....	115
Cuadro 39. Espatulado .....	115
Cuadro 40. Medidas de distribución de la planta .....	119
Cuadro 41. Perfil del gerente .....	126

Cuadro 42. Perfil del contador .....	127
Cuadro 43. Perfil del diseñador.....	128
Cuadro 44. Perfil del operario .....	129
Cuadro 45. Perfil de la secretaria.....	130
Cuadro 46. Perfil auxiliar de servicios generales. ....	131
Cuadro 47. Funciones del gerente.....	132
Cuadro 48. Funciones del contador.....	133
Cuadro 49. Funciones del diseñador.....	134
Cuadro 50. Funciones del operario.....	134
Cuadro 51. Funciones de la secretaria.....	135
Cuadro 52. Funciones de la auxiliar de servicios varios. ....	136
Cuadro 53. Porcentaje de las prestaciones sociales .....	138
Cuadro 54. Maquinaria y equipo .....	140
Cuadro 55. Muebles y enseres .....	141
Cuadro 56. Equipo de oficina.....	141
Cuadro 57. Herramientas.....	142
Cuadro 58. Inversión fija .....	143
Cuadro 59. Aspectos legales .....	143
Cuadro 60. Materia prima decoración en yeso (cornisa) .....	144
Cuadro 61. Total de Materia prima de yeso por meses .....	144
Cuadro 62. Materia prima pintura y estuco .....	145
Cuadro 63. Total de Materia prima de pintura y estuco por meses.....	145
Cuadro 64. Materia prima espatulado.....	145
Cuadro 65. Total de Materia prima de espatulado por meses .....	145
Cuadro 66. Totalidades por metros cuadrados materia prima de yeso.....	146
Cuadro 67. Totalidades por metros cuadrados materia prima de pintura y estuco .....	146
Cuadro 68. Totalidades por metros cuadrados materia prima de espatulado.....	147
Cuadro 69. Resumen de totales mensuales por técnicas .....	147
Cuadro 70. Mano de obra directa operario .....	147
Cuadro 71. Depreciación de Maquinaria y equipo y herramientas.....	148
Cuadro 72. Mantenimiento de Maquinaria y equipo y herramientas .....	148
Cuadro 73. Seguros.....	148
Cuadro 74. Total de costos indirectos de fabricación .....	149
Cuadro 75. Costos de producción.....	149
Cuadro 76. Nómina administrativa.....	150
Cuadro 77. Contabilización de la nomina .....	151
Cuadro 78. Depreciación administrativa .....	152
Cuadro 79. Mantenimiento administrativo.....	152
Cuadro 80. Seguro administrativo.....	152
Cuadro 81. Útiles de papelería .....	153
Cuadro 82. Servicios públicos.....	153
Cuadro 83. Gastos generales .....	153
Cuadro 84. Gastos de administración y ventas.....	154
Cuadro 85. Capital de trabajo .....	154

Cuadro 86. Inversión total .....	154
Cuadro 87. Fuentes de financiación .....	155
Cuadro 88. Costos y gastos fijos .....	155
Cuadro 89. Costos variables.....	156
Cuadro 90. Costos totales unitarios .....	156
Cuadro 91. Precio de venta .....	157
Cuadro 92. Proyección de costos de producción a 5 años .....	157
Cuadro 93. Proyección de gastos de administración y ventas a 5 años .....	158
Cuadro 94. Ingresos del primer año.....	158
Cuadro 95. Incremento salarial producción .....	159
Cuadro 96. Incremento salarial administrativo .....	159
Cuadro 97. Incremento salarial ventas .....	159
Cuadro 98. Proyección de gastos fijos.....	160
Cuadro 99. Proyección de gastos fijos al año .....	160
Cuadro 100. Estado de Resultados Proyectados a 5 años.....	161
Cuadro 101. Flujo de Caja Proyectado .....	162
Cuadro 102. Balance General inicial y proyectado .....	163
Cuadro 103. Balance general Proyectado .....	164
Cuadro 104. Matriz ambiental .....	167
Cuadro 105. Análisis de las Razones Financieras .....	169
Cuadro 106. Punto de equilibrio técnica de multi-producto.....	171

## LISTA DE GRAFICOS

Pág.

Gráfica 1. Crecimiento del sector de la construcción .....	32
Gráfica 2. Sector de la construcción y en actividades inmobiliarias .....	42
Gráfica 3. Hogares con vivienda propia .....	56
Gráfica 4. Tiempo de la última decoración de su casa. ....	57
Gráfica 5. Motivos para decorar su casa. ....	58
Gráfica 6. Para mejorar, remodelar o redecorar su casa usted recurre. ....	59
Gráfica 7. Producto con uso de mayor frecuencia. ....	60
Gráfica 8. Metros cuadrados según técnica.....	61
Gráfica 9. Alternativa escogida en el momento de decorar su vivienda.....	62
Gráfica 10. Existencia de empresas dedicadas a decoración en obra blanca. ....	63
Gráfica 11. Conocimiento de empresas existente en decoración. ....	64
Gráfica 12. Utilización de empresas dedicadas a la decoración de obra blanca. ..	65
Gráfica 13. Satisfacción del servicio tomado en decoración.....	66
Gráfica 14. Utilización de servicios de empresas decoradoras.....	67

## LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Estilos para remodelar su casa.....	47
Figura 2. Logo de la competencia.....	71
Figura 3. Tipos de canales de distribución.....	76
Figura 4. Canales de comercialización para el servicio de asesoría.....	78
Figura 5. Logo de la empresa .....	81
Figura 6. Localización geográfica Santander .....	91
Figura 7. Flujo de proceso de servicio. ....	102
Figura 8. Flujo de proceso de cornisa de yeso. ....	104
Figura 9. Flujo de proceso de estuco y pintura. ....	107
Figura 10. Flujo de proceso de espatulado. ....	108
Figura 11. Distribución de planta .....	118
Figura 12. Organigrama de la empresa .....	125
Figura 13. Diagnóstico ambiental.....	167

## LISTA DE ANEXOS

**Pág.**

Anexo A. Encuesta Dirigida A Hogares de Bucaramanga. ....	177
---	-----

## GLOSARIO

**ACABADOS:** es un proceso de fabricación empleado en la manufactura cuya finalidad es obtener una superficie con características adecuadas para la aplicación particular del producto que se está manufacturando; esto incluye mas no es limitado a la cosmética de producto. En algunos casos el proceso de acabado puede tener la finalidad adicional de lograr que el producto entre en especificaciones dimensionales.

**ADMINISTRACIÓN:** Creación, diseño, mantenimiento e innovación del conjunto de condiciones que permiten a un negocio producir utilidades, crecer y recibir de la sociedad.

**ARCOS:** molduras lineales a base de yeso que se instalan en las paredes.

**ASESORIA:** proceso en el que se da asistencia, apoyo mediante la sugerencia, ilustración u opinión con conocimiento a los clientes o personas en busca de la mejora.

**BROCHURE:** es toda aquella folletería que sea propia de una compañía y que la represente. El Brochure abarca desde trípticos publicitarios de un nuevo producto o servicio que su compañía ofrezca hasta las carpetas de presentación de proyectos que circulan de manera interna o externa. Es decir, el Brochure abarca casi todo el material impreso propio de una empresa y cada uno de los diferentes tipos de Brochure debe ser diseñado de manera diferente.

**CALIDAD:** función mediante la cual los productos cumplen ciertos requisitos previamente establecidos.

**CALCINACIÓN:** proceso que consiste en la eliminación de parte del agua contenida en la estructura del mineral de yeso triturado mediante su deshidratación térmica en grandes hornos rotativos especiales. De esta forma se transforma el mineral de yeso triturado en un producto útil para la construcción.

**CIELORRASOS:** techo falso a base de madera, icopor, acrilio o drywall.

**CLIENTE:** Persona natural o jurídica que utiliza los bienes o servicios que otra persona natural o jurídica ofrece o vende.

**COMPETITIVIDAD:** Que es capaz de competir en diferentes aspectos con un producto o servicio.

**CORNISAS:** molduras lineales a base de yeso que se instalan en rinconeras.

**DECORACIÓN:** Colocación de adornos en una cosa o lugar. Técnica de disposición de los muebles y objetos de una habitación o edificio para embellecerlo y hacerlo más agradable.

**DRYWALL:** es un panel hecho de yeso prensado entre dos hojas de papel grueso. Se utiliza para hacer las paredes y techos interiores. Construcción Drywall se ha difundido como una alternativa más rápida a los tradicionales en términos de construcción.

**ECONOMÍA:** El uso y manejo de los recursos de manera óptima para la satisfacción de las necesidades del ser humano.

**ENDUIDO:** producto a base de polímeros acrílicos en dispersión acuosa, formulado para obtener gran poder de relleno, muy buena lijabilidad, rápido secado y resistencia a los hongos y a la alcalinidad residual de paredes nuevas. Admite la aplicación posterior de pinturas al agua, tanto mate como satinada.

En interior, para alisar y rellenar imperfecciones de paredes nuevas de revoque, yeso, hardboard, paredes previamente pintadas. Ideal para efectos decorativos texturados.

**ESPATULADO:** El espatulado consiste en aplicar, por medio de una espátula, una capa de enduido sobre una superficie para lograr diferentes trazos con relieve. Para ello se utiliza enduido común y se lo pinta una vez seco, aunque existe la opción de tonalizar el material antes de su aplicación. Una posibilidad interesante es integrar las técnicas de espatulado y estarcido, aplicando enduido a través de un estencil para estampar un dibujo con relieve

**ESPATULADO EN YESO Y PLÁSTICO:** El espatulado consiste en aplicar, por medio de una espátula, una capa de enduido sobre una superficie para lograr diferentes trazos con relieve. Para ello se utiliza enduido común y se lo pinta una vez seco, aunque existe la opción de tonalizar el material antes de su aplicación. Una posibilidad interesante es integrar las técnicas de espatulado y estarcido, aplicando enduido a través de un estencil para estampar un dibujo con relieve.

**ESTUCO:** (paredes y techos). Forma de terminación o decoración de paredes y techos, interiores o exteriores, basada en pinturas y diferentes tipos de morteros que permite la obtención de diversas texturas. Dada su versatilidad, se adapta a cualquier tipo de construcción o época. Además de la función decorativa, refuerza el muro y lo impermeabiliza, permitiendo la transpiración natural.

**ESTUCO:** es una pasta de grano fino compuesta de cal apagada (normalmente, cales aéreas grasas), mármol pulverizado, yeso, pigmentos naturales, etc. que se endurece por reacción química al entrar en contacto el hidróxido de calcio de la cal con el dióxido de carbono.

**FACHADAS:** La fachada es objeto de especial cuidado en el diseño arquitectónico, pues al ser la única parte del edificio percibida desde el exterior, muchas veces es prácticamente el único recurso disponible para expresar o caracterizar la construcción.

**GRIFERIA:** Accesorios para suministro de agua fabricados en metal o plástico que se utilizan en lavamanos, lavaplatos, duchas, tinas y bidets.

**INNOVACION:** el concepto se utiliza de manera específica en el sentido de nuevas propuestas, inventos y su implementación económica. En el sentido estricto, en cambio, se dice que de las ideas solo pueden resultar innovaciones luego de que ellas se implementan como nuevos productos, servicios o procedimientos y que realmente encuentran una aplicación exitosa imponiéndose en el mercado, a través de la difusión.

**INSTALACION:** Colocación en el lugar y la forma adecuados de cosas necesarias para un servicio.

**ILUMINACION:** La iluminación es la acción o efecto de iluminar. En la técnica se refiere al conjunto de dispositivos que se instalan para producir ciertos efectos luminosos, tanto prácticos como decorativos. Con la iluminación se pretende, en primer lugar, conseguir un nivel de iluminación interior o exterior, o iluminancia, adecuado al uso que se quiere dar al espacio iluminado, nivel que dependerá de la tarea que los usuarios hayan de realizar.

**MEZCLADO:** proceso que persigue la estabilización y homogeneización de las propiedades básicas del yeso y, en su caso, su mejora o adaptación a las especificaciones requeridas por el cliente, en atención al uso que prevea hacer del mismo, mediante la incorporación de determinados aditivos químicos.

**MOLDURAS EN YESO:** dibujos en yeso sobre los cielorrasos son algunos de los elementos más hermosos de la decoración hogareña de la época victoriana clásica. Utilizando unos pocos moldes de plástico o metal y un poco de yeso de París, puedes replicar algunas de estas molduras de cielorraso en tu propia casa. Convierte tu recoveco tradicional para las comidas en un elegante comedor, o tu vestíbulo sencillo en un majestuoso salón de entrada en sólo unos pocos pasos sencillos.

**OBRA BLANCA:** En esta etapa se instalan las envolventes térmicas y acústicas, las instalaciones de electricidad, fontanería, tabiquerías interiores, carpinterías interior y exterior, solados y revestimientos definiendo por completo el estilo de la casa.

**PINTURA:** es un producto fluido que, aplicado sobre una superficie en capas relativamente delgadas, se transforma al cabo del tiempo en una película sólida que se adhiere a dicha superficie, de tal forma que recubre, protege y decora el elemento sobre el que se ha aplicado.

**PINTURA MATE:** es una pintura que no da brillo y por lo tanto no deja una superficie reflectora. Al secarse la superficie queda opaca. Es ideal para pintar paredes que tengan algunas imperfecciones, que no sean del todo lisas.

**PINTURA ESMALTADA MATE:** es parecida a la anterior lo que esta es de mayor calidad y durabilidad porque es lavable. Es ideal para baños y zonas muy usadas.

**PINTURA SATINADA:** es una pintura con un bajo grado de brillantez ideal para salas con mucho uso. No es recomendable aplicarla en paredes que tengan imperfecciones.

**PITURA SEMI – GLOSS:** es aquella que tiene poco brillo y es usada para dormitorios y gabinetes.

**PLAFON:** es un objeto decorativo que se integra a la iluminación de un espacio. El término, que tiene su origen en el francés plafond, refiere a la ornamentación que se instala en el techo para sostener, proteger o decorar una lámpara o una bombilla.

**RECUADROS:** molduras lineales a base de yeso que se instalan en los techos.

**REFORMAS DE VIVIENDA:** Es la acción constructiva que se realiza para mejorar algunas de las condiciones siguientes: de habitabilidad de la vivienda, de seguridad estructural y constructiva,, de las dimensiones de los espacios interiores entre otras.

**ROSETONES:** molduras lineales a base de yeso que se instalan en los plafones o en los bombillos.

**TECNOLOGÍA:** Conjunto de conocimientos aplicados a la elaboración y colocación en el mercado de un determinado producto para el bien del hombre y/o empresa. Medios y procedimientos para la fabricación de productos industriales.

**TRITURACIÓN:** que consiste en la reducción de la roca de yeso obtenida de la cantera en una gran variedad de tamaños hasta un máximo de veinte milímetros, mediante molinos de impactos y machacadoras de mandíbulas. La homogeneización del tamaño del mineral de yeso por trituración permite mayor regularidad en el proceso industrial de elaboración posterior.

**VIVIENDA DE INTERÉS SOCIAL:** Se entiende por viviendas de interés social aquellas que se desarrollen para garantizar el derecho a la vivienda de los hogares de menores ingresos.

**YESO:** Es utilizado profusamente en construcción como pasta para guarnecidos, enlucidos y revoques; como pasta de agarre y de juntas. También es utilizado para obtener estucados y en la preparación de superficies de soporte para la pintura

## RESUMEN

**TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EN ACABADOS DE OBRA BLANCA PARA EL ÁREA DE BUCARAMANGA.\***

**AUTORAS:** Muñoz Gualdron Lizeth Vanessa, López Martínez Marjorie Dayana \*\*

### **PALABRAS CLAVES**

Factibilidad, servicios en acabados de obra blanca, decoración

### **DESCRIPCIÓN**

La decoración de las casas o apartamentos es tan importante como el arreglo personal de quienes las habitan. Es innumerable la gente que se preocupa por la presentación de sus residencias, por mostrar un marco estético y acogedor que cautive a los visitantes Y así debe ser, porque, en cierta medida, la casa es el reflejo de sus propietarios. Y, asimismo, debe constituirse en un sitio íntimo que invite a una estadía permanente o frecuente.

El presente trabajo investigativo, tiene como objeto presentar el estudio de Factibilidad de la creación de una Empresa de servicios en Decoración de obra blanca en la ciudad de Bucaramanga llamada "DECORACIONES MUÑOZ", empresa dedicada a la decoración en obra blanca: yeso, espatulado y estuco; teniendo como base primordial la innovación en los diseños, con la característica de utilizar el recurso tecnológico para dar a conocer con anticipación a la realización del trabajo, la forma como va a quedar el ambiente a redecorar. Para ello se hizo un estudio de mercados basado en la realización de una encuesta a la población objetivo. Se realiza una investigación descriptiva utilizando como instrumentos el cuestionario, observación directa, y la entrevista personal; la información recolectada se toma como base para la elaboración de los estudios técnico, administrativo, financiero, evaluación social y ambiental.

Los estudios realizados indican la aceptación que tendrá la nueva empresa en la ciudad de Bucaramanga, por medio de la encuesta arrojó como resultado un 86% de aprobación en utilizar los servicios de una empresa dedicada a la decoración de obra blanca.

Con la creación de esta empresa se pretende impulsar la actividad empresarial en el sector de la construcción, generar nuevas fuentes de empleo, facilidad en la remodelación de viviendas y ambientes, a precios favorables.

---

\* Trabajo de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Delgado Monroy Luz Marina

## ABSTRACT

**TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR CREATING A SERVICE COMPANY IN WHITE FINISH WORK AREA FOR BUCARAMANGA.\***

**AUTHORS:** Muñoz Gualdron Lizeth Vanessa, López Martínez Marjorie Dayana \*\*

**KEYWORDS:** Feasibility white finishes service work, decoration

### DESCRIPTION

The decoration of houses or apartments is as important as the grooming of their inhabitants. It innumerable people who care about the presentation of their homes , to show an aesthetic and welcoming setting that captivates visitors as it should be , because , to some extent , the house is a reflection of their owners . And also, should become an intimate place that invites a permanent or frequent stay.

This research work aims to present the feasibility study of the creation of a service company in decoration joiners in the city of Bucaramanga called " DECORATIONS MUÑOZ " , dedicated to the decoration in white work : plaster, spatula and stucco ; with the primary basis for innovation in design, with the feature of using technological resources to publicize in advance of the completion of the work , the way will be to redecorate the room . To do a marketing study based on a survey of the target population was made. A descriptive study using as instruments the questionnaire, direct observation, and personal interview is conducted ; the information collected is taken as basis for the development of technical, administrative , financial , social and environmental assessment studies.

Studies indicate acceptance will have the new company in the city of Bucaramanga, through the survey found 86 % approval to use the services of a company dedicated to the decoration of white labor.

With the creation of this company is to promote business activity in the construction sector, generating new jobs, ease in remodeling homes and environments, at favorable prices.

---

\* Project of Grade

\*\* Institute of Projection Regional and Education Distance. ProgramCompany Management.  
Director: Luz Marina Delgado Monrroy.

## INTRODUCCION

El presente trabajo investigativo, tiene como objeto presentar el estudio de factibilidad de la creación de una Empresa de Decoración de obra blanca, yeso, espatulado, estuco y pintura en la ciudad de Bucaramanga. Las expectativas generadas alrededor de la decoración, han alcanzado gran importancia en la ciudad bonita, el crecimiento de las empresas constructoras dio cabida al desarrollo de los mercados en el sector industrial, este proyecto contempla la creación de una empresa de decoración; teniendo como base primordial la innovación en los diseños, con la característica de utilizar el recurso tecnológico para dar a conocer con antelación a la realización del trabajo la forma como va a quedar el ambiente a redecorar.

En la ciudad de Bucaramanga, las personas que solicitan este servicio en decoración en yeso, no presta el servicio de pintura siendo este un factor importante porque va de la mano con el servicio, no existe en el municipio una empresa dedicada y especializada, para suplir esta necesidad. Las personas que ejercen esta labor se dedican a una sola especialización; los decoradores o diseñadores de interiores están dedicados a crear almacenes donde se venden objetos decorativos para las paredes. Cuando se utilizan varias técnicas en decoración se encuentran inconvenientes al contratar varias personas dependiendo su especialidad, ya que esto genera pérdida de tiempo-reprocesos y controversia ya que cada persona tiene diferentes puntos de vista respecto al mismo trabajo. Cuando se presta el servicio de yeso y pintura normalmente nunca se cumple con las fechas pactadas de entrega y esto trae complicaciones con el cliente por incomodidades que están presentando en sus viviendas.

En Bucaramanga en investigaciones realizadas en Cámara de Comercio se evidencio la no existencia de empresas que ofrezcan variedad de opciones o técnicas para la decoración de su vivienda; ya que cada una de las técnicas reconocidas en el mercado tiene una persona especializada y lo trabajan de forma independiente este método genera pérdida de tiempo-reprocesó y controversia debido a que cada profesional y/o persona tiene diferentes puntos de vista respecto al mismo trabajo; por medio de este producto se ofrece un servicio completo en Yeso, Pintura, Espatulado y Estuco con una sola contratación directa, además de ello se ofrecerá la garantía del servicio prestado generando confianza y seguridad a las personas a la hora de adquirirlo.

Este servicio se ofrece debido a que actualmente el consumidor final adquiere un producto en el cual busca satisfacer sus necesidades mediante gustos y deseos.

Por tal motivo la prestación del servicio busca que las personas adquieran una forma moderna diferente y original de presentación de su casa, negocio, oficina en un solo paquete.

De esta manera se logrará estar a la vanguardia de los cambios que se están presentando con la modernización adoptando una manera más organizada de remodelar su casa y/o negocio dejando todo en responsabilidad de los profesionales en cada técnica obteniendo trabajos de primera calidad con las mejores técnicas en cada área.

En este orden de ideas, se esboza brevemente el trabajo que se compone de capítulos que conforman la investigación. El primero de ellos, presenta las generalidades que permiten situar el tema dentro de un contexto teórico; además de mostrar el parámetro actual en lo relacionado con la decoración, mediante la aplicación de encuesta durante el proceso de exploración, se inicia una investigación de mercados principalmente en la búsqueda del análisis de la demanda, la oferta, precios, comercialización, publicidad y promoción.

Posteriormente, se encuentra el estudio técnico, donde se plantea el tamaño y capacidad del proyecto pretendido, así como la capacidad proyectada, la jornada laboral, el recurso humano, ubicación de la empresa, los costos de arrendamiento del local, la distribución de planta, el respectivo proceso de la prestación del servicio, los requerimientos de herramientas, muebles, enseres y equipos.

Realizado el estudio técnico se procedió a diseñar la organización administrativa donde se define la naturaleza de la empresa y el nombre puesto a disposición de la Cámara de Comercio: "**DECORACIONES MUÑOZ**"; así mismo, se establecieron el perfil de los cargos, organigrama, y demás políticas de carácter administrativo.

Con la estructura administrativa, se procede a realizar el estudio financiero, el cual muestra las inversiones, ingresos, egresos, flujo de caja, balances necesarios para su estudio; asimismo, se evalúan tanto el impacto social, ambiental y financiero mostrando con resultados la factibilidad para la ejecución y puesta en marcha del proyecto.

Con la creación de esta empresa se pretende impulsar la actividad empresarial en el sector de la construcción, generar nuevas fuentes de empleo, facilidad en la

remodelación de viviendas y ambientes, a precios favorables, pues la empresa centra sus actividades en la ciudad de Bucaramanga.

Artística al fresco. Prefabricado, como paneles de yeso (Drywall o Sheet rock) para tabiques, y escayolados para techos.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1. PANORAMA DEL SECTOR

La historia de la decoración se remota a los tiempos cavernarios del hombre. Desde las primeras cuevas habitadas por el hombre, ha elegido decorar el interior con pinturas rupestres que representaban las vidas de esos días tan primarios. A partir de estos orígenes extremadamente simples el arte de la decoración interior ha evolucionado de acuerdo a la evolución del hombre. A través de la mayor parte de los tiempos antiguos y hasta el renacimiento las personas se procuraban un sustento y no existía la noción de decoración del hogar. Era más importante para el hombre común para poder tener las cosas necesarias para sobrevivir, que su casa se vea bonita.

Nos encontramos con que en la antigüedad, o el período que comprende la época romana hasta el Renacimiento, fueron los patricios o la nobleza la que llevaba adelante la decoración de sus viviendas. Las clases altas gastaban en encargarse muebles a ebanistas, adquirir la última moda en ropa de cama, cortinas, alfombras y orfebrería. Poseer un hogar adecuadamente decorado era un signo de nivel social, riqueza que sólo la clase alta podía permitirse.

No existió un interés genuino del hombre común en la decoración de interiores hasta el surgimiento de la clase media en el mundo occidental. La clase media burguesa eran personas con más dinero y menos preocupados por la supervivencia diaria. Artículos para el hogar más baratos y artículos de decoración, tales como papel tapiz, pintura para el hogar y telas baratas hicieron que las familias de ingresos medios se interesen más en el diseño interior. Este período comienza realmente en la época del imperialismo europeo. La expansión territorial de Europa permitió la importación de telas, algodón y otros materiales de primer nivel de las colonias, además de expandir el comercio y por consiguiente la economía. Este crecimiento permitió a los ciudadanos no sólo procurarse un sustento sino ser un poco más ambicioso y darse algunos gustos como decorar sus casas en forma más lujosa.

A través de la historia el arte del diseño interior ha crecido y cambiado. Gracias a la imprenta, distintas publicaciones mostraban a la gente común, casas hermosas. La moda se convirtió en una necesidad para cualquier persona. Esto incluyó la moda para el hogar y el coche.

El advenimiento de la televisión creó un estilo más universal que empuja la decoración de interiores en una nueva era.<sup>1</sup>

## 1.2 EVOLUCION DEL SECTOR

El movimiento moderno de la arquitectura y decoración de interiores se empezó a formular alrededor de la primera guerra mundial (1910-1920). Le dieron forma adelantos en pintura como el purismo o la respuesta de Le Corbusier al cubismo, y recibió la influencia de las innovaciones culturales de muchos ámbitos distintos.<sup>2</sup> Sus raíces Le Corbusier en París, La Bauhaus en Weimar y Viena.

CHR. Mackintosh, cuya obra construida en Glasgow -ciudad puntera en esos tiempos en industria y creatividad estética- atrajo la atención internacional. Su obra empezó a marcar claramente una especie de transición desde las raíces de Art and Crafts de sus primeros diseños a las improvisaciones sobre temas sacados de los edificios tradicionales escoceses mezclados con modernismo, que inundaron sus últimas obras. Gaudi en Barcelona foco de una creatividad idiosincrasia pero que no trajo tantos seguidores extranjeros como Mackintosh. Gaudi un genio que exploró usos radicales de los materiales y de la estética, que como el arquitecto escocés estaban motivados en parte por un interés en reforzar el sentimiento de identidad nacional de dos pequeñas naciones, rápidamente modernizadas, asociadas a grupos nacionales mayores Gran Bretaña y Cataluña.

Sin embargo, Viena fue el centro más potente de la inventiva arquitectónica.

Capital de un imperio abocado a un rápido fin, de un anacronismo primitivo y provinciano, aislado de los confines de la Europa civilizada. Muchos arquitectos austriacos empezaron a emigrar mucho antes de la primera guerra mundial: Loos se trasladó a París, Schinder y Neutra a California. EE.UU. un país donde

L. Sullivan y F. L. Wrigth se daban a conocer: este último un gran inconformista y populista, buscando audiencia en un mundo más amplio, más allá de los límites de la cultura arquitectónica, ya promocionaba ideas de lo que podría ser la vivienda contemporánea y a un presupuesto que estaba al alcance de la clase media.

---

<sup>1</sup> ARKIPLUS. historia-de-la-decoracion[en linea] disponible en: <http://www.arkiplus.com/historia-de-la-decoracion>

Algunos de sus diseños con raíces en Sullivan pero con la cultura americana.

Wright estaba dispuesto a dar expresión total de una nueva interpretación del espacio y ciertamente no se mostraba tímido al retratarse como la única fuerza

## **HISTORIA ANTIGUA**

El diseño de interiores parece haber jugado un papel en la Roma antigua, donde los ciudadanos adinerados diseñaban habitaciones para el verano o el invierno, dependiendo del aspecto y de la construcción. Las habitaciones de verano eran frescas y cómodas para los días calurosos, y las habitaciones de invierno estaban diseñadas para ser acogedoras. En el Egipto antiguo se usaba el diseño de interiores, más notablemente en sus pirámides. El interior de las pirámides estaba diseñado para ser funcional para el fallecido en su vida después de la muerte.

## **EL RENACIMIENTO**

El renacimiento artístico que caracterizó este período, acarrió el aumento del interés en el diseño interior, en especial para la gente adinerada. Los arquitectos, artistas y artesanos se convertían en personas más ambiciosas a medida que los miembros de la nobleza intentaban construir residencias fantásticas. El aumento del comercio significaba que estaban disponibles más materiales del medio y lejano este. El Renacimiento marcó, en muchas maneras, el origen del diseño de interiores moderno. Aunque los proyectos de diseño de interiores a gran escala se limitaban a los gobernantes y a los nobles, muchos integrantes de la clase media alta tomaban prestadas ideas menores para aplicar en sus moradas.

## **EL PERÍODO COLONIAL**

El diseño de interiores se tornó útil a larga escala durante el período colonial, cuando los europeos comenzaron a asentarse en regiones recién descubiertas, incluyendo el continente americano. Confrontados con los asentamientos nómadas existentes y los retos que aceptaban para conseguir bienes desde lugares lejanos, los pobladores se convirtieron en sus propios diseñadores de interiores, construyendo casas minimalistas que llenaban las necesidades básicas de supervivencia y aprendiendo a construir sus propios muebles y decoraciones.

## **LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL**

La Revolución Industrial hizo accesible el diseño de interiores para más y más gente por medio de la creación de bienes más baratos y disponibles, y haciendo los proyectos de mejoras en el hogar mucho más accesibles. Las revistas y los libros sobre decoración de hogares también se hicieron populares, y los adelantos tecnológicos permitían a la gente disponer de tiempo libre, siendo que antes eso no existía.

## **DISEÑO DE INTERIORES Y EXTERIORES MODERNO**

Luego de la Revolución Industrial llegó el advenimiento del decorador de interiores profesional. Estos profesionales vivían de diseñar espacios interiores en hogares y edificios públicos. Uno de los primeros diseñadores de interior profesional fue Charles Rennie Mackintosh, un escocés cuyas piezas de "Art Nouveau" exageradas lograron gran popularidad a principios del siglo 20.<sup>2</sup>

## **CRECIMIENTO EN EL SECTOR**

Al comparar las cifras del sector del primer trimestre de 2013 respecto al mismo periodo del año anterior, se observa que la producción creció 14,7% en edificaciones residenciales y 21,8% en edificaciones no residenciales, mientras que el mantenimiento y reparación de edificaciones creció 2,7%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior, la producción aumentó 3,0% en edificaciones residenciales; 1,0% en edificaciones no residenciales y 0,2% el mantenimiento y reparación de edificaciones.

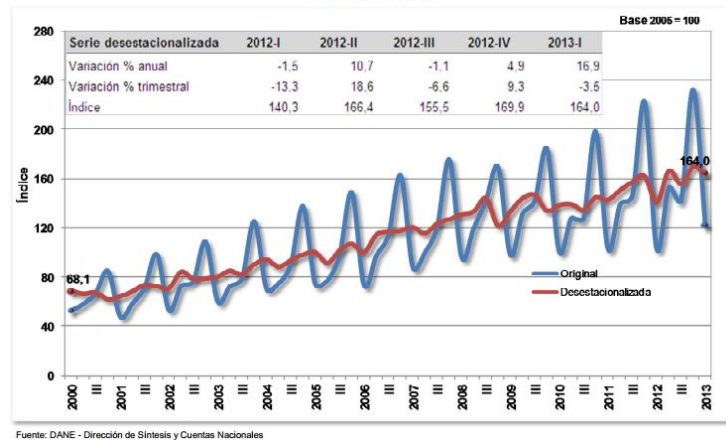
Al contrastar los resultados del primer trimestre de 2013 respecto al mismo periodo del año anterior, el área causada ó área construida creció 23,6%; por tipo de obra, se presentó el siguiente comportamiento: 11,9% crecieron las obras en proceso; 44,0% las obras paralizadas y 74,0% las obras culminadas.

---

<sup>2</sup>EHOW EN ESPAÑOL. Dónde se originó el diseño de interiores. [en línea] disponible en: [http://www.ehowenespanol.com/origino-diseno-interiores-sobre\\_68980/](http://www.ehowenespanol.com/origino-diseno-interiores-sobre_68980/)

Frente al primer trimestre de 2012, las licencias de construcción crecieron 31,5%. Al compararla con el trimestre inmediatamente anterior, creció 13,7%. Por tipo de edificación, la variación anual en el primer trimestre de 2013 de las licencias de vivienda aumentaron 27,4% y las de edificaciones no residenciales crecieron 43,2%.<sup>3</sup>

**Gráfica 1. Crecimiento del sector de la construcción**



Fuente: DANE. Crecimiento en el sector de construcción [en línea] disponible en: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol\\_PIB\\_ltrime14.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_ltrime14.pdf)

**1.2.1 Nivel internacional.** Entre los aspectos más relevantes de carácter internacional en el comportamiento del sector industrial se incluye, entre otros, la evolución de la economía mundial como un todo y los precios de la industria. La decoración de interiores se generó en el siglo XVIII, por medio de las personas pudientes, tanto burgueses como aristocráticos, quienes dejaron aquellos temas, en personas idóneas. Principalmente en Francia e Inglaterra.

Dentro de la decoración de interiores, cabe todo objeto utilizable, para hermosear un recinto interno. Hablando de techos, tapices, papeles murales, pintura, pisos, etc. Un gran fanático de la decoración de interiores, fue Luis XV. Quien siempre estuvo preocupado de la estética en general. No sólo de su apariencia, o de la arquitectura de sus palacios, sino que también de cómo estos lucían por dentro. Antiguamente, ocurría lo mismo, con los egipcios, específicamente con los

<sup>3</sup> DANE Producto Interno Bruto. Primer trimestre de 2013 - Base 2005 [en línea] disponible en: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet\\_PIB\\_ltrim13.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bolet_PIB_ltrim13.pdf)

faraones, así mismo con los griegos. En cada etapa de la historia, la decoración de interiores, jugó un papel fundamental en las artes y la arquitectura.<sup>4</sup>

**1.2.2 Nivel nacional.** Los aspectos de carácter nacional más influyentes en el comportamiento del sector industrial se considera: Los indicadores de desarrollo humano. El progreso económico, pobreza y desigualdad, la evolución de la población, crecimiento de la producción y el mercado laboral, incremento en la delincuencia e inseguridad ciudadana, tecnologías y nuevos equipos. A partir de los años 90, las políticas regionales de vivienda presentan nuevas tendencias caracterizadas por una mayor integración con los programas urbanos, un desarrollo progresivo y un equilibrio entre inversión y operación de los proyectos.<sup>5</sup>

La economía colombiana registró un crecimiento del 4,2 por ciento durante el tercer trimestre del año, en comparación con el mismo período del año pasado, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), cifra levemente inferior al 4,3 por ciento de avance del segundo trimestre del año y 1,6 puntos porcentuales por debajo del registro del tercer trimestre del 2013.

De acuerdo con la entidad, entre julio y septiembre el sector que mejor comportamiento registró fue la construcción, con un avance del 12,7 por ciento, mientras el de menor dinámica fue el minero energético, que se contrajo en un 1 por ciento, al tiempo que la industria tuvo una variación negativa de 0,3 por ciento entre julio y septiembre.<sup>6</sup>

**1.2.3 Nivel sectorial.** En relación al concepto de vivienda, para 1987, en el marco de la Estrategia Mundial de Vivienda hasta el año 2000, se define la “vivienda adecuada”, como el derecho a “disponer de un lugar donde poderse aislar si se desea, espacio, seguridad, iluminación y ventilación, una infraestructura básica y una situación adecuada en relación con el trabajo y los servicios básicos, todo ello a un costo razonable”.

Dadas las posibilidades con las que permite trabajar el sector de construcción, los profesionales del sector (interioristas, diseñadores, arquitectos, etc.) están apostando cada día más por reformar , puesto que permite la satisfacción en la

---

<sup>4</sup> PISOS . Estilos de decoración [en línea] disponible en: [chogar.pisos.com/decoracion/interiorismo/estilos-de-decoracion/paredes-con-historia](http://chogar.pisos.com/decoracion/interiorismo/estilos-de-decoracion/paredes-con-historia)

<sup>5</sup>HOY COMEMOS CON. El yogur historia beneficios [en línea] disponible en [hoycomemoscon.blogspot.com/2012/04/el-yogur-historia-beneficios-y.htm](http://hoycomemoscon.blogspot.com/2012/04/el-yogur-historia-beneficios-y.htm)

<sup>6</sup>EL TIEMPO. Crecimiento economico del tercer trimestre [en línea] disponible en <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/crecimiento-economico-del-tercer-trimestre/14977558>

presentación de todo tipo de espacios, tanto exteriores como interiores, siendo utilizado en la decoración de habitaciones, cocinas, oficinas, etc.

La definición es desarrollada en 1991 por el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la ONU (CDESC), estableciendo la seguridad jurídica de la tenencia, la disponibilidad de servicios, los gastos soportables, la habitabilidad, la asequibilidad, el lugar y la adecuación cultural, como aspectos indisolubles a este derecho. La Vivienda Adecuada:

- Debe contar con seguridad Legal de la ocupación en todas sus formas para brindar estabilidad de permanencia a las familias ante amenazas de desalojo.
- Ha de tener disponibilidad de servicios indispensables para la salud, comodidad, como son el abastecimiento de agua potable y energía, instalaciones sanitarias, sistemas de eliminación de desechos, entre otros.
- Los gastos en la vivienda deben ser soportables por la familia sin sacrificar la cobertura del ingreso para la satisfacción de otras necesidades básicas.
- Tiene que garantizar la habitabilidad de la vivienda como espacio que proteja a sus ocupantes del clima, de riesgos estructurales y de vectores de enfermedad.
- La vivienda y el suelo deben ser asequibles para todos, prioritariamente para los grupos desfavorecidos como los niños, los adultos mayores, los incapacitados físicos, los enfermos terminales, los damnificados o en riesgo, entre otros.
- El lugar donde se encuentre debe permitir el fácil acceso al sitio de trabajo, así como a los distintos equipamientos de salud, educación y demás servicios, siempre alejada de fuentes de contaminación.
- Por último, la producción de la vivienda debe adecuarse culturalmente a la identidad de la población sin desmedro de la modernización tecnológica.
- La vivienda en sí, la integran principalmente su estructura o configuración físico-espacial (materiales, dimensiones, distribución, estabilidad, ventilación, iluminación, protección, intimidad, seguridad), su conexión con los servicios comunales y de redes, así como el equipamiento doméstico.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA. SALA CONSTITUCIONAL. Magistrada Ponente: Luisa Estella Morales Lamuño. Expediente N° 11-1279 [en line] disponible en: <http://www.tsj.gov.ve/decisiones/scon/noviembre/1771-281111-2011-11-1279.html>

El análisis del mercado de trabajo al interior de los países reviste especial importancia ya que revela el modo en el cual estos utilizan el capital humano disponible dentro del sistema económico. De esta manera, los diferentes sectores productivos son los encargados de estimular la utilización de mano de obra de acuerdo al comportamiento subyacente de la actividad.

Que desarrollan. Así, parte de la dinámica del mercado laboral de las ciudades está directamente relacionada con el desarrollo de mercados modernos y sectores tradicionalmente líderes, que en el caso de Colombia han sido la construcción, la industria y el comercio. Durante el año 2013 el panorama del mercado laboral en el país estuvo caracterizado por la reducción significativa en la tasa de desempleo, que para el último trimestre registró un promedio de 8.2% para el total nacional y de 9.2% para las 13 principales áreas urbanas. Este fenómeno de disminución en la tasa de desempleo obedece en gran medida a una mayor demanda de mano de obra, donde según la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2013, casi la totalidad del empleo generado fue asalariado y formal.

Según el informe de marzo de 2014 realizado por la Junta Directiva del Banco de la República al Congreso de la República, a partir de mayo de 2013 la tasa de ocupación<sup>1</sup>(TO) aumentó en términos anuales, mientras que la tasa global de participación<sup>2</sup> disminuyó (TGP), ver gráfico 1. En este sentido es posible afirmar que la reducción del desempleo se fundamentó en un incremento de la demanda, expresada por el número de ocupados que a diciembre de 2013 creció 2.7% anual en el total nacional y 2.0% en las trece áreas principales.

A nivel sectorial la construcción fue uno de los pilares que impulsó la generación de empleo en el país, sustentado en el crecimiento del mercado de vivienda, el desarrollo de proyectos no residenciales y la ejecución de los programas de vivienda social. Bajo este contexto, en los últimos 5 meses del año 2013 el número de ocupados en el sector de la construcción contribuyó positivamente al crecimiento del número total de ocupados con aportes entre 0.3 puntos porcentuales (p.p.) y 0.5 p.p.

Así las cosas, en un marco de política económica que tiene dentro de sus focos principales promover el desarrollo del país a través de la dinamización del sector de la construcción, se hace necesario evaluar las condiciones y relaciones de la fuerza de trabajo en el esquema productivo actual. De esta manera, la estructura del presente informe se desarrollará de la siguiente manera; la presente introducción, seguida de una caracterización de la fuerza laboral relacionada con el sector de la construcción, donde además se dará una breve descripción de la categoría de cesantes relacionados con la construcción.

En tercer lugar, teniendo en cuenta los conceptos propuestos por la Organización Internacional del trabajo - OIT en torno a la calidad del empleo y formación, se analizarán algunos temas referentes a la escolaridad y a la educación especializada de los trabajadores inmersos en el sector. Como cuarto punto, bajo las condiciones de oferta y demanda de trabajo encontradas en el sector, se sugerirán algunas recomendaciones de política económica que puedan seguir fortaleciendo la creación de empleo en el país. En la última sección se darán algunas reflexiones finales.

Es importante resaltar que el crecimiento registrado entre diciembre de 2013 y diciembre de 2012 en el número de ocupados fue del 2.7%, donde el sector de la construcción explicó en 0.5 puntos porcentuales esta variación, ubicándose en el tercer lugar como el sector con mayor aporte al crecimiento para finales del año 2013. Como se muestra en la tabla 1, el sector de la construcción se divide en 6 diferentes ramas, donde la rama de construcción de “edificaciones completas y partes de edificaciones” conforma el 58.3% de las personas ocupadas dentro del total, siendo la actividad que encuentra mayor relación con el sector edificador.

Sin embargo, es importante resaltar que dentro de las demás divisiones existe un margen de participación indirecto relacionado con el proceso de la construcción de edificaciones habitacionales y destinos no residenciales, lo que sugiere que el número de ocupados que se desempeñan en alguna actividad relacionada con la construcción de edificaciones puede superar el 58.3%<sup>4</sup>.

Como se ha dicho anteriormente el sector de construcción ha tenido un crecimiento del 89,6% entre Enero y Junio de este año, respecto al mismo periodo Desglosado por subsectores el de vivienda multifamiliar fue el que más crecimiento registró y tuvo un incremento de 132,6% respecto al área de licencias aprobadas.<sup>8</sup>

### 1.3. CONTEXTO GEOGRÁFICO

Bucaramanga, conocida como la Ciudad de los Parques, fue fundada el 22 de Diciembre de 1622 en las estribaciones nororientales de la cordillera de los Andes por el español Andrés Páez de Sotomayor y Miguel de Trujillo que repelieron con

---

<sup>8</sup> CAMACOL Características Del Mercado Laboral En El Sector De La Construcción: Potencialidades y Propuestas. [en línea]. Disponible en: [http://camacol.co/sites/default/files/secciones\\_internas/Informe%20Econ%C3%B3mico%20No.%2058\\_Junio%202014\\_2.pdf](http://camacol.co/sites/default/files/secciones_internas/Informe%20Econ%C3%B3mico%20No.%2058_Junio%202014_2.pdf)

sus lanceros a los indios Guanes, primeros habitantes que adoraban al sol y cultivaban la tierra revestidos de pobreza.

En el siglo XVIII dieron su grito adolorido los primeros patriotas que anhelaban resquebrajar la tiranía española porque los virreyes martirizaban a los hombres con sus tributos y se llevaban en sus goletas el oro y todos los tesoros de la tierra. Pero solo a principios del siglo XIX se comenzó a consolidar la libertad.

Bucaramanga ya había crecido con una arquitectura urbana con rasgos españoles. Aún no era una ciudad. Tenía formas y expresiones de aldea recatada en sus tradiciones cristianas. Por sus calles, donde se levantaba el polvo cuando pasaban los huracanes de la América India, habían desfilado en peregrinación científica hacia las minas de Baja y Vetas, el sabio gaditano José Celestino Mutis, director de la Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada y los inmigrantes ingleses que se integraron desde 1825 al desarrollo de la comarca.

Luego pasó Simón Bolívar quién despertó la conciencia de sus hombres en el más formidable esfuerzo de justicia. Cinco grupos dominaban la región, los Guanes, los Yariguies, los Chitareros, Lanceros y Saboyás. En un principio era una pequeña población formada por 7 viviendas pero gracias a la fertilidad de sus tierras y al espíritu emprendedor de sus gentes progresó día por día y fue nombrada, en 1857, capital del Departamento de Santander, por ese entonces Estado Soberano de Santander. Sólo adquirió el título de ciudad hasta 1869.<sup>9</sup>

- **Límites.** Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Río negro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.
- **Posición Geográfica.** Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.
- **Características generales del territorio y suelos.** Bucaramanga, está ubicada sobre el Valle del Río de Oro. Se distingue en ella dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle. Sus suelos, desde el punto de vista agrológico, se pueden dividir en dos grupos: los primeros, al no tener peligro de erosión, son propicios para el cultivo de gran variedad de productos y el uso para la ganadería. La otra clase

---

<sup>9</sup><http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=8>

de suelos tiene una alta potencialidad erosiva; por esta razón, presenta baja fertilidad y una capa de fertilidad superficial, en algunas situaciones casi nulas.

- **Climatología y superficie.** El área municipal es de 165 kilómetros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 959m y sus pisos térmicos se distribuyen en: cálido 55 kilómetros cuadrados: medio 100 kilómetros cuadrados y frío 10 kilómetros cuadrados. Su temperatura media es 23°C y su precipitación media anual es de 1.041 mm.
- **Orografía.** La topografía de Bucaramanga es en promedio un 15% plana, 30% ondulada y el restante 55% es quebrada. Tres grandes cerros se destacan a lo largo del territorio: Morro Rico, Alto de San José y El Cacique.
- **Hidrografía.** Los ríos principales son: El Río de Oro y el Suratá y las quebradas: La flora, Tona, La Iglesia, Quebrada Seca, Cacique, El Horno, San Isidro, Las Navas, La Rosita, Bucaramanga.
- **Economía de Bucaramanga.** De acuerdo al último censo, Bucaramanga posee una población de 509.918 habitantes, distribuidos principalmente en los estratos tres y cuatro, lo que evidencia un mediano poder adquisitivo en la ciudad. Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios. Dentro de este sector, se encuentra la comercialización de los productos provenientes de la agricultura, la ganadería y la avicultura, actividades que se desarrollan en zonas fronterizas aeste municipio y en el departamento del Cesar, pero su mercadeo y administración se hace en Bucaramanga.

La actividad industrial que cuenta con un mayor reconocimiento a nivel nacional es el calzado así mismo tiene un importante mercado a nivel internacional en países como Argentina, Brasil, Canadá, Ecuador, Italia, algunas islas del Caribe, Estados Unidos, Perú, Venezuela y México.

La confección, así como la prestación de servicios de salud, finanzas y, en un alto grado la educación, al punto que cabe decir que la Ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos como los de energía, gas, petróleo, corrosión, asfaltos, cuero y herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros. Un sector significativo de la economía bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades: agricultura, ganadería y avicultura se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan en la Ciudad.

A través de la historia la población Bumanguesa, se ha caracterizado por estar conformada de hombres y mujeres trabajadores, valientes, pujantes, de temperamento fuerte, acostumbrados a trabajar la tierra y montañas bajo el caluroso sol, con el fin ser productivos; esa misma cultura conductual de nuestros antepasados, también es la nuestra, diariamente los bumangueses están dedicados a realizar labores como padres, hijos, empleados, empresarios, estudiantes, miembros activos de una sociedad, dejando de la lado actividades que permiten el aprovechamiento del tiempo libre de forma sana, con la finalidad de recargar fuerzas que permitan seguir fortaleciendo las habilidades sin entorpecer los resultados eficientes.

De esta rutina de actividades proviene precisamente el resultado de las múltiples complicaciones a nivel de salud de los Bumangueses, ya que la misma cultura entorpece la relación asertiva con nosotros mismos y nuestro entorno, dificultando así los procesos de convivencia; un informe reciente de la primera fase del Proyecto de Convivencia y Cultura Ciudadana realizado por Fenalco Santander, deja en evidencia que los Bumangueses son indiferentes frente a comportamientos inadecuados, los resultados reflejan el panorama con respecto a los hábitos en general, las creencias y las actitudes. de los ciudadanos en temas como Ley, moral y cultura; convivencia y seguridad; movilidad y seguridad vial, espacio público y medio ambiente.

- **Salud en Bucaramanga.** Bucaramanga afronta diversas problemáticas a nivel de salud que están afectando el bienestar de sus habitantes. Estudios realizados por la UIS, deja al descubierto que en Bucaramanga el 70% de la población consume alcohol regularmente. Hombres y mujeres en promedio consumen bebidas alcohólicas cada siete días en niveles tóxicos. Los fines de semana, hasta un 60% de la población de consumidores está activa. En Bucaramanga, los eventos asociados al consumo de alcohol están dejando cada vez más víctimas a través de los accidentes de tránsito, la violencia intrafamiliar y social, la enfermedad mental y social y las conductas de riesgo, se han incrementado de manera sostenida durante los últimos quince años. Realmente la salud de los Bumangueses se está viendo afectada por diferentes factores, además del ya mencionado, se ha obtenido información por parte de la CDMB acerca de las dificultades de salud que se pueden presentar en Bucaramanga debido a los altos niveles de contaminación atmosférica que han aumentado durante los últimos años; enfermedades como el cáncer también está atacando a la población, ya que el comportamiento de cualquier enfermedad puede variar de una ciudad a otra, porque en ella influyen factores como el clima, la población, las razas, las costumbres, por ejemplo a nuestra población el registro determinó que en las mujeres, el cáncer de seno es el más frecuente con 26%, seguido por el de cuello uterino (14%), colon y recto (7%) y tiroides (6%). En los hombres el cáncer de próstata es el

de mayor frecuencia con un 27%, seguido por el de estómago con 11, piel no melanoma (excluyendo el vaso celular) con 9%, colon y recto con 6%. Es importante resaltar que las enfermedades de estómago, gastritis, úlceras, problemas en el colon y recto en algunos casos es producto de malos hábitos alimenticios, estrés, cambios frecuentes en los estados de ánimo, demasiadas preocupaciones entre otros. Otro de los factores que es de vital importancia y que está afectando la salud de los Bumangueses tiene que ver con las malas posturas. Las actividades del ser humano durante las 24 horas del día se realizan en las posiciones de acostado, sentado o de pie y por eso deben extremarse los cuidados porque ahora, seis de cada diez bumangueses tienen problemas por inadecuadas posturas del cuerpo originando diversas complicaciones en la salud como por ejemplo: cansancio muscular, dolores en el cuerpo, migrañas, estrés, dolores lumbares, artritis, problemas circulatorios, diabetes, etcétera. Todo lo mencionado anteriormente influye de manera negativa en la salud física, mental, emocional y espiritual de los seres humanos, por lo tanto es necesario brindar espacios a través de los cuales se canalicen este tipo de situaciones permitiéndonos re-aprender de las experiencias vividas, y a partir de ellas poder construir un equilibrio en nuestra vida que promueva el bienestar integral, con la finalidad fortalecer la autoestima, sanar heridas físicas y emocionales, mejorar la relación con nosotros mismos y con nuestro entorno (personas-medio ambiente); sólo de esa manera las personas –niños, jóvenes, mujeres, hombres, adultos mayores- podrán llevar una vida en armonía.<sup>10</sup>

- **Vías de Comunicación:**La Ciudad de Bucaramanga cuenta con un Plan de Ordenamiento Territorial (POT), el cual clasifica las vías de la ciudad en dos tipos Las vías llamadas Arterias Tipo y las vías de la Red local del municipio.

Las Vías de Arteria Tipo están divididas: en Vías Tipo V-0. Tienen una sección transversal mayor de 60 metros. Vías Tipo V-1. Tienen una sección transversal entre 60m y 40 m. Vías Tipo V-2. Tiene entre 30 m y 40 m de sección transversal. Vías Tipo V-3. Tienen entre 25 m y 30 m de sección transversal. [60] Entre las vías de arteria tipo podemos encontrar:

Carrera 15: Es del tipo V-2. En el sector de la Rosita se convierte en Diagonal 15 es una de la más importantes por su permanente movimiento de transporte sobre todo de servicio público, recientemente fue ampliada y arreglada para el proyecto Metrolínea, inicia en el sector norte de la ciudad de la vía que viene de Santa

---

<sup>10</sup> ALCALDIA DE BUCARAMANGA .COM. Datos Generales [en línea] disponible en: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

Marta y en el sector de la puerta del sol termina para convertirse en la Autopista Bucaramanga - Floridablanca - Piedecuesta.

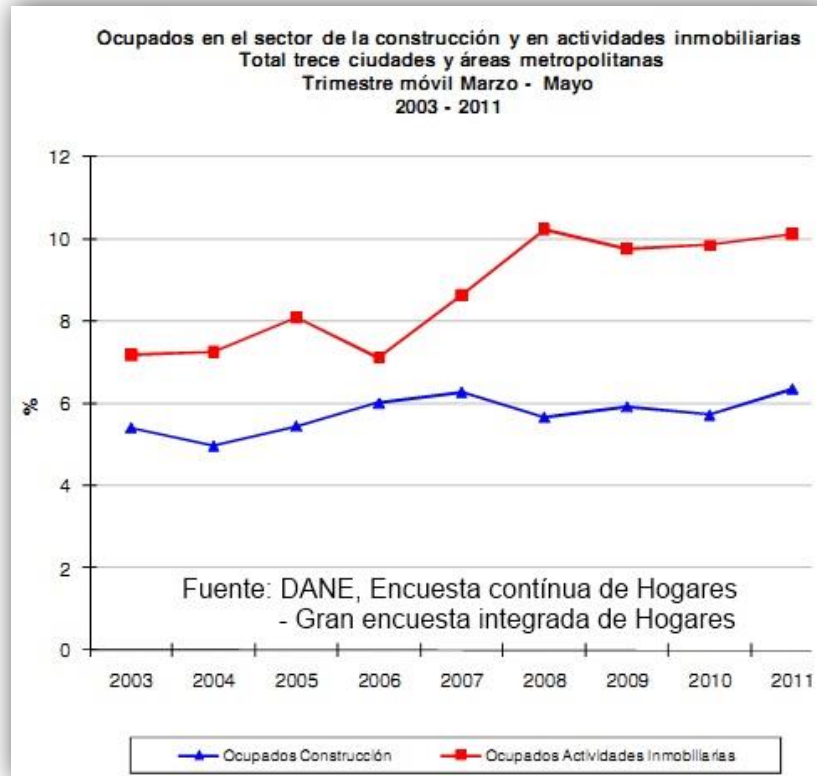
Carrera 27: Es del tipo V-2. Conocida también como Avenida Prospero Pinzón, cruza la ciudad de Norte a Sur. Inicia en la Universidad Industrial de Santander y cruza la ciudad de norte a sur. En el sector de la puerta del sol está ubicado el intercambiador del mismo nombre de donde se desprenden vías hacia la autopista a Floridablanca y una continuación de la carrera 27 continua hasta el sector entre los barrios la Victoria y la Sallé donde se convierte en la Autopista a Girón y Lebrija, de esta vía se inicia la Carretera hacia Barrancabermeja.

Actualmente el Gobierno del Alcalde Fernando Vargas planea la construcción de varios proyectos viales que permitirán a la ciudad la descongestión de otras vías de la ciudad y un aire de modernidad. El proyecto más importante es el viaducto de la Carrera Novena, un puente atirantado de 511 metros de longitud, actualmente está en proceso de licitación, comunicará el sector de la carrera 9 con el sector de la Ciudadela Real de Minas evitando el paso por el centro de la ciudad, este deberá estar construido en diciembre de 2011, además se planea para 2010 los intercambiadores de Neomundo, de la Quebrada seca y el Mesón de los Búcaros.

Además, los factores que contribuyen a la ubicación geográficamente de la idea de negocio tienen que ver son los proveedores. Cercanía con ellos y excelentes relaciones comerciales con los mismos.

- ALFA
- ARDISA
- CORONA
- SIKA
- DISTRIBUCIONES PINTUCO
- HOMCENTER

**Gráfica 2. Sector de la construcción y en actividades inmobiliarias**



Fuente:[https://www.helmcasadevalorespanama.com/hcvp\\_web\\_site/informes/info\\_mercado/PerspectivasSectoriales2013.pdf](https://www.helmcasadevalorespanama.com/hcvp_web_site/informes/info_mercado/PerspectivasSectoriales2013.pdf)

#### **1.4. ASPECTOS LEGALES**

Buscando mejorar los procesos de participación y administración de los recursos públicos, el Código de Régimen Político Municipal, Ley 11 de 1986, Ley 136 de 1994 que establecen el sistema de sectorización urbana, por grupos de barrios denominados comunas.

Por el acuerdo 014 de 1989 del Concejo Municipal, se divide el territorio del municipio en barrios y comunas, modificado mediante acuerdo 026 de 1993, el cual retoma parte de la división político administrativa del municipio e implementa una reglamentación urbanística muy parecida a un lineamiento de desarrollo urbano.

El Plan de Ordenamiento Territorial (POT.), aprobado para Bucaramanga, presenta algunas normas urbanísticas que tienen que ver con el proyecto y que se citan a continuación.

**Ley 388 de 1997 y el Decreto 879 de 1998.** Establecen las normas urbanísticas Estructurales y Generales., las cuales definen como se aseguran los objetivos y estrategias que generan el Plan y las políticas del componente urbano.

Como también el uso e intensidad de usos del suelo, así como actuaciones, tratamientos y procedimientos de parcelación, urbanización, construcción e incorporación al desarrollo de las diferentes zonas comprendidas dentro del perímetro urbano y suelo de expansión; éstas tienen vigencia fundamentalmente para el mediano plazo, para el corto plazo existen las normas complementarias las cuales tienen relación con las actuaciones, programas y proyectos adoptados en desarrollo de las previsiones contempladas en los componentes general y urbano del P.O.T, de Bucaramanga.

**Ley 195 de Diciembre de 1999.** Sirve para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), con el fin de brindar ventajas económicas y generar mejores condiciones para su creación y operación.

Esta ley basada en el artículo 333 de la Constitución Nacional regula:

- El desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y de la capacidad empresarial de los colombianos.
- El establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas.
- La formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Los criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.

**Ley 99 de Diciembre de 1993.** Sirve para dar los lineamientos respectivos en materia del **manejo ambiental** de las empresas y el cumplimiento que éstas deben tener en miras a la preservación del medio ambiente evitando su deterioro.

Esta ley a través de las Corporaciones Autónomas Regionales (CAS), regula: Las acciones que se requieren para prevenir, mitigar, controlar, compensar y corregir los posibles efectos o impactos ambientales negativos causados en el desarrollo de un proyecto.

- Evaluar las circunstancias, eventualidades o contingencias que en desarrollo de un proyecto, obra o actividad pueden generar peligro de daño a la salud humana, al medio ambiente y a los recursos naturales.
- Las actividades dirigidas a atenuar y minimizar los impactos y efectos negativos de un proyecto, obra o actividad sobre el entorno humano y natural.
- Actividades dirigidas a recuperar, restaurar o reparar las condiciones del medioambiente afectado.
- Seguridad Industrial. En este tipo de industria la prevención de accidentes debe ser el principal factor de seguridad a tener en cuenta; puesto que el riesgo o los riesgos son mayores por la labor que se desempeña diariamente. Lo anterior, hace que uno de los aspectos más importantes que debe tener en cuenta la administración de la empresa es el cuidado y la integridad del trabajador, entre los requisitos de seguridad industrial adoptados están: El manejo de extintores, Charlas y afiches de seguridad industrial. Uso de implementos de seguridad (guantes, casco, caretas, ropa asignada y tapones auditivos).

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1. OBJETIVOS

**2.1.1. Objetivo General.** Desarrollar un estudio de mercados en Bucaramanga mediante la consecución de información que permita identificar las variables de demanda, oferta, análisis de precios, comercialización, publicidad y promoción, entre otros; para la creación de una empresa de servicios en Acabados en Obra Blanca en la Ciudad de Bucaramanga.

### 2.1.2. Específicos

- Definir claramente el servicio a prestar teniendo en cuenta las especificaciones, usos, requerimientos de los futuros clientes.
- Identificar el mercado potencial y objetivo a quien va dirigido la venta del servicio de decoración de obra blanca en la ciudad de Bucaramanga.
- Determinar la demanda actual y futura por medio de la recolección de información primaria y secundaria, de las empresas dedicadas en decoración y pintura de obra blanca en la ciudad de Bucaramanga.
- Conocer la competencia para analizar sus fortalezas, debilidades y posicionamiento en el mercado para actuar frente a la situación del mercado actual.
- Definir los canales de distribución de los servicios mediante un análisis de los canales existentes para determinar el medio más apropiado para llegar a los clientes.
- Realizar un análisis detallado de los precios de la competencia de decoración y pintura de obra blanca en la ciudad de Bucaramanga comparando los que manejan las principales empresas para fijar la estrategia de precios más adecuada para salir al mercado en Bucaramanga.
- Lanzar una campaña publicitaria por medio de su nombre, logotipo, lema, los servicios y productos ofrecidos que le permita a la empresa darse a conocer.

## 2.2. DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

### 2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto/servicio

**DECORACIONES MUÑOZ.** Busca ofrecer los mejores servicios en acabados de construcción para atender la necesidad de muchos compradores de propiedad finca raíz, que necesitan los acabados para su propiedad, sin tener que recurrir a contratar a varias personas y estar vigilantes de la calidad del trabajo.

El servicio incluye la asesoría en diseños, materiales, mano de obra y garantía; en el portafolio de servicios se tendrá un Brochure, dando una idea base al cliente.

Teniendo en cuenta la actividad de **DECORACIONES MUÑOZ**; se describe los servicios de acabado de obra blanca los cuales se cobrarán por metro cuadrado.

#### **OBRA BLANCA:**

- **Decoración en yeso** (cornisas, rosetones, recuadros, arcos y drywall). Se generan ambientes agradables y de tranquilidad a partir de la instalación de diferentes molduras de yeso, con iluminación utilizando las técnicas de los techos en drywall.
- **Pintura** (cielos rasos, fachadas, interiores):
- **Pintura mate:** es una pintura que no da brillo y por lo tanto no deja una superficie reflectora. Al secarse la superficie queda opaca. Es ideal para pintar paredes que tengan algunas imperfecciones, que no sean del todo lisas.
- **Pintura esmaltada mate:** es parecida a la anterior lo que esta es de mayor calidad y durabilidad porque es lavable. Es ideal para baños y zonas muy usadas.
- **Pintura satinada:** es una pintura con un bajo grado de brillantez ideal para salas con mucho uso. No es recordable aplicarla en paredes que tengan imperfecciones.
- **Pintura semi – gloss:** es aquella que tiene poco brillo y es usada para dormitorios y gabinetes.

- **Pintura con alto brillo:** no se recomienda usarla en paredes que no sean completamente lisas ya que esta pintura resalta dramáticamente las **texturas y superficies**.

**ESTUCO** (paredes y techos). Forma de terminación o decoración de paredes y techos, interiores o exteriores, basada en pinturas y diferentes tipos de morteros que permite la obtención de diversas texturas. Dada su versatilidad, se adapta a cualquier tipo de construcción o época. Además de la función decorativa, refuerza el muro y lo impermeabiliza, permitiendo la transpiración natural.

El estuco más famoso es el veneciano, también llamado «lustró veneciano». Es un revestimiento que se inventó en Venecia (Italia) a comienzos del siglo XV. Su acabado muestra una pared plana, lisa y brillante como un mármol pulido, con diferentes tonalidades de color, de gran belleza.

- **ESPATULADO.** El espatulado consiste en aplicar, por medio de una espátula, una capa de enduido sobre una superficie para lograr diferentes trazos con relieve. Para ello se utiliza enduido común y se lo pinta una vez seco, aunque existe la opción de tonalizar el material antes de su aplicación. Una posibilidad interesante es integrar las técnicas de espatulado y estarcido, aplicando enduido a través de un esténcil para estampar un dibujo con relieve.

**Figura 1. Estilos para remodelar su casa.**



Fuente: Google decoración en yeso [en línea] disponible en: [https://www.google.com.co/search?q=imagenes+de+decoracion+en+yeso&espv=210&es\\_sm=122&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=-1qrUrjdJoO\\_kQetolG4BQ&ved=0CAkQ\\_AUoAQ&biw=1024&bih=504&dpr=1.25](https://www.google.com.co/search?q=imagenes+de+decoracion+en+yeso&espv=210&es_sm=122&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=-1qrUrjdJoO_kQetolG4BQ&ved=0CAkQ_AUoAQ&biw=1024&bih=504&dpr=1.25)

**2.2.2. Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia.** Un atributo diferenciador es aquel que genera valor agregado al producto o servicio y por medio de él se puede definir claramente la diferencia que tiene la empresa frente a los demás competidores.

**Cuadro 1. Atributos Diferenciadores.**

TIPO DE ATRIBUTO	DESCRIPCION
Talento humano	Formación profesional en cada una de las técnicas incluidas en el portafolio de servicios.
Tecnologías Informáticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización de software AUTODESK (líderes en programas de diseños), MINICAD, CADKEY, TURBOCAD, los cuales permiten simulaciones en tiempo real, para que el cliente escoja la mejor opción de acuerdo a sus necesidades.</li> <li>• Cuando se preste la asesoría, se entregara el diseño impreso o por medio magnético según el gusto del cliente.</li> </ul>
Tiempo de Garantía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 100% de los trabajos realizados tendrán tiempos de garantía estipulados previamente y que es aplicable siempre y cuando sea fallos en la mano de obra o de las materias primas.</li> <li>• Se realizaran llamadas posteriores a la realización del trabajo (post venta), para corroborar el servicio al cliente; teniendo en cuenta dos visitas preventivas sin costo adicional.</li> </ul>
Tiempo de entrega:	Cumplir con los niveles de servicio pactados con el cliente en todos los momentos de verdad.
Proceso	Es una empresa organizada que no existe en la actualidad ya que presta el servicio simultáneo de yeso y decoración de las paredes lo cual es un complemento en la decoración.

Éste análisis se efectúa a través de la evaluación de una serie de factores que permiten realizar una disección del servicio, partiendo de los elementos centrales hasta los complementarios. Además de lo anterior, **DECORACIONES MUÑOZ** dará un valor agregado al servicio y por medio de ser competitivos frente a los demás competidores en aspectos tales como control en tiempos pactados del servicio, calidad en el producto.

## **2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1. Mercado potencial.** El mercado potencial corresponde a todos los hogares de Bucaramanga.

**2.3.2. Mercado objetivo.** El mercado objetivo está conformado por los propietarios que vivan en sus viviendas de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Bucaramanga que en su totalidad según datos de la Electrificadora 2012 es de 168.928 hogares, con capacidad económica que les permite utilizar los servicios de un profesional en la rama de la Decoración de interiores y diseño de fachadas en yeso y pinturas y que se encuentren interesados en el mejoramiento de sus viviendas.


A continuación se representa la población de familias comprendida entre estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Bucaramanga:

**Estrato 3.** Provenza, Diamante II, San Luis, Provenza, El Cristal, Fontana, Granjas de Provenza. Urbanización Neptuno. Ciudad Venecia, Villa Alicia, El Rocío, Toledo Plata, Dongón, Manuela Beltrán I y II, Isabelar, Santa María, Los Robles, Granjas de Julio Rincón, Jardines de Coaviconsá, El Candado, Malpaso, El Porvenir, Las Delicias. Urbanización Condado de Gibraltar, Mutis, Balconcitos, Monterredondo, Héroes, Estoraques I y II, Prados del Mutis, Prados del Mutis.

**Estrato 4.** Los Pinos, San Alonso, Galán, La Aurora, Las Américas, El Prado, Mejoras Públicas, Antonia Santos, Bolívar, Álvarez, estadio, batallón, entre otros.

**Estrato 5.** Cabecera del Llano, Sotomayor, Antiguo Campestre, Bolarquí, Mercedes, Puerta del Sol, Conucos, El Jardín, Pan de Azúcar, Los Cedros, Terrazas, La Floresta, El Tejar, San Expedito.

## Cuadro 2. Población por estratos de Bucaramanga

 <b>ESSA</b> <i>Una empresa epm</i>	<b>CLIENTES URBANOS</b>			
	<b>MUNICIPIO</b>	<b>Estrato 3</b>	<b>Estrato 4</b>	<b>Estrato 5</b>
<b>BUCARAMANGA</b>	70.950	87.842	10.136	168.928

## 2.4. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 2.4.1 La demanda

**2.4.1.1. Descripción del problema de investigación de mercados.** Es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio.

En efecto, el estudio cubre no solamente la demanda actual, sino también los pronósticos de consumo que se puedan aportar nuevas luces al respecto. En cualquier circunstancia se requiere información sobre una gama amplia de variables que se supone afectan el comportamiento de la demanda.

La apertura al mercado de pequeñas y medianas empresas hace que cada día sea de más importancia al desarrollo de nuevos negocios por esto poco a poco va tomando mayor relevancia en el momento de introducir al mercado diversos productos y servicios para la satisfacción de las necesidades de los clientes actuales y potenciales.

La diversificación de la tecnología moderna, en conjunto con una población cada día más abundante, complicada y exigente, el descubrimiento de nuevos materiales, la automatización y la utilización de la computadora, han sido factores importantes que han inducido a la producción de un enorme flujo de bienes y servicios dirigidos hacia toda clase de consumidores, quienes al adquirirlos, están elevando su nivel de vida y satisfaciendo una necesidad.

En tal sentido, la empresa de decoración de interiores enyeso y colores de paredes puede tener grandes ventajas para penetrar el mercado potencial y

objetivo de la ciudad de Bucaramanga ya que ofrece innovación, diseño y exclusividad ya que el interés de tener una casa agradable un espacio moderno es de interés general, la moda no es solo para las personas ni solo tiene que ver con la ropa, los tiempos han cambiado y actualmente hay infinitas de estilos y diseños para la remodelación de las casas aquí también se cuenta con una teoría de colores, diseños, etc. Donde estar a la vanguardia es muy importante.

Emprender un nuevo proyecto de construcción, de remodelación o de mejoramiento siempre va a llenar de emoción y expectativas, pintar la casa no puede ser una tarea que se tome a la ligera. El color de la pintura del hogar va a decir mucho y además va a provocar diferentes estados de ánimo en la familia así que el tener los conocimientos acerca de colores, espacios, interiores y fachadas son los que garantizan el éxito de este proyecto.

En este proyecto se identificarán los objetivos a lograr y se diseñarán las tácticas necesarias para llevar a cabo la ejecución del mismo. Las tácticas serán sometidas a revisión de acuerdo a los resultados parciales que se obtengan en el período de ejecución de la investigación.

No existe información sobre la demanda del servicio, gustos y preferencias de los clientes en cuanto al servicio de obra blanca, precios del servicio, canales de comercialización y publicidad necesaria que asegure una objetiva toma de decisiones en pro de la creación de una empresa que preste este servicio, se requiere información pertinente de Bucaramanga sobre la frecuencia con la que las constructoras realizan proyectos que impliquen técnicas tales como decoración en yeso, pintura y estuco y espatulado, se debe determinar la frecuencia con la que se instala cada uno de los productos de estas técnicas, la cantidad que requiere el cliente en metros cuadrados durante un periodo determinado de cada una.

Bucaramanga posee una población principalmente en los estratos tres y cuatro, lo que evidencia un mediano poder adquisitivo en la ciudad. Las principales actividades económicas desarrolladas en el municipio están relacionadas con el comercio y la prestación de servicios es por esta razón que la construcción y remodelación son de gran auge en la ciudad de Bucaramanga actualmente algunos de los servicios de obra blanca los ofrecen por separado las empresas EL TALLER DEL YESO Y EL IMPERIO DEL YESO estas son empresas que llevan una gran experiencia en el mercado estas dos ofrecen los productos a precios asequibles pero con una variante, no ofrecen garantía sobre los servicios y productos ofrecidos y tampoco ofrecen el producto con el servicio de manera conjunta.

### 2.4.1.2 Necesidades de información

- Gustos y preferencias del mercado objetivo con relación al mejoramiento de fachadas y decoración de interiores en sus viviendas.
- Hábitos de consumidor para este servicio.
- Aspectos que influyen en la decisión en cuanto al servicio.
- Los competidores y los aspectos que los caracterizan.
- Medios publicitarios más utilizados, para dar a conocer el servicio de mejoramiento de fachadas y decoración de interiores.
- Los precios que se manejan en el mercado.
- Disposición del segmento objetivo para el uso del servicio

**2.4.1.3. Ficha Técnica.** Para el desarrollo de la presente investigación se ha diseñado la siguiente ficha técnica donde se consideran el tipo y el método de investigación, al igual que la técnica de recolección de información, instrumento y modo de aplicación; también se indica el proceso de muestreo a utilizar y sus características.

La ficha técnica para la presente investigación de mercados se muestra a continuación:

### Cuadro 3. Ficha Técnica

<b>TIPO DE INVESTIGACION</b>	El tipo de investigación utilizado es descriptivo Y exploratorio fundamentada en fuentes de información primarias y secundarias, la cual permite analizar de manera objetiva aspectos definitivos y prácticos para la puesta en marcha de una empresa dedicada a la Terminación en Acabados en Obra Blanca en la ciudad de Bucaramanga.  Explorar significa incursionar en un territorio desconocido. Por lo tanto, ese emprenderá una investigación exploratoria cuando no se
------------------------------	--

	<p>conoce el tema por investigar, o cuando los conocimientos son vagos e imprecisos que impide sacar las más provisorias conclusiones sobre qué aspectos son relevantes o no.</p>
<b>METODO DE INVESTIGACION</b>	<p>- Análisis: facilitará el proceso de investigación, en la aplicación del instrumento de recolección de información primaria, estableciendo relaciones de causa y efecto entre los elementos obtenidos.</p>
<b>FUENTES DE INFORMACION</b>	<p><b>- PRIMARIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de una encuesta dirigida, principalmente a propietarios de vivienda.</li> <li>• Otra herramienta a utilizar para recolectar información, la constituyen entrevistas dirigidas a Arquitectos, profesionales del sector de la construcción y maestros de obra.</li> <li>• El tercer instrumento de información es la observación directa.</li> </ul> <p><b>-SECUNDARIAS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para obtener información secundaria se acudió a las siguientes fuentes:</li> <li>• Manual Práctico de Decoración, de círculo de Lectores, el cual suministró información sobre los espacios interiores de los hogares.</li> <li>• Color en Decoración, de Círculo de Lectores, el cual suministró información sobre la utilización de los colores del hogar.</li> <li>• Manual Práctico de Decoración, Mary Gilliatt, Círculo de Lectores, el cual suministró información sobre fachadas.</li> <li>• Páginas de Internet como son; Homedeco.com y Estacasa.com, los cuales hacen parte fundamental para complementar el desarrollo teórico y su alcance práctico.</li> <li>• Bucaramanga en cifras, de Planeación Municipal, suministra información sobre las comunas, estratos, viviendas y habitantes.</li> </ul>

<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>	<b>Encuesta :</b> Se trata de reunir información en un grupo socialmente significativo de personas “hogares de la ciudad de Bucaramanga estratos 3.4.5 “acerca del tema en estudio.
<b>INSTRUMENTO</b>	<b>Cuestionario:</b> Por medio de una serie de preguntas con respuesta de selección múltiple se cuestiona acerca del tema en estudio (decoración en obra blanca) para luego mediante un análisis cuantitativo sacar las conclusiones que correspondan con los datos recogidos.
<b>MODO DE APLICACIÓN</b>	Dirigida de aplicación directa
<b>DEFINICIÓN DE LA POBLACION</b>	Para definir la población es necesario determinar los siguientes aspectos: Elemento muestral, marco muestral, unidad de muestreo, alcance y tiempo. En este caso la población está conformada por 168.928 hogares del estrato 3, 4 y 5 del municipio de Bucaramanga
<b>PROCESO DE MUESTREO</b>	<p>Muestreo aleatorio simple</p> <p><b>CÁLCULO MUESTRAL.</b> Para el proceso de muestreo se hizo necesario aplicar un muestreo estratificado, como así se denomina y lo define su fórmula.</p> $n = \frac{Z_2 \times P \times Q \times N}{E^2 (N-1) + Z_2 \times P \times Q}$ <p>Z: Nivel de confiabilidad (95%) que equivale a 1,96  P: Probabilidad de éxito (0,5)  Q: Probabilidad de fracaso (0,5)  N: Tamaño de la población (168.928)  E: Error: (5%).</p> <p>Entonces;</p>

	$3,8416 \times 0,5 \times 0,5 \times 168.928$ $N=$ $\frac{(0,05)^2 (168.928-1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{}$ $N= 383$
<b>MARCO MUESTRAL</b>	Es el listado de los barrios de los estratos 3, 4 y 5 del municipio de Bucaramanga.
<b>ALCANCE</b>	Municipio de Bucaramanga
<b>TIEMPO DE APLICACIÓN</b>	El tiempo de aplicación será en la fecha: De 15/10/13 a 15/10/13

**2.4.2 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.** Aquella experimentación que se realiza por primera vez con el objetivo de comprobar ciertas cuestiones. Se trata de un ensayo experimental, cuyas conclusiones pueden resultar interesantes para avanzar con el desarrollo del proyecto.

**Cuadro 4. Proceso de muestreo de viviendas**

<b>PROCESO MUESTREO VIVIENDAS</b>		
<b>ESTRATOS</b>	<b>TOTAL DE VIVIENDAS ESTRATOS 3, 4 Y 5</b>	<b>% PARTICIPACION</b>
3	70.950	42,38%
4	87.842	52,23%
5	10.136	5,39%
<b>TOTAL</b>	<b>168.928</b>	<b>100%</b>

**Cuadro 5. Encuestas por Estratos**

<b>ENCUESTAS POR ESTRATO</b>		
<b>ESTRATOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>ENCUESTAS</b>
3	42,38%	162
4	52,23%	200
5	5,39%	21
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>383</b>

## Tabulación, presentación y análisis de resultados de la prueba piloto

Tabulación, presentación y análisis de resultados

- **ENCUESTA DIRIGIDA A HOGARES DE BUCARAMANGA**

### PREGUNTA 1. ¿TIENE CASA PROPIA?

**Cuadro 6. Hogares con vivienda propia**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	264	69 %
NO	119	31 %
TOTAL	383	100 %

**Gráfica 3. Hogares con vivienda propia**



Un 69% de los hogares encuestados tienen vivienda propia, y un 31% vive en arriendo. Por lo tanto se muestra que la población objetivo en Bucaramanga posee vivienda propia con, éste resultado se puede concluir que es muy favorable porque se posee de un gran número de posibles clientes, ya que a la hora de invertir en

decoración y remodelación en su mayoría lo hace en sus casas no en las tomadas en arriendo.

**PREGUNTA 2. ¿CUANDO FUE LA ULTIMA VEZ QUE REDECORÓ O ARREGLÓ EL INTERIOR O FACHADA DE SU CASA?**

**Cuadro 7. Tiempo de la última decoración de su casa.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE	PROMEDIO
12 meses	42	11%	0,66
18 meses	61	16%	1,44
MAS DE 24 meses	280	73%	24
TOTAL	383	100%	26,1

**Gráfica 4. Tiempo de la última decoración de su casa.**



La periodicidad de los hogares encuestados de Bucaramanga para redecorar su casa es su mayoría el 73% es a más de dos años, en segunda opción esta el 16% en tiempo de año y medio y un 11% en un año de esta manera se puede concluir que la mayoría de los hogares realizan sus decoraciones en períodos a más de 2 años lo cual resulta favorable ya que los materiales a utilizar son alta calidad y larga duración y de esta se cumple con la expectativa.

**PREGUNTA 3. ¿CUÁLES SERÍAN LOS MOTIVOS PARA ARREGLAR O REDECORAR SU CASA?**

**Cuadro 8. Motivos para decorar su casa.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
DETERIORO	172	45 %
HACER REALIDAD UN DESEO FAMILIAR	73	19%
ESTAR ACTUALIZADO EN LAS NUEVAS TENDENCIAS DE DECORACION	138	36%
TOTAL	383	100%

**Gráfica 5. Motivos para decorar su casa.**



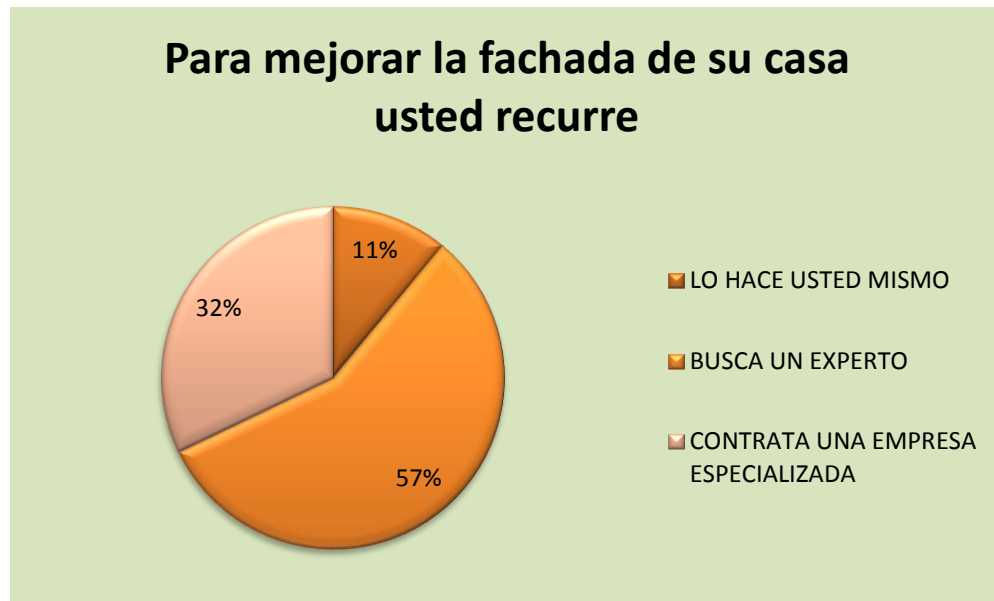
Dentro de los motivos que la población tiene para decorar su casa se encuentra en primera opción con un 45% por deterioro, con un 36% estar actualizado en las nuevas tendencias de decoración, como última opción 19% lo deciden por hacer realidad un deseo familiar. De esta manera se concluye que la población a la hora de invertir en construcción lo hace básicamente por una necesidad, lo cual se aprovecha para estar a la vanguardia de la moda.

**PREGUNTA 4. ¿CUÁNDO REQUIERE DE MEJORAR, REMODELAR O REDECORARLA SU CASA RECURRE A?**

**Cuadro 9. Para mejorar, remodelar o redecorar su casa usted recurre.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
LO HACE USTED MISMO	42	11%
BUSCA UN EXPERTO	218	57%
CONTRATA UNA EMPRESA ESPECIALIZADA	123	32 %
TOTAL	383	100%

**Gráfica 6. Para mejorar, remodelar o redecorar su casa usted recurre.**



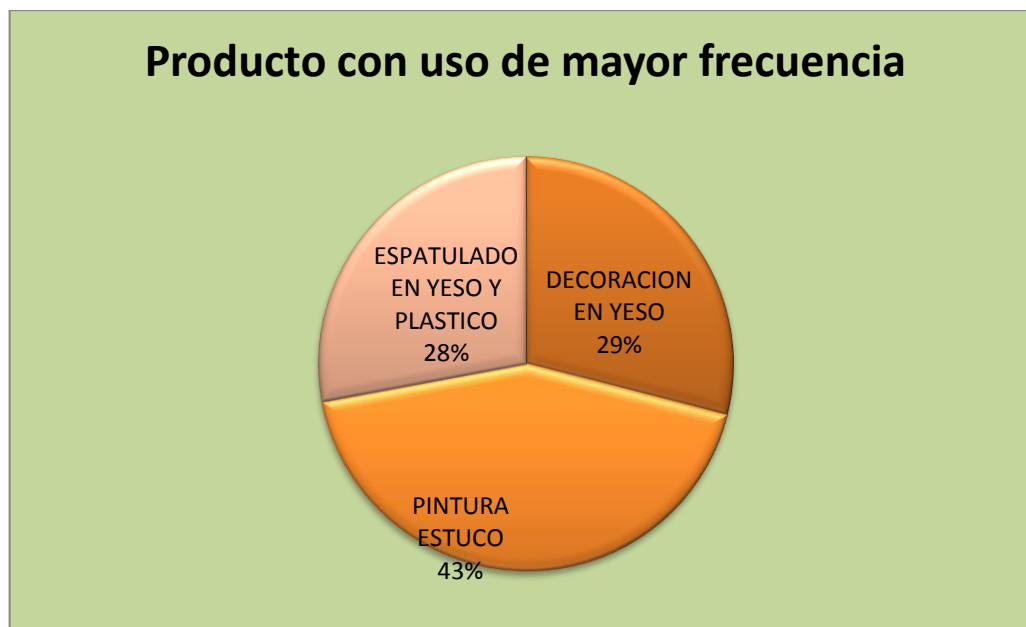
Dentro de las opciones que la población de Bucaramanga escogió para mejorar la fachada de su vivienda, en primer lugar con un 57% buscan un experto, como segunda alternativa el 32% contratan una empresa, en tercer lugar lo hace el propietario de la vivienda con un resultado de 11%, es por esto que resulta favorable ya que las dos opciones con mayor resultado son los servicios que se van a ofrecer.

**PREGUNTA 5. ¿CUÁL DE ESTOS PRODUCTOS O TÉCNICAS USARÍA CON MAYOR FRECUENCIA?**

**Cuadro 10. Producto con uso de mayor frecuencia. Uso de productos**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
DECORACION EN YESO	111	29%
PINTURA ESTUCO	165	43%
ESPATULADO EN YESO Y PLASTICO	107	28%
TOTAL	383	100%

**Gráfica 7. Producto con uso de mayor frecuencia.**



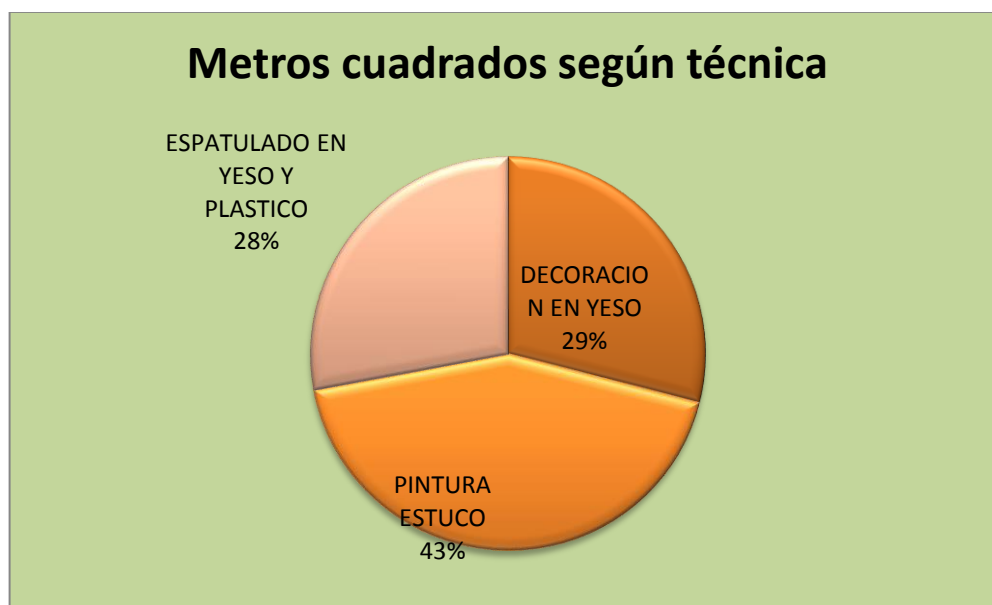
Dentro de los Productos que usa con más frecuencia la población se encuentra en primera opción con un 43 % pintura y estuco, como segunda opción decoración en yeso con un 29%, en tercera opción está el interés de espatulado con un 28%. Resultados que son favorables a este proyecto ya que estos productos serían los principales para el portafolio y en su mayoría se pueden utilizar en conjunto en un solo servicio.

**PREGUNTA 6. ¿CUÁNTOS METROS CUADRADOS DE CADA UNA DE ESTAS TÉCNICA COMPRARIA?**

**Cuadro 11. Metros cuadrados según técnica.**

TECNICAS	FRECUENCIA	METROS CUADRADOS	PORCENTAJE
DECORACION EN YESO	111	40	29 %
PINTURA Y ESTUCO	165	28	43%
ESPATULADO EN PLASTICO	107	42	28%
TOTAL	383		100%

**Gráfica 8. Metros cuadrados según técnica.**



Dentro del Producto que se compra con mayor frecuencia por metros cuadrados para la decoración de su vivienda como primera opción espintura y estuco con un 43%, como segunda opción decoración en yeso con un 29%, en tercera opción está el interés de usar el espatulado para decorar su vivienda con un 28%. Esto quiere decir que las tres opciones ofrecidas en el portafolio de servicios presentan un porcentaje equitativo lo cual se puede concluir productos viables para el proyecto.

**PREGUNTA 7. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS SERIA EL PRINCIPAL EN LA DECISIÓN DE DECORAR SU VIVIENDA?**

**Cuadro 12. Alternativa escogida en el momento de decorar su vivienda.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
GUSTO	141	37 %
PRECIO	77	20 %
MODA	165	43%
OTRO	0	0%
TOTAL	383	100%

**Gráfica 9. Alternativa escogida en el momento de decorar su vivienda.**



En el 43% de los encuestados se encontró en moda es el principal influyente a la hora de decorar su vivienda, sigue un 37% que lo hacen de acuerdo al gusto, un 20% a quienes les afecta en la parte económica, de esta manera se analiza que para poder llegar a los clientes se debe enfatizar en las nuevas tendencias (estar a la moda con diseños) ya que la moda es su principal interés.

**PREGUNTA 8. ¿CONOCE USTED EN BUCARAMANGA UNA EMPRESA QUE PRESTE LOS SERVICIOS DE DECORACION EN OBRA BLANCA?**

**Cuadro 13. Existencia de empresas dedicadas a decoración en obra blanca.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	130	34%
NO	253	66 %
TOTAL	383	100 %

**Gráfica 10. Existencia de empresas dedicadas a decoración en obra blanca.**



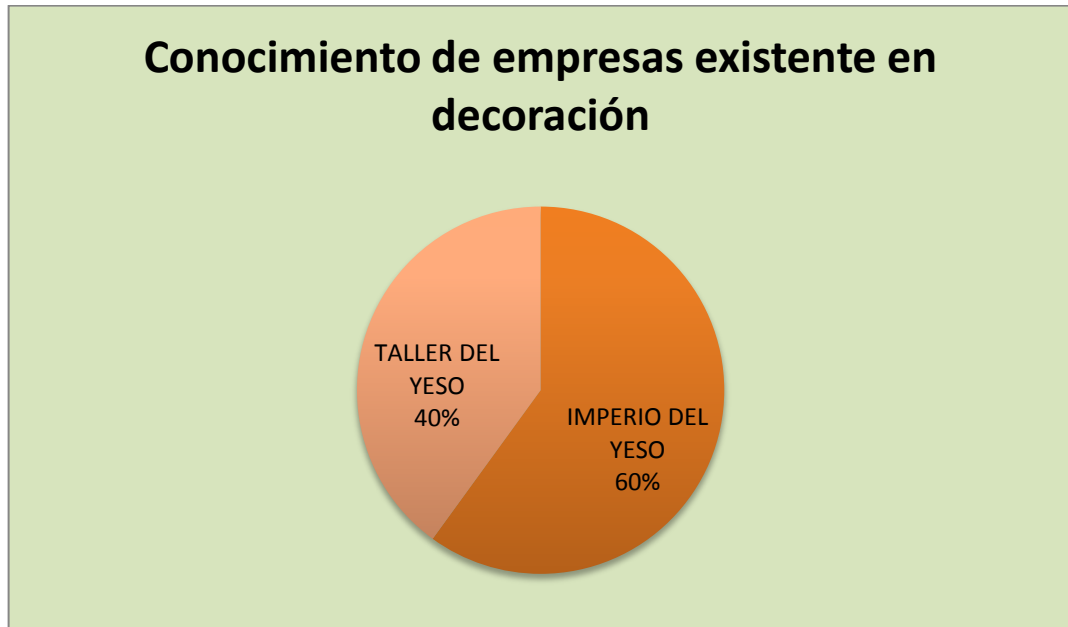
El 66% de los hogares encuestados no conoce empresas en Bucaramanga, dedicadas a la prestación del servicio de decoración en obra blanca, un 34% manifiesta que si conoce personas dedicadas a esta labor de manera independiente como algunos arquitectos, que incluso otras son contratadas, a través de amistades; pero no son empresas conformadas como tal para dicha actividad. Lo cual permite analizar que en Bucaramanga la decoración de obra blanca en un 100% no está siendo atendida por ninguna empresa.

**PREGUNTA 9. SI CONTESTO AFIRMATIVO MENCIONE LA EMPRESA.**

**Cuadro 14. Conocimiento de empresas existente en decoración**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
IMPERIO DEL YESO	78	60 %
TALLER DEL YESO	52	40%
TOTAL	130	100 %

**Gráfica 11. Conocimiento de empresas existente en decoración.**



El 60% de las personas encuestadas conocen a la empresa el IMPERIO DEL YESO, y el 40% restante a la empresa el TALLER DEL YESO, de este resultado se puede concluir que existe un amplio conocimiento en el mercado de una de las técnicas que se desea ofrecer, cabe resaltar que ninguna de estas dos empresas emplean las diferentes técnicas que DECORACIONES MUÑOZ ofrece en conjunto en su portafolio (espatulado, pintura y estuco).

**PREGUNTA 10. ¿HA UTILIZADO LOS SERVICIOS DE ALGUNO DE ELLOS?**

**Cuadro 15. Utilización de empresas dedicadas a la decoración de obra blanca.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	30	23 %
NO	100	77%
TOTAL	130	100 %

**Gráfica 12. Utilización de empresas dedicadas a la decoración de obra blanca.**



De los hogares encuestados, sólo el 23% de ellas ha utilizado su servicio. Un 77% aunque conoce personal dedicado a esta labor no han tomado la opción, puesto que muchas veces no existe la disponibilidad de las personas para ejecutar la labor, alternan su actividad con otros empleos y no tienen dedicación exclusiva a la decoración de obra blanca. Lo que favorece el proyecto.

**PREGUNTA 11. SI CONTESTÓ AFIRMATIVO LA PREGUNTA 10 CONTESTE LA SIGUIENTE PREGUNTA: ¿QUEDÓ SATISFECHO CON EL SERVICIO QUE LE PRESTARON?**

**Cuadro 16. Satisfacción del servicio tomado en decoración.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	26	87 %
NO	4	13%
TOTAL	30	100 %

**Gráfica 13. Satisfacción del servicio tomado en decoración.**



De los hogares que conocen alguna empresa o personal dedicado a la decoración que han tomado el servicio un 87% quedó satisfecho con el servicio, porque consideraron que se cumplió lo esperado por ellos. Un 13% no estuvo satisfecho.

**PREGUNTA 12. ¿UTILIZARÍA LOS SERVICIOS DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA DECORACIÓN DE OBRA BLANCA, (DECORACIÓN EN YESO, PINTURA, ESTUCO, ESPATULADO)?**

**Cuadro 17. Utilización de servicios de empresas decoradoras.**

OPCIONES DE RESPUESTAS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
SI	329	86 %
NO	54	14 %
TOTAL	383	100 %

**Gráfica 14. Utilización de servicios de empresas decoradoras.**



Un 86% de los encuestados manifestó que utilizaría los servicios de una empresa dedicada a la decoración de obra blanca, pues consideran que son profesionales en la rama y podrían crear nuevos y agradables ambientes en su vivienda, un 14% no utilizaría los servicios, algunos porque lo hacen ellos mismos y otros argumentan que presentan limitaciones presupuestales.

**2.4.3 Estimación de la demanda.** Para proyectar la demanda de la empresa de decoración de interiores, se parte del supuesto que la vida útil del proyecto es de cinco años y que según las necesidades arrojadas en el trabajo de campo la demanda está representada así:

Para este análisis se tomará como base el total de la demanda estimada que desean servicios de decoración en obra blanca, la proyección se realizará con índice de crecimiento del 1,4%, para proyectar la demanda de la empresa de decoración de interiores, se parte del supuesto que la vida útil del proyecto es de cinco años.

**Cuadro 18. demanda total**

hogares	Casa propia	Nueva empresa	Demanda total
168.928	69%	86 %	100.242

**Cuadro 19. demanda por metros cuadrados**

Demanda	técnica	M2	Demanda / m2
100.242	yeso	40	4.009.680
100.242	Pintura y estuco	58	5.814.036
100.242	espatulado	42	4.210.164
total			14.033.880

La demanda total para 26 meses que es el promedio de utilización del servicio de yeso.

$$\begin{array}{r}
 4.009.680 \longrightarrow 26 \text{ meses} \\
 x \quad \quad \quad \longrightarrow 12 \text{ meses} \quad = 8.687.640
 \end{array}$$

La demanda total para 26 meses que es el promedio de utilización del servicio de pintura y estuco.

$$\begin{array}{r}
 5.814.036 \longrightarrow 26 \text{ meses} \\
 x \quad \quad \quad \longrightarrow 12 \text{ meses} \quad = 12.597.078
 \end{array}$$

La demanda total para 26 meses que es el promedio de utilización del servicio de espatulado.

$$4.210.164 \xrightarrow{\text{26 meses}} \\ x \xrightarrow{\text{12 meses}} = 9.122.022$$

#### 2.4.4. Proyección de la demanda.

**Cuadro 20. Proyección de la demanda**

TECNICAS	DEMANDA TOTAL M2 POR AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
yeso	\$8.687.640	\$12.162.696	\$17.027.774	\$23.838.884	\$33.374.438	\$46.724.213
pintura y estuco	\$12.597.078	\$17.635.909	\$24.690.273	\$34.566.382	\$48.392.935	\$67.750.109
espatulado	\$9.122.022	\$12.770.831	\$17.879.163	\$25.030.828	\$35.043.160	\$49.060.424
totales	\$30.406.740	\$42.569.436	\$59.597.210	\$83.436.095	\$116.810.532	\$163.534.745

Según la estimación de la proyección de la demanda a cinco años en la ciudad de Bucaramanga es del 1,4%, informe de sostenibilidad de la ESSA.<sup>11</sup>

## 2.5 OFERTA O COMPETENCIA

Primero si fuese por fuentes primarias y requiera o se pueda hacer una investigación de mercados, deberá presentar los ítems correspondientes a

<sup>11</sup> GOOGLE. Tasa de la demanda en Bucaramanga <https://www.google.com.co/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=tasa+de+la+demand+en+bucaramanga+a+5+a%C3%B1os+en>

Necesidades de información, Ficha técnica, Tabulación y presentación de resultados de la competencia y Análisis de la Situación actual de la competencia.)

Segundo, si no es posible realizar la investigación de mercados de la competencia, presente, los ítems correspondientes a (Necesidades de Información, Análisis de la Situación actual de la competencia.)

El estudio de la oferta permite determinar la forma como se han atendido y se atenderán la demanda y la necesidad de la población objetivo con relación a la decoración de interiores y diseño en obra blanca de las viviendas.

**2.5.1. Necesidades de información.** Teniendo en cuenta la mayor información de la competencia se pueden concluir y tomar determinaciones para diseñar las estrategias que garanticen el éxito del servicio de obra blanca el mercado.

Para determinar características de la competencia se requiere conocer de un análisis DOFA, con la siguiente información:

- Información para conocer las empresas que ofrecen actualmente servicios de decoración en obra blanca
- Su ubicación, para analizar sus canales de distribución.
- Los precios que se manejan en el sector por la prestación de servicios
- Los diferentes servicios que ofrecen y analizar su portafolio de servicios para conocer las preferencias de los clientes.
- Su publicidad y mercadeo para identificar la manera objetiva como llegan al cliente y el sector.

**ANÁLISIS DOFA.** En la investigación realizada cabe resaltar que no existe una empresa que preste el servicio integral como decoraciones Muñoz lo busca hacer pero se analizaron 3 de las empresas que actualmente están posicionadas en la ciudad y ofrecen algunos de los servicios que se tienen incluidos y son la base del negocio como lo es la decoración en yeso.

**Figura 2. Logo de la competencia**



Fuente: CIUDAD GURU. Información el taller del yeso [en línea] disponible en: <http://www.ciudadguru.com.co/guru+empresas/el+taller+del+yeso-bucaramanga>

“hemos reunido los mejores instaladores y aplicadores para crear una empresa líder en la decoración de ambientes en general nos esforzamos para que nuestro trabajo sea de su mayor satisfacción”

CALLE-50#16-178-ESQUINA- SAN MIGUEL BUCARAMANGA- Santander (0057)  
Colombia

**EL IMPERIO DEL YESO.** El Imperio del yeso, empresa creada por Tarsicio Ramirez, dedicada a la construcción, reforma y decoración de hogares, oficinas y demás. Cr27 A 15-13 Andalucía/blanca.

**TODO EN ACABADOS.** Se hacen espatulados, decoración en yeso, pintura, plomería y electricidad. [jhonjerez28@hotmail.com](mailto:jhonjerez28@hotmail.com).

**2.5.2. Análisis de la Situación actual de la competencia.** La matriz del perfil competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa, los factores de un MPC incluyen cuestiones internas y externas; las calificaciones se refieren a las fuerzas y a las debilidades entre ellos.

Las empresas a evaluar serán: El imperio de yeso, El taller del yeso, Todo en acabados, se tendrán en cuenta factores básicos en una empresa como lo son la experiencia, tecnología y su portafolio o gama de servicios, su calificación se realizará de la siguiente forma

MALO= 1

REGULAR =2

BUENO = 3

**Cuadro 21. Matriz del perfil competitivo**

MATRIZ DEL PERFIL COMPETITIVO							
FACTORES CLAVES DEL ÉXITO	PONDERACION	TALLER DEL YESO		IMPERIO DEL YESO		TODO ACABADOS	
		CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO	CLASIFICACION	RESULTADO PONDERADO
GAMA DE SERVICIOS	0,4	2	0,8	3	1,2	3	1,2
CALIDAD	0,4	2	0,8	2	0,8	2	0,8
TECNOLOGIA	0,1	1	0,1	3	0,3	2	0,2
EXPERIENCIA	0,1	3	0,3	3	0,3	1	0,1
TOTAL	1		2		2,6		2,3

Finalizada la calificación se pudo analizar que como mayor competencia para **DECORACIONES MUÑOZ** sería el imperio del yeso ya que es la empresa que más se aproxima a los servicios que se van a ofrecer y es una empresa que cuenta con una experiencia muy amplia en el mercado con reconocimiento en la ciudad.

### **TALLER DEL YESO**

#### **FORTALEZAS**

- Tienen experiencia sobre el comportamiento del mercado de la ciudad.
- Está constituido desde hace varios años, experiencia y antigüedad.
- Está posicionado en la ciudad de Bucaramanga ya posee un reconocimiento
- Ofrece a sus clientes grandes facilidades de pago.

## **DEBILIDADES**

- No, ofrece servicio de asesoría integral en la decoración de interiores, sólo sugiere que tipo o estilo de accesorio en yeso quedaría de acuerdo al lugar en que el cliente desea ubicarlo, algunas veces se sugiere el color que debe llevar la pared pero no comercializa pinturas ni presta la asesoría completa.
- No ofrecen garantía por los trabajos, ya que los venden sin la instalación.

## **AMENAZAS**

- Competir sin una estructura organizacional compuesta por profesionales en áreas de decoración.
- No contar con un portafolio con amplios opciones de diseños

## **IMPERIO DEL YESO.**

## **FORTALEZAS**

- Avanzada experiencia en el mercado, posicionados por muchos años.
- Ofrecen gran variedad de diseños en decoración de yeso.
- Tiene un amplio conocimiento de la actividad comercial y maneja amplias bases de datos de sus clientes potenciales.
- Ofrece a sus clientes grandes facilidades de pago.
- Maneja una amplia cartera.

## **OPORTUNIDADES:**

Como oportunidades ante esta gran competencia se encuentra en que si ofrece gran variedad en la decoración en yeso pero en decoraciones muñoz este sería uno de los productos a ofrecer así que deja como oportunidad no solo competir

con los diseños en yeso sino con otras técnicas como la pintura, estuco entre otros.

## **DEBILIDADES**

- A pesar de llevar tanto tiempo en el mercado no han explotado el potencial que tienen y no amplían su portafolio de servicios.
- Su asesoría no es personalizada.
- Su cartera la tienen dirigida a grandes empresas dejando de un lado a clientes minoristas.

## **AMENAZAS**

- Suficiente recurso humano calificado para las diferentes técnicas que ofrecen.
- Tienen experiencia sobre el comportamiento del mercado de la ciudad.
- Están posicionados en la ciudad de Bucaramanga ya poseen un reconocimiento
- Manejan una amplia cartera.

## **TODO EN ACABADOS**

## **FORTALEZAS**

- Avanzada experiencia en el mercado.
- Ofrecen gran variedad de diseños en decoración de yeso, pintura, estuco.
- Tiene un amplio conocimiento de la actividad comercial.
- Ofrece asesoría personalizada.

## **OPORTUNIDADES:**

Con esta empresa competencia se puede analizar que en cuanto al portafolio de servicios si sería competidor directo porque ofrece diferentes técnicas a las que ofrecería **DECORACIONES MUÑOZ**.

## **DEBILIDADES**

- A pesar de llevar tanto tiempo en el mercado no ha explotado el potencial que tiene y no se ha posicionado como empresa. Así que para contactarlo es más difícil.
- No cuenta con la capacidad para la satisfacción de la necesidad de la demanda insatisfecha en la ciudad de Bucaramanga ya que es una sola persona y se pone en duda su responsabilidad en tiempo de entrega, confiabilidad y reconocimiento.

## **AMENAZAS**

- No cuenta con la capacidad para la satisfacción de la necesidad de la demanda insatisfecha en la ciudad de Bucaramanga ya que es una sola persona.
- Ofrecer garantía con tan poca capacidad no sería muy rentable para el cómo empresa.

## **2.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.**

La comparación de la demanda actual con la oferta permite hacer una estimación de la demanda insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha se tiene en cuenta la información recolectada en la investigación de mercados, pues actualmente existen empresas de mejoramiento de fachadas, conformadas como tal pero ellas no prestan todos los servicios en conjunto como **DECORACIONES MUÑOZ** que tiene un amplio portafolio y por ello no se presenta competencia.

Por ello, se toma la información relacionada con el deseo de tomar el servicio de una empresa dedicada a la decoración de interiores y el conocimiento del personal

que esporádicamente realiza esta labor. En ese orden de ideas la demanda actuales del 87%, que han tomado el servicio y quedaron satisfechos porque consideraron que se cumplió con lo esperado. El 13% no estuvo satisfecho. Por lo tanto:

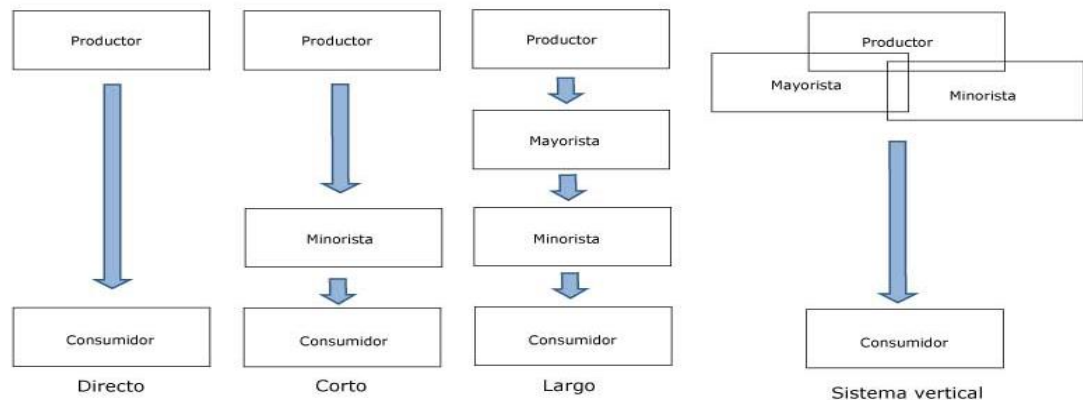
$$14.033.880 \text{ (demanda total)} \times 13\% = 1.824.404 \text{ M}^2$$

Entonces la demanda insatisfecha es de **1.824.404 M<sup>2</sup>**.

## 2.7. CANALES DE COMERCIALIZACION

### 2.7.1. Estructura de los canales actuales

**Figura 3. Tipos de canales de distribución**



**Tipos de canales de distribución**

**Minorista** (detallista): intermediario dedicado a las actividades de venta directa a los consumidores.

**Mayorista**: intermediario dedicado a actividades de venta a minoristas o a consumidores industriales

Fuente: Compartiendo conocimiento. Tipos de canales de distribución [en línea] disponible en: [compartiendoconocimiento.com](http://compartiendoconocimiento.com)

### 2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales

**CANALES DE COMERCIALIZACION.** En el estudio de comercialización se tendrán en cuenta las formas previstas para hacer llegar los productos y servicios al usuario final.

**DISTRIBUCION CORTA.** Actividades de las personas o establecimientos que venden a los detallistas a otros comerciantes.

## **VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

- Las actividades de los minoristas a favor de sus clientes
- Reagrupan los bienes
- Proveen sus necesidades
- Conservan las existencias
- Conceden créditos
- Proporcionan información

**DISTRIBUCION DIRECTA.** Es el sistema por el cual la empresa llega al mercado con sus productos por medio de sus propios recursos y organización en el mercado.

## **VENTAJAS Y DESVENTAJAS**

- Personal preparado
- Control directo
- Imagen intachable
- Relación comercio-consumidor
- Sistema de comunicación
- Alta inversión en activos
- Alto esfuerzo administrativo

**DISTRIBUCION CANAL LARGO.** Es la que está integrada por el fabricante, mayorista para llegar al consumidor final con los productos que ellos fabrican a la empresa.

## VENTAJAS Y DESVENTAJAS

- Satisface las necesidades de pequeños detallistas
- Revenden los productos en función de la capacidad de compra de los detallistas
- Sus horarios dan mejor oportunidad de compra
- Es un complemento necesario de la comercialización
- Manejo de sus propios recursos

**2.7.3. Selección de los canales de comercialización.** Para los canales de comercialización de la empresa de decoración de interiores, se analizan dos procesos el de la asesoría y el de los productos complementarios.

- **Asesoría.** En el caso de asesoría en decoración y mantenimiento de fachadas se utiliza el canal directo, de esta manera se llega directamente al consumidor final dando una atención personalizada, mejor servicio, que garantiza la satisfacción del cliente.

**Figura 4. Canales de comercialización para el servicio de asesoría.**



## 2.8. PRECIO

**2.8.1. Análisis de precios.** Para la fijación del precio se tendría en cuenta aspectos como los costos, la demanda y la oferta del servicio, lo cual se determinará de acuerdo al estudio técnico.

Frente a la fijación de precios para penetrar el mercado en este caso, es recomendable iniciar con un precio relativamente bajo, teniendo en cuenta que cubra los costos y asegure un margen de utilidad esperado. El fin de esta estrategia es incursionar en el mercado para generar una aceptación del servicio un volumen considerable de ventas.

También es necesario analizar los precios que maneja la competencia para poder llegar a ser más competitivos dentro de las empresas más reconocidas en la ciudad de Bucaramanga se destaca EL IMPERIO DEL YESO quien maneja los siguientes precios:

- YESO (CORNISA):\$8.000 por m<sup>2</sup>
- ESPATULADO : \$ 15.000 por m<sup>2</sup>
- PINTURA Y ESTUCO : \$ 5.000 por m<sup>2</sup>

**2.8.2. Estrategias de fijación de precios.** Para la política de fijación de precios, se estiman los siguientes métodos existentes para su determinación:

- **Costo total más utilidades deseadas.** Estimando el cálculo de acuerdo con los costos incrementando el respectivo porcentaje de la ganancia que se espera obtener.
- **Precio promedio de los productos de la competencia.** Es importante establecer tanto los precios mínimos y máximos como también realizar estimaciones de valores máximos y mínimos probables de los precios y analizar a través de la elasticidad o de la curva de demanda, como serán estos valores en el futuro, estableciendo el precio real para cada producto, teniendo en cuenta el mercado objetivo, el cual espera ser atendido porque existe una necesidad que otros no han satisfecho; para ello se tiene como base el precio del servicio en la competencia actual, el cual sirve como referencia porque existe un mercado que fija los parámetros mínimos y máximos donde se debe situar el precio del bien, con ello se quiere lograr que el precio del producto sea

justo y la estructura de costos no sufra pérdidas; de esta forma la empresa va a ser competitiva, ajustándose a los requerimientos del cliente.

## **2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION**

### **2.9.1. Objetivos (Informar, Persuadir, Recordar)**

- Dar a conocer la empresa de decoración de interiores y sus productos, complementarios, mostrando los beneficios para que el consumidor sienta el interés de adquirirlo satisfaciendo una necesidad que no está siendo atendida.
- Crear una buena imagen de la organización.
- Presentar una alternativa asequible a los consumidores del servicio.
- Concientizar a los clientes potenciales de la gran oportunidad que le brinda la empresa de decoración de interiores en Bucaramanga, por su precio, creatividad y disponibilidad del producto.
- Lanzar una campaña publicitaria que le permita a la empresa darse a conocer, de tal forma que identifiquen su nombre, logotipo, lema, los servicios y productos ofrecidos.
- Ofrecer garantías por los productos y los servicios prestados a un determinado tiempo.

**2.9.2. Logotipo (Explicado).** Se utiliza el apellido **MUÑOZ** porque pertenece a una idea creada por esta familia quien actualmente se dedica a la decoración de interiores y es por medio de esta empresa que se busca formalizar su empleo.

La corona significa el máximo reconocimiento, que es lo que se busca obtener con la prestación de los servicios. Esta corona está conformada por diversas figuras lo cual significa las diferentes técnicas: Decoración en yeso, Estuco, Espatulado en yeso, plástico y pintura que se van a emplear, de fondo se puede observar que su base está sobre la técnica de yeso otra de las técnicas y quizá la más atractiva del portafolio de servicios que vamos a ofrecer.

**Figura 5. Logo de la empresa**



TU LO PIDES, NOSOTROS LO CREAMOS

**2.9.3. Slogan (Explicado).** El lema de la empresa es “TU LO PIDES, NOSOTROS LO CREAMOS”. Significa de darle la opción al cliente de llevar una idea a la realidad la prioridad es el deseo del cliente, no se busca imponer pero si asesorar para obtener el resultado esperado por el cliente.

**2.9.4. Análisis de medios.** Los medios publicitarios encontrados en Bucaramanga para dar a conocer las empresas son diversos en los cuales se encuentran:

- **Prensa escrita.** Mediante avisos publicitarios de lunes a sábado se encuentran diversos periódicos en la región, el más conocido de todo es Vanguardia Liberal.
- **Radio.** Por medio de pautas comerciales en una emisora de amplia audiencia local y regional se encuentran emisoras en a.m. y f. m.
- **Portafolios de Servicio, pasacalles y volantes.** Se realiza publicidad por medio de pasacalles, volantes y presentación de los servicios y productos a ofrecer por la nueva empresa.
- **Vallas publicitarias móviles y musicales.** Pasar con el logotipo de la empresa a crear, llamando la atención con música y diversos colores en la ciudad de Bucaramanga y su zona de influencia dando a conocer el servicio.
- **Televisión.** En Bucaramanga se cuenta con un canal que es reconocido a nivel regional, el canal TRO de audiencia y reconocimiento en la ciudad.

- **Tarjetas de presentación.** Es una publicidad donde se da a conocer el nombre de la empresa, a que se dedica, la dirección, el teléfono, de tamaño relativamente pequeño que sirva para guardarse en carteras y billeteras a la mano del consumidor final.

**2.9.5. Selección de medios.** De acuerdo con el tipo de servicio y el mercado objetivo se han seleccionado los siguientes medios:

- Prensa.
- Radio (emisoras más escuchadas)
- Tarjetas de presentación: convencionales, en STICKERe IMAN.
- Página Web
- Redes sociales (Facebook, twitter, Instagram)

**2.9.6. Estrategias Publicitarias.** Como estrategia publicitaria de lanzamiento se utilizan las siguientes:

- Un aviso publicitario de 10 por 2 columnas, en el medio Vanguardia Liberal, en la página regional, el cual sale publicado el domingo anterior al lanzamiento.
- Una cuña radial en la emisora los 40 principales las cuales empiezan a pautar con 30 días de anterioridad al lanzamiento, con una duración de 20 segundos y una frecuencia de cuatro cuñas diarias.
- Tres avisos publicitarios a través de pasacalles de fondo blanco y que dé a conocer la empresa **DECORACIONES MUÑOZ**, el fin con que ha sido creada, su respectiva dirección y teléfono; con medidas de 6 metros por 0.75 metros, ubicados en los sitios de mayor afluencia de público y estratégicos de la ciudad.
- Anuncios por las redes sociales.
- **EVENTO:** Como evento del lanzamiento de decoraciones muñoz se busca que la empresa perdure en la mente del público durante y después del evento.
- Elegir una fecha ideal en un futuro cercano, pero real para poder organizar para llegar a tiempo con todos los detalles se hará dentro de los primeros

días de la apertura de la empresa. Se invitará a las familias de hogares 3,4 ,5 y medios publicitarios para que estén en el cubrimiento de todo el evento.

- **Locación** Se realizará en el mismo lugar donde estará la empresa para que así los invitados conozcan de cerca lo que se quiere presentar y promocionar. De esta manera podrán llevarse su impresión personal del lugar y se creará un reconocimiento de donde se va estar ubicado.
- **Actividades** se realizará la presentación formal de la empresa explicando sus servicios y se ofrecerá un cóctel acompañado de un grupo musical para amenizar la reunión como agradecimiento por la atención prestada.

**2.9.7. Presupuesto de publicidad y promoción.** Para esta parte del proyecto los rubros estimados, se presentan con base en las cotizaciones solicitadas las cuales se encuentran en el anexo.

**2.9.7.1 De lanzamiento.** Esta publicidad se halla estimada a realizar el primer mes de la puesta en marcha, la cual asciende a un valor de\$2.150.00. Sus valores se detallan así:

**Cuadro 22. Presupuesto publicidad de lanzamiento.**

PUBLICIDAD	PERIODO	CANTIDAD	TOTAL
PRENSA	DIAS DOMINGOS	1 AVISO DE 10CM X 2 COL	240.000
RADIO	PRIMER MES	3 CUÑAS DIARIAS	200.000
PASACALLES	3 EN EL PRIMER MES	3 UNIDADES	250.000
REDES SOCIALES	CONSTANTE	MENSUAL	50.000
EVENTO	8:00 PM A 12:00	UN DIA	1.300.000
TOTAL			2.150.000

**2.9.7.2 De operación.** Para continuar y mantener en el mercado la imagen de la empresa y generar recordación en el cliente objetivo se utilizan las siguientes estrategias publicitarias de operación:

Tarjetas de presentación. Se timbran el número mínimo que producen las tipografías que es de 1.000 tarjetas con el logotipo, eslogan, descripción del servicio prestado y el nombre del gerente o representante legal.

### Cuadro 23. Presupuesto publicidad de operación

PUBLICIDAD	PERIODO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
PRENSA	MENSUAL AÑO 1	1 AVISO DE 10CM X 2 COL (60.000)LOS DOMINGOS	240.000	2.880.000
REDES SOCIALES	MENSUAL AÑO 1	MENSUAL (50.000)	\$50.000	600.000
TARJETAS DE PRESENTACION	ANUAL AÑO 1	2000 TARJETAS	\$13.333	160.000
TOTAL			303.333	3.640.000

### 2.10. RESULTADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Una vez realizado el estudio de mercados se pudo concluir que desde el punto de vista del mercado el proyecto es viable dado que: existe una población del 86% de familias de los estratos 3, 4, y 5 que están interesadas en contratar los servicios de decoración y diseños de fachadas para sus viviendas.

En cuanto a la oferta en Bucaramanga, se pudo determinar que actualmente no existe una oferta de este servicio ya que estos servicios actualmente se encuentran segmentados y no en conjunto como se busca ofrecer, cabe resaltar que las empresas que prestan alguno de ellos son reconocidas y llevan bastante tiempo en el mercado. Así mismo se puede identificar que la principal competencia la conforma **EL IMPERIO DEL YESO** empresa legalmente constituida en un 100% lo cual resulta favorable ya que significa que este servicio es de gran aceptación en el mercado.

Del mercado estudiado se encontró que el gusto y la aceptación por la técnica de decoración en yeso es de un 29%, estuco y pintura de 43% y la de espatulado en yeso y plástico de un 28% resultados favorables ya que existe aceptación por las diferentes técnicas lo cual significa que se tienen diferentes opciones y alternativas para los clientes, también se pudo analizar que a la hora de redecorar la casa en un su mayoría se dejan llevar por la moda con un resultado del 43% lo cual resulta

favorable indicando que se debe estar a la vanguardia siendo creativos con las propuestas a ofrecer ya que la primera impresión será conclusiva para la venta.

Según encuesta aplicada de los hogares que conocen alguna empresa o personal dedicado a la decoración que han tomado el servicio un 87% quedó satisfecho con este , porque consideraron que se cumplió lo esperado por ellos y un 13% no estuvo satisfecho. Se concluye entonces que el 86 % de los encuestados aceptaría la ida de negocio y emplearía a la empresa en sus futuros proyectos.

### 3. ESTUDIOTÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El estudio técnico, tiene en cuenta la determinación del tamaño del proyecto en cantidades de servicios, la capacidad diseñada, instalada y proyectada; además de la localización, descripción técnica del proceso, control de calidad y recursos requeridos entre otros.

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** Se define la capacidad de producción durante la vigencia del proyecto.

Se refiere a cuánto es el volumen óptimo de producción durante un determinado período de tiempo, la solución óptima está dada por los factores que condicionan el tamaño del proyecto. La finalidad es la de obtener la más alta rentabilidad menores costos para mayores beneficios en cada una de las diferentes técnicas como se plantea en la capacidad instalada:

En decoración en yeso para un periodo de trabajo de un año (3.780 horas) es equivalente a la producción de 3.385 metros cuadrados.

En estuco y pintura para un periodo de trabajo de un año (3.780 horas) es equivalente a la producción de 4.536 metros cuadrados.

En espatulado para un periodo de trabajo de un año (3.780 horas) es equivalente a la producción de 3.024 metros cuadrados.

Para un total de 11.340 horas de producción equivalentes a 10.945 metros cuadrados al año.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.** Para determinar el tamaño del proyecto se tienen en cuenta los siguientes factores:

**3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda.** La demanda es uno de los factores más importantes para calcular el tamaño de un proyecto, debido a que dependiendo de la demanda efectiva 14.033.880 M<sup>2</sup> se plantea el montaje técnico de la empresa; más aún si se tiene en cuenta que Bucaramanga no existe una empresa de decoración de interiores los servicios que nosotros estamos implementando y la demanda del servicio es alta.

**3.1.2.2 Tamaño del proyecto y los suministros e insumos.** Los suministros e insumos necesarios para la prestación del servicio de la asesoría como tal son muy pocos debido a que realizado el diseño se entrega impreso de tal forma que lo que se va a requerir es papelería.

Si el cliente decide además de la asesoría contratar servicio de decoración en yeso, espatulado en yeso y plástico, estuco o pintura entre otros. La consecución de estos recursos no es una limitante para la determinación del tamaño del proyecto dado que se encuentra con facilidad y a buenos precios en Bucaramanga.

**3.1.2.3 Tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.** La incidencia de la tecnología en el tamaño del proyecto, es fundamental, ya que el proceso de la asesoría no sólo se diseña y se entrega impreso, la empresa **DECORACIONES MUÑOZ.**, da la oportunidad al cliente a través de un programa especial de visualizar como se va a ver su casa y desea cambiar el color o la forma lo puede hacer. Es importante, en materia de tecnología contar con un software de decoración y un equipo con especificaciones de buena memoria y disco duro con gran capacidad.

**3.1.2.4 El tamaño del proyecto y la localización.** La localización de la empresa tendrá lugar en el barrio Álvarez puesto que allí se encuentra la mayoría de estratos a los cuales vamos a dirigir.

**3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento.** La financiación del proyecto se dará mediante recursos propios por parte de los socios que pondrán en marcha la realización de la idea.

**3.1.2.6 Tamaño y recurso humano.** El recurso humano no es una limitante para el tamaño del proyecto, ya que el personal requerido para la operación administrativa y de diseño de alta especialidad, se puede conseguir en Bucaramanga, además en la región existe gran cantidad de mano de obra calificada

en la construcción en los casos que el cliente quiera contratar el servicio integral para la buena marcha del proyecto, lo que hace fácil las contrataciones del personal.

### 3.1.3 Capacidad del proyecto

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio.** Está determinada por la cantidad máxima de servicios realizados en un momento determinado, con base en los recursos con los que cuenta la empresa, refiriéndose principalmente a maquinaria y equipo e instalaciones físicas. Para la empresa de decoración de interiores la unidad es de asesorías anuales.

**3.1.3.2 Capacidad diseñada.** La empresa cuenta con tres operarios, 3 turnos, trabajando 8 horas ,7 días a la semana y 52 semanas al año Para lo anterior se parte de los siguientes criterios:

Número de operarios: 3  
 Número de turnos: 3  
 Tiempo laboral por turno: 8 horas  
 Días laborales por semana: 7 días  
 Semanas al año: 52 semanas.

3 operarios x 3 turnos x 8 horas x 7 días x 52 semanas= 26.208 horas/año.  
 26.208 x 60 min = 1.572.480 minutos en el año.

#### Cuadro 24. Capacidad diseñada

Técnica de revestimiento	Tiempo laboral h/año	Tiempo laboral min/año	Tiempo por m2 (minutos)	Total m2 al año
yeso	8.736	524.160	67	7.823
estuco	8.736	524.160	50	10.483
espatulado	8.736	524.160	75	6.988
Totales	26.208	1.572.480		25.294

**3.1.3.3 Capacidad instalada.** Para lo anterior se parte de los siguientes criterios:

Número de operarios: 3

Número de turnos: 2

Tiempo laboral por turno: 7.5 horas en promedio menos 30 min de tiempo ocioso

Días laborales por semana: 6 días

Semanas al año: 52 semanas sin festivos-10dominicales

Total semanas: 42

De acuerdo con lo anterior se tiene: 3 operarios x 2 turnos x 7.5 horas x 6 días x 42 semanas= 11.340 horas/año.

11.340 x 60 min = 680.400 minutos en el año.

**Cuadro 25. Capacidad instalada**

Técnica	Tiempo laboral h/año	Tiempo laboral min/año	Tiempo por m2 (minutos)	Total m2 al año
yeso	3.780	226.800	67	3.385
estuco	3.780	226.800	50	4.536
espatulado	3.780	226.800	75	3.024
Totales	11.340 horas	680.400 min		10.945

**3.1.3.4 Capacidad real o utilizada y proyectada.** Para lo anterior se parte de los siguientes criterios:

Número de operarios: 1

Número de turnos: 1

Tiempo laboral por turno: 8 horas menos tiempo ocioso de 30 min= 7.5 horas

Días laborales por semana: 6 días.

Semanas al año= 42 semanas.

De acuerdo a lo anterior se tiene:1 operario x 1 turno x 7.5 horas x 6 días x 42 semanas= 1.890 horas/año

5.670 horas x 60 min = 113.400 minutos en el año.

**Cuadro 26. Capacidad real o utilizada y proyectada**

Técnica	Tiempo laboral h/año	Tiempo laboral min/año	Tiempo por m2 (minutos)	Total m2 al año
yeso	630	37.800	67	564
estuco	630	37.800	50	756
espatulado	630	37.800	75	504
Totales	1.890 horas/año	113.400 minutos		1.824

**Cuadro 27. Resumen por técnicas**

técnicas	capacidad instalada	capacidad utilizada	% capacidad instalada respecto a la utilizada
yeso	3.385	564	17%
Pintura y estuco	4.536	756	16%
espatulado	3.024	504	17%
total	10.945	1.824	1

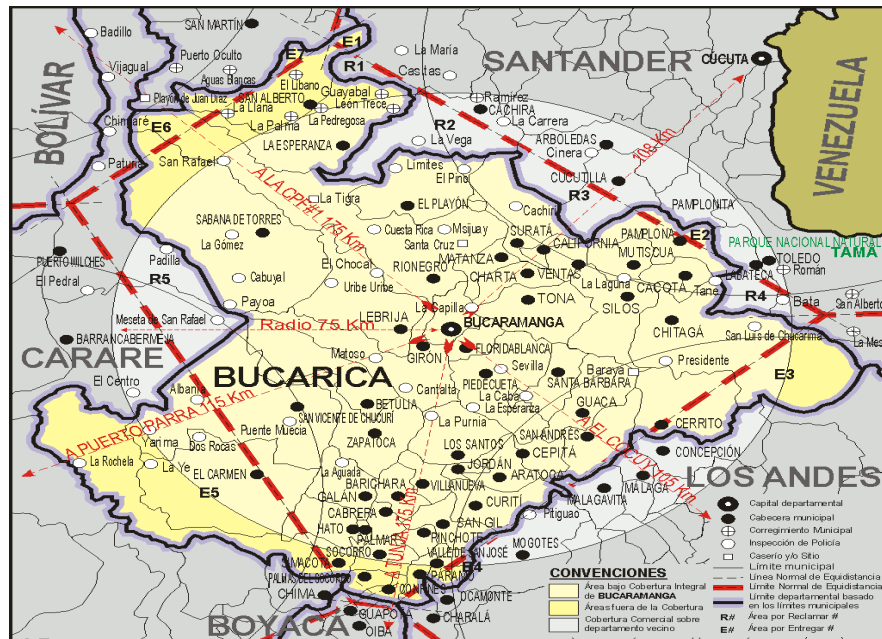
**Cuadro 28. Capacidad proyectada a 5 años**

Técnicas	capacidad instalada	% capacidad instalada respecto a la utilizada	capacidad utilizada	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Yeso	3.385	17%	564	789,6	1105,44	1547,62	2166,66	3033,33
Pintura y estuco	4.536	16%	756	1058,4	1481,76	2074,46	2904,25	4065,95
Espatulado	3.024	17%	504	705,6	987,84	1382,98	1936,17	2710,63
Total	10.945	1	1.824	2.554	3.575	5.005	7.007	9.810

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macro localización (Geográfica).** La empresa de DECORACIONES MUÑOZ objeto de este estudio se efectuará en el departamento de Santander, ciudad de Bucaramanga.

**Figura 6. Localización geográfica Santander**



Fuente: GOOGLE [en línea] disponible en [https://www.google.com.co/search?q=Localizaci%C3%B3n+geogr%C3%A1fica+Santander&biw=1280&bih=699&es\\_sm=93&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=FMMy2VKbmA62asQTho4CABw&ved=0CAYQ\\_AUoAQ#imgdii=\\_&imgrc=cPizif60C3E3tM%253A%3Bz02k90AnpimMtM%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%252F-FuA-w5iB5nM%252FU\\_aUHPLV8GI%252FAAAAAAAAAAADO%252FcdnVbFlj0yk%252Fs1600%252Fmaa.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fisneidymarcela.blogspot.com%252F2014\\_08\\_01\\_archive.html%3B1027%3B1065](https://www.google.com.co/search?q=Localizaci%C3%B3n+geogr%C3%A1fica+Santander&biw=1280&bih=699&es_sm=93&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=FMMy2VKbmA62asQTho4CABw&ved=0CAYQ_AUoAQ#imgdii=_&imgrc=cPizif60C3E3tM%253A%3Bz02k90AnpimMtM%3Bhttp%253A%252F%252F4.bp.blogspot.com%252F-FuA-w5iB5nM%252FU_aUHPLV8GI%252FAAAAAAAAAAADO%252FcdnVbFlj0yk%252Fs1600%252Fmaa.gif%3Bhttp%253A%252F%252Fisneidymarcela.blogspot.com%252F2014_08_01_archive.html%3B1027%3B1065)

**3.2.2 Micro localización** (Tener en cuenta el POT, si no existe, consultar con planeación municipal y la reglamentación de uso del suelo) Utilización de Método cualitativo por puntos, determinar el sitio óptimo.

Para el punto de servicio son necesarios aproximadamente 16 metros cuadrados en total para llevar a cabo el proyecto. Para el área administrativa.

Los posibles puntos de localización son: BUCARAMANGA: cabecera, mejoras públicas, Sotomayor, san francisco, centro, ciudadela.

De acuerdo a los análisis posteriores se hace una preselección de la localización de la empresa con base a los posibles lugares de ubicación de la misma, Bucaramanga es una ciudad muy comercial destacándose en el mercado del calzado, joyería y universidades. Los puntos pre seleccionados en la posible localización, fueron escogidos por factores económicos, sociales y por el tráfico peatonal y vehicular; cada uno de estos lugares será evaluado y medido por factores verdaderamente relevantes para la toma de decisión final de la ubicación.

Se aplicó un filtro a la preselección descrita, teniendo en cuenta los factores económicos, sociales, tráfico peatonal y vehicular, identificando los dos puntos más estratégicos para el tipo de mercado de la empresa según el filtro los puntos más óptimos en Bucaramanga son; Barrio Álvarez (Entre las calles 32 - 35 y las carreras 37 – 46).

Es un sector llamativo por la gran variedad de comercio y gran incursión del gremio de acabados y decoración; la competencia en el sector es llamativa debido a que es una zona económica y su estrato es 3, para el funcionamiento de la actividad económica de la **DECORACIONES MUÑOZ** es viable de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial (POT). Es una excelente vitrina para incursionar con el producto, brinda seguridad y buenas vías de acceso; mejoras públicas (Entre las calles 29<sup>a</sup> – 36 y las carreras 27 – 32).

Es un sector bastante interesante por las cercanías al gremio de decoración y acabados, sus costos son aceptables por ser un estrato no muy alto (Estrato 4).

Para el funcionamiento de la actividad económica de **DECORACIONES MUÑOZ** es viable de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial (POT), Es un excelente punto de comercialización dado que a sus alrededores se ubican gran cantidad de negocios dedicados al arte de la decoración. Ofrece vías en excelente estado y con gran cantidad de tráfico, lo que se convierte en una gran ventaja pues visualmente es más fácil de generar un conocimiento de la empresa.

**Cuadro 29. Método de ponderación**


ELEMENTO	P (%)	A	P	B	P
Accesos a mercados	40	5	200	5	200
Vías de acceso	20	4	80	5	100
Transporte	6	5	30	4	24
Servicios públicos	2	5	10	3	6
Seguridad del sector	12	4	32	4	32
Costos del sector	20	5	100	3	60
	<b>100</b>		<b>452</b>		<b>422</b>

La ponderación de cada factor porcentual, se establece de acuerdo a las necesidades de este tipo de actividad económica. **DECORACIONES MUÑOZ** requiere de un gran acceso a los mercados, pues ello facilitaría el flujo de clientes o posibles compradores por su alta fluencia comercial. Con base a la información proporcionada por el cuadro anterior, se determinó que el lugar más conveniente para localizar el presente proyecto es A, es decir, el Barrio Álvarez, pues posee la mayor calificación.


### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 3.3.1 Ficha técnica del producto – POR LÍNEA DE PRODUCTO O SERVICIO


**Cuadro 30. Ficha técnica de decoración en yeso**

servicio principal	Servicio de Asesoría y diseño para decoración interiores y exteriores en yeso, para viviendas en la ciudad de Bucaramanga.
Diseño	
Especificaciones técnicas	Servicio completo de asesoramiento, instalación y revestimientos de paredes y techos interiores con materiales de alta calidad, resistentes, novedosos, duraderos. Ofreciendo garantía, cumplimiento y calidad con remodelaciones novedosas que presentan ventajas y cualidades para los hogares de Bucaramanga.
Empaque	No aplica
Vida útil	Los materiales utilizados para la decoración de interiores son de alta durabilidad y resistencia. En promedio cada cinco años se realizan la remodelación y cambio de estos diseños según el gusto y preferencia de los clientes.

**Cuadro 31. Ficha técnica de estuco y pintura**

Producto principal	Servicio de Asesoría y diseño para decoración interiores y exteriores en estuco y pintura, para viviendas en la ciudad de Bucaramanga.
Diseño (fotos, dibujo, imagen)	
Especificaciones técnicas	Servicio completo de asesoramiento, instalación y revestimientos de paredes y techos interiores con materiales de alta calidad, resistentes, novedosos, duraderos. Ofreciendo garantía, cumplimiento y calidad con remodelaciones novedosas que presentan ventajas y cualidades para los hogares de Bucaramanga.
Empaque	No aplica
Vida útil	Los materiales utilizados para la decoración de interiores son de alta durabilidad y resistencia. En promedio cada cinco años se realizan la remodelación y cambio de estos diseños según el gusto y preferencia de los clientes.

**Cuadro 32. Ficha técnica de espatulado**

Producto principal	Servicio de Asesoría y diseño para decoración interiores y exteriores en espatulado, para viviendas en la ciudad de Bucaramanga.
Diseño (fotos, dibujo, imagen)	
Especificaciones técnicas	Servicio completo de asesoramiento, instalación y revestimientos de paredes y techos interiores con materiales de alta calidad, resistentes, novedosos, duraderos. Ofreciendo garantía, cumplimiento y calidad con remodelaciones novedosas que presentan ventajas y cualidades para los hogares de Bucaramanga.
Empaque	No aplica
Vida útil	Los materiales utilizados para la decoración de interiores son de alta durabilidad y resistencia. En promedio cada cinco años se realizan la remodelación y cambio de estos diseños según el gusto y preferencia de los clientes.

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** Para el caso de la empresa **DECORACIONES MUÑOZ**, el proceso del servicio se enmarca en la prestación de la asesoría para la decoración de interiores y fachadas en viviendas. Por lo tanto, el proceso de este servicio es el siguiente:

- El cliente solicita información a la secretaria.
- La secretaria informa al cliente los servicios de diseño en las técnicas de nuestro portafolio.
- El cliente procede a determinar qué clase de servicio desea que se le preste.
- La secretaria informa al gerente sobre el servicio que desea adquirir el cliente
- Atención del cliente por el gerente para determinar los servicios solicitados
- El gerente programa con el diseñador la fecha y hora de la visita a la casa del cliente
- El gerente y el diseñador evalúan los datos de la visita para proceder con la aceptación de la asesoría por el cliente
- La secretaria elabora el contrato
- El diseñador empieza la ejecución de la asesoría mediante los diseños para la aprobación del cliente
- El cliente aprueba los diseños y se procede a la ejecución de la obra
- El cliente aprueba la obra
- La secretaria elabora la cuenta de cobro
- Firma y aceptación de la cuenta de cobro por el gerente
- La secretaria envía la cuenta de cobro al cliente
- El cliente efectúa el pago del servicio
- La secretaria elabora y archiva el comprobante de ingreso

## **POR PRODUCTO EN YESO: CORNISA**

- Aceitar el molde
- Preparación de yeso
- Aplicación de yeso a molde
- Secado
- Sacar pieza
- Picar la pared
- Preparación de pegante
- Extendido de pegante en pieza
- Instalación de pieza a pared
- Detallado
- Lijado
- Secado
- Lijado
- Pintura

## **ESTUCO:**

- Preparación de estuco
- Extendido a pared
- Secado
- Pintura

## **ESPATULADO:**

- Preparación de estuco
- Aplicación primera capa de estuco a pared
- Aplicación segunda capa de estuco a pared
- Suavizar
- Aplicación tercera capa de estuco a pared
- Suavizar
- Aplicación cera líquida
- Aplicación cera en crema
- Frotar la pared con espátula
- Aplicación de cera líquida
- Frotar con polichadora

**DECORACIONES MUÑOZ.** se rige según el decreto 1713 de agosto 06 de 2002 emanado del Ministerio de Desarrollo Económico, por el cual se reglamenta la ley 142 de 1994, la ley 632 de 2000 y la ley 689 de 2001, en relación con la prestación del servicio público de aseo, y el decreto ley 2811 de 1974 y la ley 99 de 1993 en relación con la Gestión Integral de Residuos Sólidos, define los escombros como “todo residuo sólido sobrante de las actividades de construcción, reparación o demolición de las obras civiles o de otras actividades conexas, complementarias o análogas.

Que según la reglamentación establecida en el decreto 1713 ibídem en relación con el manejo y disposición de escombros se tiene que:

1. Es responsabilidad de los productores de escombros, su recolección, transporte y disposición en las escombreras autorizadas.

2. El manejo de escombros deberá ser coordinado por el Municipio y los prestadores del servicio de aseo, en el marco de los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos “PGIRS”.
3. La recolección, transporte y disposición final de escombros deberá efectuarse en forma separada del resto de residuos y cumplir con lo dispuesto en la resolución Ministerio de ambiente No. 541 de 1994.
4. Es función de las autoridades ambientales, ejercer la evaluación, control y seguimiento ambiental de los usos del suelo.

Para iniciar con el proceso de nuestro servicio **DECORACIONES MUÑOZ**, se enmarca en la prestación de la asesoría para la decoración de interiores y exteriores en yeso, espatulado, pintura y estuco para viviendas. Por lo tanto, el proceso de este servicio es el siguiente:

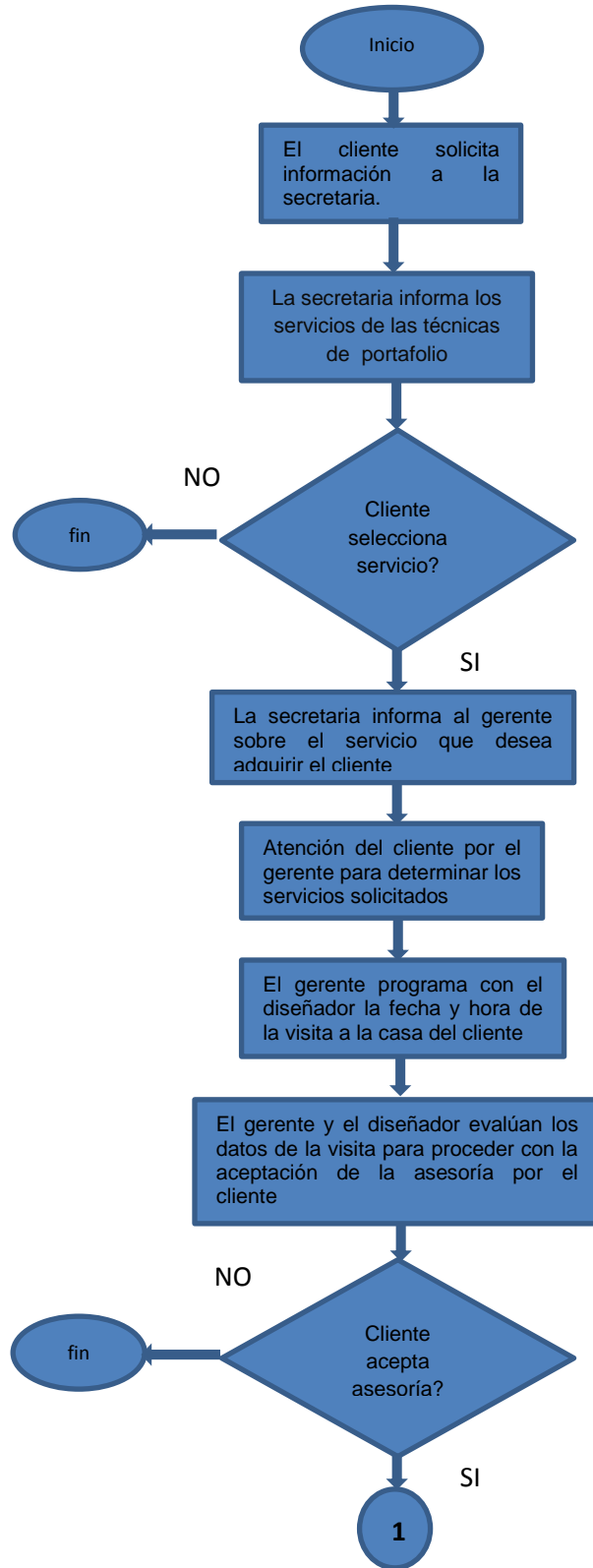
- El cliente solicita información a la secretaria.
- La secretaria informa al cliente los servicios de diseño en las técnicas de nuestro portafolio.
- El cliente procede a determinar qué clase de servicio desea que se le preste.
- La secretaria informa al gerente sobre el servicio que desea adquirir el cliente
- Atención del cliente por el gerente para determinar los servicios solicitados
- El gerente programa con el diseñador la fecha y hora de la visita a la casa del cliente
- El gerente y el diseñador evalúan los datos de la visita para proceder con la aceptación de la asesoría por el cliente
- La secretaria elabora el contrato
- El diseñador empieza la ejecución de la asesoría mediante los diseños para la aprobación del cliente
- El cliente aprueba los diseños y se procede a la ejecución de la obra
- El cliente aprueba la obra

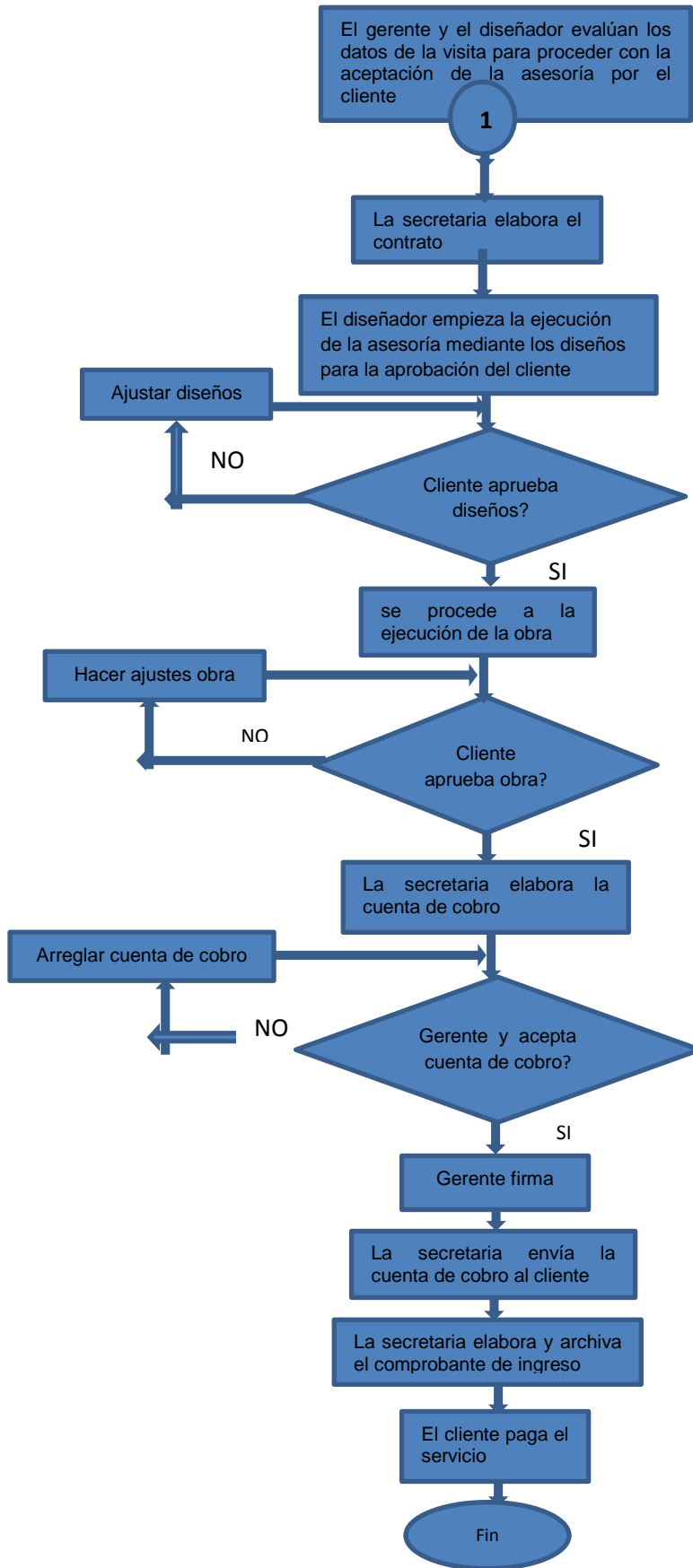
- La secretaria elabora la cuenta de cobro
- Firma y aceptación de la cuenta de cobro por el gerente
- La secretaria envía la cuenta de cobro al cliente
- El cliente efectúa el pago del servicio
- La secretaria elabora y archiva el comprobante de ingreso

**3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.** En todos los procesos a continuación se realizarán teniendo en cuenta el tiempo para 1 m<sup>2</sup>

Figura 7. Flujo de proceso de servicio.

### DIAGRAMA DE FLUJO DEL SERVICIO





**Figura 8. Flujo de proceso de cornisa de yeso.**

**CORNISA**

**Entrada de los insumos**



aplicar aceite de cocina al molde (3 min)



mezclar y amasar con la mano hasta obtener una consistencia uniforme (5 min)



aplicar la mezcla al molde (3 min)

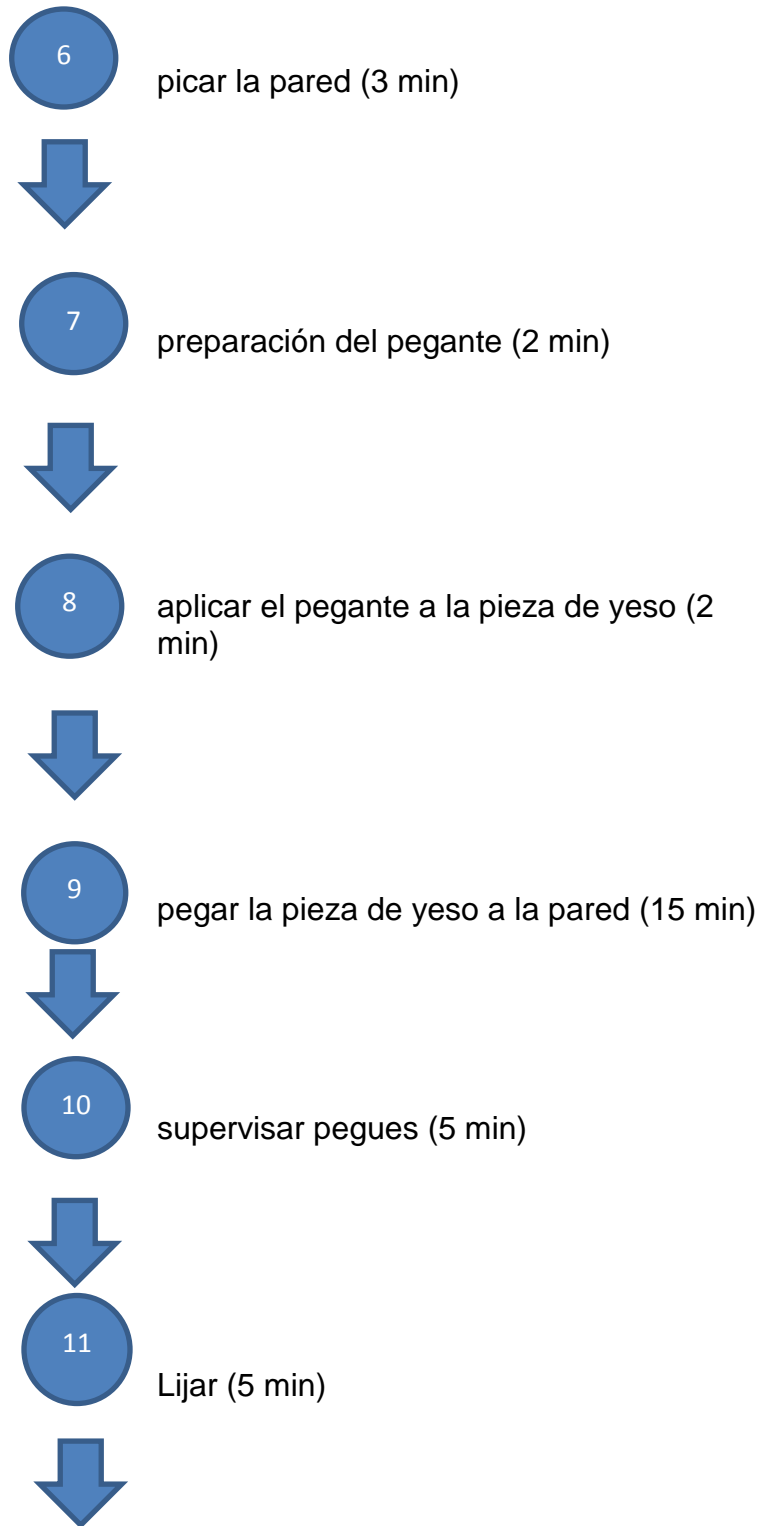


dejar secar 15 minutos



sacar la pieza del molde (5 min)





1

dejar secar 8 días



12

Lijar (2 min)



13

Pintar (2 min)

**Figura 9. Flujo de proceso de estuco y pintura.**

**ESTUCO Y PINTURA**

**Entrada de los insumos**



preparación del estuco (10 min)



extender en la pared (25 min)



secado 24 horas



aplicar la pintura (15 min)

**Figura 10. Flujo de proceso de espatulado.**

## **ESPATULADO**

**Entrada de los insumos**



preparación del estuco (5 min)



aplicar la primera capa de estuco (5 min)



aplicar la segunda capa de estuco (10 min)



suavizar con lija (5 min)



aplicar la tercera capa de estuco (4 min)



suavizar con lija (5 min)



aplicar cera liquida (3 min)



aplicar cera en crema (5 min)



frotar la pared con espátula (20 min)



aplicar cera liquida (3 min)



frotar con la polichadora (10 min)

**3.3.4 Control de calidad.** Va a estar orientado siempre al mejoramiento continuo del proceso en la asesoría y en el proceso de la realización de cada una de las técnicas que ofrece la empresa. Generalmente los procesos de control involucran cuatro actividades básicas como planear, hacer, verificar y actuar, este ciclo de actividades que se repiten una y otra vez orientan hacia el camino para el proceso de mejoramiento continuo.

En lo referente a los productos complementarios, la calidad de los materiales e insumos va a ser el mayor interés buscando que sea de mayor calidad, que permite el moldeo y facilidad de manejo. Frente al proceso sistematizado de la asesoría se conservarán los archivos de los diseños en un backup de seguridad, evitando la pérdida de los archivos y la igualdad o demasiada similitud de alguno de ellos.

Es muy importante que cada uno de los integrantes de la empresa conozca todos los procesos que desarrolla la empresa en la asesoría, para así poder ser parte fundamental de un verdadero control de calidad.

- Bolas de metal o plástico, recortes, molduras o juntas de control utilizados para proteger, ocultar o permitir el movimiento del ensamble de placas de yeso.
- Ángulos interiores (menores que 180° del plano superficial) normalmente son terminados utilizando cinta para drywall. Ángulos externos (mayores que 180° del plano superficial) son normalmente terminados con un borde de metal o plástico.
- El tipo de macilla para los empalmes o juntas debe comenzar a secarse antes de aplicar capas adicionales. Las macillas pre-mezcladas deben estar completamente secas antes de aplicar capas adicionales.
- Iluminación fuerte proveniente de ventanas o lámparas.
- Debe mantenerse una temperatura mínima de 50°F (10°C) antes, durante y después de que la aplicación del tratamiento para los empalmes sea completado y el edificio es ocupado. Cuando una fuente de calor temporal es utilizada, la temperatura no debe ser mayor que 95°F (35°C) en ningún área. Cuando calentadores de gas o de queroseno son utilizados, la humedad extra que ellos producen debe ser eliminada. Se debe proveer ventilación y circulación del aire apropiada para permitir un secado efectivo de los materiales de acabado y decoración. Los problemas potenciales del acabado y

la decoración disminuyen cuando se mantiene un clima adecuado en el lugar de trabajo.

- Las láminas de yeso deben ser puestas sobre un sustrato que se encuentre dentro de los criterios especificados de planicie. Dado que los empalmes (juntas) y los clavos necesitan ser ocultados con las capas adecuadas de macilla de yeso, es imposible lograr una superficie de acabado que sea completamente plana. En cambio, los empalmes y los clavos son acabados con arcos graduados diseñados para evitar huecos o salientes que dan lugar a distintas sombras bajo luz crítica. Bordes rectos, cuadrados y niveladores no se utilizarán para determinar si se ha alcanzado un nivel de acabado.
- El papel que cubre la placa de yeso que ha sido tocado, rasgado, lijado o limpiado con lija o una espátula. Se debe tener cuidado para asegurar que la textura de la placa de yeso cubierta no se levante (a manera de pelusa) durante las operaciones de lijado. Las pelusas aumentan cuando se utiliza un atomizador para aplicar la pintura y/o base (primer), haciendo a que las fibras se levanten en una posición fija. Esta condición se puede disminuir utilizando un rodillo en la superficie después de utilizar el atomizador.
- Criterio de inspección: La posición de visión normal debe estar a una distancia mínima de cinco pies (metro y medio) perpendicular de la superficie a inspeccionar y vista desde cualquier ángulo. Las condiciones de iluminación para la inspección son descritas como aquella iluminación que se encuentra en el lugar cuando el proyecto ha sido terminado. Esta iluminación incluye, pero no está limitada a; la iluminación del diseño (como por ejemplo luces que se proyectan a las paredes, ojos de buey, otros proyectores, etc.) y la iluminación natural.
- Se tendrá en cuenta los tratamientos con ventanas y/o cualesquiera otros acabados decorativos que pudieran afectar a la iluminación y visualización.
- Visibilidad de los empalmes o juntas: Es la sombra, bandas o "fotografía" de los empalmes de los paneles de yeso que se observan a través de la decoración final de pintura es fácilmente visible cuando se observa en un ángulo bajo una fuerte iluminación lateral. Esta visibilidad de juntas se debe principalmente por las condiciones críticas o artificiales de luz, o ligeras variaciones de textura entre la masilla para juntas y la placa, o un problema de la porosidad.
- Las láminas que están cubiertas con otro material que no es papel. Ver las recomendaciones específicas del fabricante para el acabado de los productos no están cubiertos con papel.

- Base pre-textura: Es un material específicamente formulado que promueve la adherencia de la textura de la base de yeso al sustrato y que minimiza la diferencia de la porosidad del papel que recubre la superficie de la lámina de yeso y la masilla para juntas o empalmes.
- Base: Es un material específicamente formulado para elevar la adhesión de la decoración final. Las bases están formuladas para lograr diferentes objetivos. El tipo de decoración final determinará el nivel o el tipo de base a utilizar. La base debe ser aplicada por el responsable de la decoración que se llevará a cabo.
- Secado: El cambio físico y químico en la masilla para juntas ya que pasa de un estado plástico y maleable a un estado rígido.
- Capa fina: Una capa fina de la masilla para empalmes o un material especialmente fabricado para este propósito y aplicado en conformidad con las recomendaciones del fabricante deberá ser aplicado en toda la superficie. Esta delgada capa puede ser translúcida, con empalmes y cabezas de tornillos visibles. Esta capa ayudará a suavizar la textura del papel del panel de yeso y también ayuda en la creación de una textura en la superficie más uniforme. No hay grosor específico que constituya una capa delgada adecuada.
- Superficie: La transición compuesto para las placas de yeso y/o los accesorios puede lograr una superficie lisa lijándola ligeramente. Este documento se refiere a “superficie plana” a la descripción de la transición (sentir/apariencia), no a una superficie plana o a un terminado por medio de una máquina. Dependiendo de la aplicación del material, la superficie puede tener una ligera textura en su acabado.
- Textura: Se refiere a un tratamiento decorativo de la masilla para juntas o a la pintura aplicada sobre la superficie preparada.
- Contexturas: Patrones regulares o irregulares producidos normalmente mediante la aplicación de masilla para juntas o un material de textura a una superficie preparada adecuadamente.

### 3.3.5 Recursos

**3.3.5.1 Recurso humano.** La empresa contará con el personal el cual será contratado por períodos de un año, con las disposiciones que conllevan la ley 50 de 1990 y ley 100 de 1991 (ver numeral 4.3.3 asignación salarial).

El reclutamiento de la mano de obra se hará, por intermedio de las bolsas de empleo existentes en la ciudad, a través del SENA, instituciones técnicas, universitarias y prensa de circulación local. Todo el personal que labore en la empresa, gozará de los mismos derechos y deberes, por lo tanto, tendrán derecho a su dotación de ropa estipulada por la ley. Para la operación de la empresa se contará con la siguiente.

**Mano de obra directa.**

- Diseñador. (1)
- Operario (1)

**Mano de obra indirecta.**

La mano de obra indirecta no aplica para la empresa; **DECORACIONES MUÑOZ.**

**3.3.5.2 Recurso físico.** Está compuesto por los siguientes equipos de oficina.

**Cuadro 33. Maquinaria y equipo**

Detalle	Cantidad
Taladro	1
Pulidora	1
Polichadora	1

**Cuadro 34. Muebles y enseres**

Muebles y enseres	Cantidad
Escritorio	3
Sillas giratorias	3
Archivador	1
AIRE ACONDICIONANDO	1

**Cuadro 35. Equipo de oficina**

Equipo de oficina	Cantidad
Computador	3
Impresora	1
Calculadora	4

**Cuadro 36. Herramientas**

Detalle	Cantidad
Banco	1
Estante	3
Brocha	2
Rodillo	2
Moldes	5
Regla	1
Nivel	1
Manguera nivel	1
Espátula (por referencia 3)	3
Destornillador	2
Alicate	1
Martillo	1
Segueta	1
Hoja de segueta	6
Caneca	1
Tornillo	12
Escalera	1
Tijeras	1
Guantes	1
Llana	2
Extensión	1
Metro	2
Marcador	2

**Nota:** Se tendrá como fijo o de planta un operario según capacidad utilizada (ver ítem 3.1.3.4.) el cual estará a disposición de los requerimientos del diseñador Si se requieren de más operarios se contratan por medio de Outsourcing (obra- labor) ya que la empresa no tiene capacidad de contratar varios operarios porque no tiene una producción definida sobre los futuros contratos pero si es necesario en caso de tener varios contratos por cumplir se contratará el personal requerido.

De acuerdo al análisis de éste proyecto se tiene en cuenta solo un operario que es el de planta.

**3.3.5.3 Recurso de insumos.** Los insumos a utilizar en la marcha de la empresa se refieren principalmente a la papelería, tinta para impresora y todo lo relacionado para la entrega del diseño realizado. Atendiendo a la solicitud de los clientes potenciales que quieren que la empresa además del diseño realice la decoración, dichos accesorios pasan a ser parte de quienes así vayan a tomar el servicio, en casos específicos la realización de obras, cuando el cliente lo contrate y si se requieren insumos como: accesorios en yeso, espatulados, estuco y pinturas etc.

**Cuadro 37. Decoración en yeso (cornisa)**

Materia prima	Cantidad (por metro cuadrado)
Yeso de moldura	3 kg
Aceite de cocina	500 cc
Pegacor blanco	1 kg
Lija número 150	1
Pintura blanca	757.08 CC

**Cuadro 38. Pintura estuco**

Materia prima	Cantidad (por metro cuadrado)
pintura	757.08 CC
Lija número 150	1
Estuco en polvo	3 KG

**Cuadro 39. Espatulado**

Materia prima	Cantidad (por metro cuadrado)
Estuco plástico	252.36 CC
Lija número 600	0.5 unid
Lija número 1200	0.5 unid
Cera liquida	200 CC
Cera crema	0.5 unid
biovarsol	125 cc

**3.3.6 Análisis de Proveedores.** Debido a que los insumos no son de difícil consecución para efectos de la documentación de la oficina y la parte administrativa, se pueden adquirir en la ciudad de Bucaramanga, dado que existen papelerías y tipografías que con muy buena calidad los ofrecen.

- **EQUIPOS: EX SERVICE COMPUTADORES**, inició operaciones en el año 2007, empresa interesada en brindar productos y servicios en el área de la informática. Ofrecemos variedad de marcas y modelos, buscando cubrir las necesidades comerciales, sociales y culturales de nuestros clientes ajustándonos a sus posibilidades económicas. Estamos comprometidos con ustedes a desarrollar en forma íntegra nuestro potencial humano y tecnológico, bajo criterios de responsabilidad, actualización y garantías.

Dirección: Carrera 34 N°37-20  
Teléfonos: (57)(7) 645-1035 / 694-2355  
Email: [exservicecomputadores1@hotmail.com](mailto:exservicecomputadores1@hotmail.com)  
BUCARAMANGA.

- **TARJETAS, HOJAS MEMBRETEADAS: LITOGRAFÍA CORONA**, es una industria del sector gráfico fundada hace más de 25 años, cuyo desarrollo se basa en la filosofía del servicio integral donde el cliente es nuestro principal patrimonio y razón de ser. La calidad de nuestro producto, así como la eficiencia en el servicio la garantizan un excelente equipo humano y avanzados recursos tecnológicos que mantenemos en constante actualización.

PBX: (+7) 6424160  
Telefax: (+7) 6302606  
Carrera 16 # 41-71 y 41-62  
Bucaramanga, Santander  
(Colombia) 3152106009

- **PAPELERIA: COIMPRESORES DEL ORIENTE**, Somos una organización del sector solidario dedicada a la comercialización y distribución de materias primas e insumos para el sector de la Industria Gráfica y Papeleros del Oriente Colombiano.

Cr12 # 42-37  
Bucaramanga - Santander,  
PBX:(57+7) 6423184  
Fax: (57+7) 6420297

- **FERRETERIA: RODAR LTDA;**

**1. EXPERIENCIA DE LA FIRMA:** La empresa RODAR LTDA desde sus inicios acredita una experiencia de 36 años en el ejercicio de obras relacionadas con la Ingeniería.

**2. EXPERIENCIA EN CONSTRUCCIÓN DE EDIFICACIONES:** RODAR LTDA a partir del año 1.982 comenzó a realizar proyectos propios y a contratar con entidades particulares y es así como se observa que ha realizado la construcción de 60.849 M2.

**3. PLANTA DE PERSONAL:** En la actualidad la empresa cuenta con una nómina de 50 personas directas y 40 indirectas entre personal administrativo, operativo y profesionales en contratación y obras civiles.

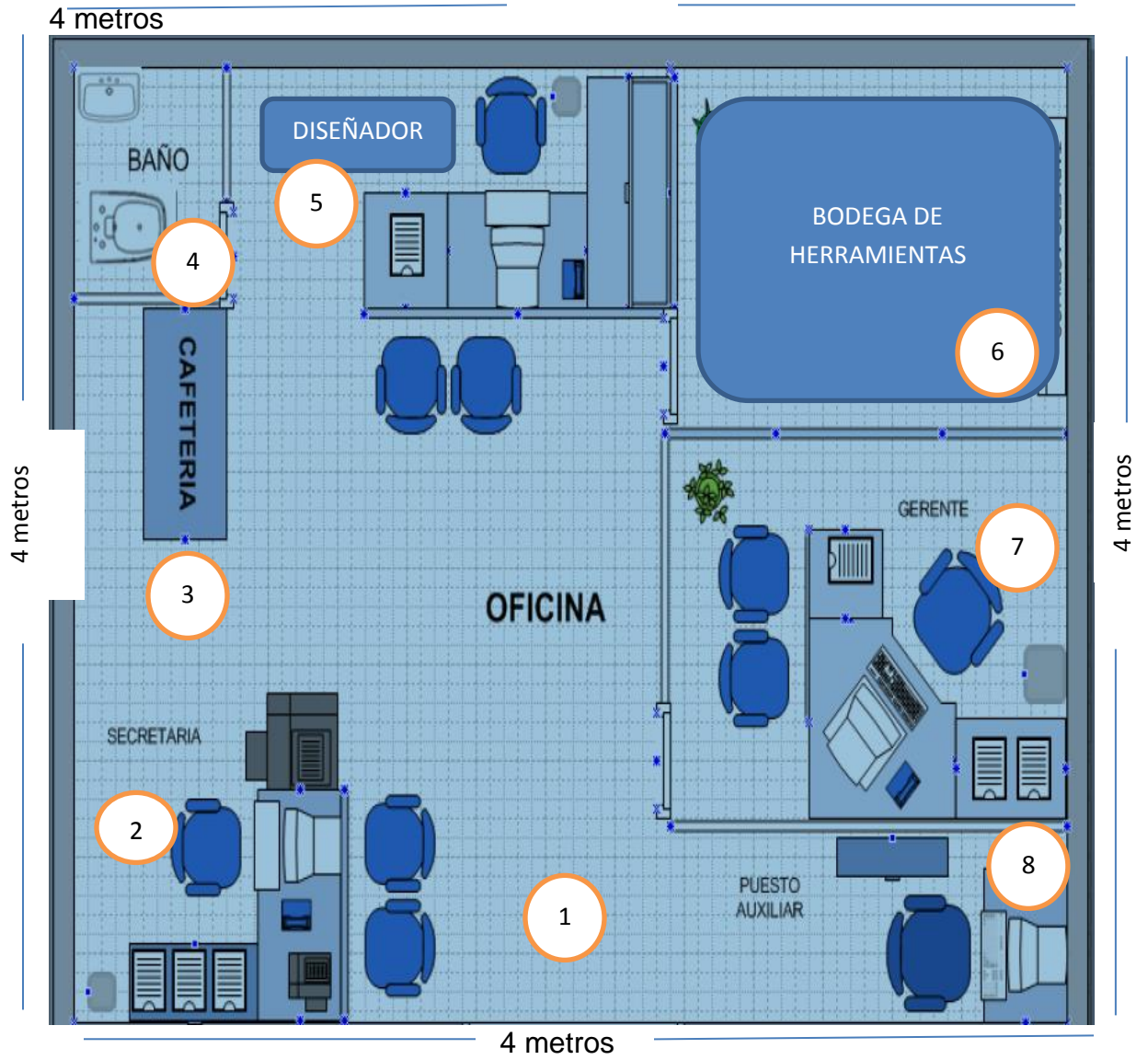
**4. CAPACIDAD OPERARIA:** La firma posee una infraestructura operativa totalmente integral para la ejecución y planeamiento de obras civiles, para lo cual cuenta con los recursos de personal profesional y técnico, recursos en materiales, equipos de construcción propios y un capital de trabajo para emprender cualquier tipo de contrato relacionado con el objeto social.

**5. INSTALACIONES PROPIAS:** Las instalaciones de la empresa son propias y se encuentran distribuidas de la siguiente manera: Almacén, Oficinas y Bodegas: 3.300 m2.

CI 61 17 F-19  
Colombia, Bucaramanga  
Tel: (57) (7) 6444423  
[www.rodarconstrucciones.com](http://www.rodarconstrucciones.com)

**3.3.7 Distribución de planta.** Definir el tipo distribución de planta a utilizar de acuerdo al producto o servicio: distribución por posición fija, por proceso, por producto. Es importante tener una aproximación del tamaño de la planta y también de los puestos de trabajo, especificaciones de maquinaria cuando aplique. Tenga en cuenta un diagrama de proceso de recorrido. Indicar en un cuadro las diferentes secciones con sus áreas respectivas.

Figura 11. Distribución de planta



#### **Cuadro 40. Medidas de distribución de la planta**

<b>CONVENCIONES</b>	<b>MEDIDA</b>
Entrada	1x 0.5mt
cubículo secretaria	2 x 2mts
cafetería	1x1 mt2
baño	1 x 1mt
cubículo diseñador	1.5x 1.5mts
Bodega de herramientas	1.5x1.5mts
oficina gerencia	1.5 x 1.5 mts2
cubículo auxiliar	1 x 1 mt2

El acceso es por la carrera 37, en donde se deja a la secretaria debido a que es la persona que tiene el primer contacto con el cliente, le consulta cuál es el servicio a utilizar, así mismo se encuentra en dicha planta de 16 m<sup>2</sup> la sala de espera con la cafetería y el baño, con el fin de dar una atención especial al cliente que requiere el servicio en caso que la secretaria este atendiendo un cliente y otro requiera que lo atiendan o esperar al gerente o diseñador para hablar sobre la asesoría. En la misma planta se encuentra primero la oficina del gerente con su respectivo sala de reuniones, después le sigue la oficina del diseñador, pues confirmado que se quiere el servicio el cliente pasa a la gerencia para hacer la respectiva negociación, haciéndose el reporte para el área técnica de la contratación respectiva; también está la oficina del auxiliar para realizar sus actividades cuando no se encuentre en labores. En fin, la logística de la distribución se realiza de acuerdo al servicio a prestar y la funcionalidad que necesita cada funcionario y su interrelación con el cliente para un mejor funcionamiento de la empresa.

#### **3.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO**

Realizado el estudio técnico se pudo determinar que el proyecto técnicamente es viable dado que se tiene capacidad de producir el servicio de diseño y decoración en yeso, espatulado, estuco y pintura de acuerdo a las necesidades reales de la demanda. Estará ubicado en el barrio Álvarez donde se determinó como el lugar más conveniente para la localización del proyecto.

La distribución de planta es idónea para la localización de cada uno de los funcionarios sin interrumpir, entorpecer las actividades correspondientes de cada empleado se cuentan con 16m<sup>2</sup> para ofrecer el mejor servicio comodidad confort tanto para clientes como para empleados.

La capacidad está diseñada por la capacidad máxima de servicios realizados en un periodo de tiempo con base a los recursos con los que cuenta la empresa.

En la ciudad hay recurso humano calificado, requerido como mano de obra directa e indirecta y proveedores con capacidad de ofrecer las materias primas principales, con capital de trabajo propio.

La distribución en planta es una tarea fundamental para la reducción de costos y el incremento de la productividad, a la que sin embargo no muchas de las empresas prestan la debida atención. La distribución de planta es un concepto que se relaciona con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta. La finalidad fundamental de la distribución en planta consiste en organizar estos elementos de manera que se asegure la fluidez del flujo de trabajo con el cliente para un mejor funcionamiento de la empresa.

Teniendo en cuenta la capacidad instalada el volumen óptimo de producción durante un determinado período de tiempo, la solución óptima está dada por los factores que condicionan el tamaño del proyecto:

Decoración en yeso para un periodo de trabajo de un año (3.780 horas) es equivalente a la producción de 3.385 metros cuadrados.

Estuco y pintura para un periodo de trabajo de un año (3.780 horas) es equivalente a la producción de 4.536 metros cuadrados.

Espatulado para un periodo de trabajo de un año (3.780 horas) es equivalente a la producción de 3.024 metros cuadrados.

Para un total de 11.340 horas de producción equivalentes a 10.945 metros cuadrados al año.

Para finalizar se cuenta con el Recurso de insumos el cual es vital y va de la mano con la distribución de planta para optimizar el servicio a prestar y finalmente el recurso físico de maquinaria, herramientas, equipos de oficina muebles y demás. Estos recursos son los suficientes para considerar que **DECORACIONES MUÑOZ** cuenta con los requisitos básicos para la puesta en marcha de sus funciones.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN (TIPO DE SOCIEDAD, PROCEDIMIENTO).

La legalización y constitución de una empresa que por mutuo acuerdo de los socios se denominará “**DECORACIONES MUÑOZ**” Diseño de decoración en obra blanca; mediante el establecimiento de una sociedad de responsabilidad limitada, donde los socios responden hasta por el monto de sus aportes. La sociedad será constituida por 4 socios en los cuales en una empresa familiar (padre e hijos 3), interesados en adelantar el proyecto.

La estructura organizacional escogida para la empresa de decoración en obra blanca en Bucaramanga está conformada por la junta de socios, gerente, secretaria, diseñadores y una auxiliar de servicios varios.

La duración de la sociedad será por cinco años a partir del 1º de Enero del 2015 y podrá ser prorrogado por término igual y/o por decisión de la junta general de socios.

Se constituirá mediante escritura pública en la que se plasman los siguientes parámetros, ciudad y fecha de constitución, denominación social, nombre de los socios, identificación y nacionalidad, domicilio social, término de duración, objeto social, capital social (valor total, número de cuotas) y distribución del mismo entre los socios, indicar la forma como se pagó el capital social, facultades del representante legal, nombramientos, entre otros.

Los trámites y documentos que se deben presentar para la constitución de la empresa son:

- Acta de constitución.
- Solicitud de estudio del nombre comercial, autorizada en la cámara de comercio.
- Minuta de escritura pública debidamente protocolizada en la notaria, a la Cámara de Comercio.

- Obtener registro mercantil en la Cámara de Comercio.
- Obtener Nit. de la DIAN.
- Matrícula en la alcaldía oficina de registro y comercio.
- Obtener certificados sanitarios.
- Registro de libros (socios, acta de juntas y asambleas).
- Licencia ambiental.

## **4.2. CULTURA ORGANIZACIONAL**

**4.2.1 Visión.** Ser líder en decoración de obra blanca en el área de Bucaramanga en el año 2020, con una gama de diseños creativos e innovaciones y un alto reconocimiento en la prestación de servicios, asesoría y calidad.

**4.2.2 Misión.** La empresa “**DECORACIONES MUÑOZ.**”, tiene como misión contribuir al mejoramiento de la imagen de las viviendas de las familias de Bucaramanga con los servicios de decoración en obra blanca como son yeso, estuco, espatulado, pintura de la mano con un gran talento humano y tecnológico, buscamos innovación y calidad en el servicio, con responsabilidad social e institucional, cumplimiento, en pro del mejoramiento continuo de sus procesos, con un campo de acción a nivel regional.

### **4.2.3 Objetivos**

- Ofrecer productos y servicios garantizados con altos estándares de calidad.
- Lograr el fortalecimiento institucional y financiero.
- Satisfacer las necesidades y los requerimientos del cliente.
- Certificar, sostener y mejorar el sistema de gestión de calidad.
- Contratar personal idóneo, competente y calificado.
- Obtener un crecimiento rentable.
- Promover el mejoramiento continuo.

- Lograr el posicionamiento como empresa de decoración en la ciudad de Bucaramanga.
- Garantizar la innovación en cada uno de los diseños y servicios ofrecidos.

**4.2.3.1 Políticas del personal.** Se destinará el primer día laboral para información general de la empresa en aspectos como: organización, misión, visión, objetivos, presentación del personal, asignación de equipos de trabajo, ubicación física y reglamentos.

Se efectuarán capacitaciones de acuerdo al cargo y se motivarán mediante programas recreativos institucionales y familiares, al personal con el propósito de mejorar la productividad del empleado.

- **Reclutamiento.** Se utilizarán las fuentes externas para el requerimiento del personal, como: Bolsas de empleo, el (SENA), instituciones técnicas, universitarias y las asociaciones profesionales y laborales, enviando el correspondiente perfil del cargo solicitado.
- **Selección.** Se procederá a llamar a los candidatos a presentar las pruebas escritas de: aptitudes, psicotécnicas y entrevistas. Conocidos los resultados se investigarán los antecedentes y referencias relacionadas en la hoja de vida y por último se procederá a la escogencia del personal opcionado.
- **Contratación.** Se vinculará con contrato definido a un año, sólo al cargo de gerente y secretaria y de acuerdo a su desempeño se optará la renovación del mismo. Se dará un período de prueba de dos meses para evaluar el desempeño del personal contratado. El diseñador se vincularan por contrato individual definido inicialmente a tres meses y de acuerdo a su desempeño se optará por contratos de un año.
- **Salario.** Se acogerá a las variaciones o aumentos estipulados por el gobierno nacional, en sus fechas establecidas para tal fin, previo análisis y aprobación en la junta de socios de la empresa y lo demás de ley.
- **Dotación.** Se acogerá a la ley que obliga a las empresas para brindar a sus trabajadores una dotación trimestral en batas a los diseñadores y uniforme a la secretaria y así facilitar el buen desempeño de sus labores diarias.

#### **4.2.3.2 Políticas de compras.**

- Se deberá solicitar por lo menos tres cotizaciones de empresas diferentes.
- Se deberá seleccionar la cotización que demuestre mejor oferta económica y calidad.
- Se comprará a proveedores de Bucaramanga siempre y cuando ofrezcan beneficio de precios y calidad.
- Toda compra deberá ser aprobada previamente por el gerente.

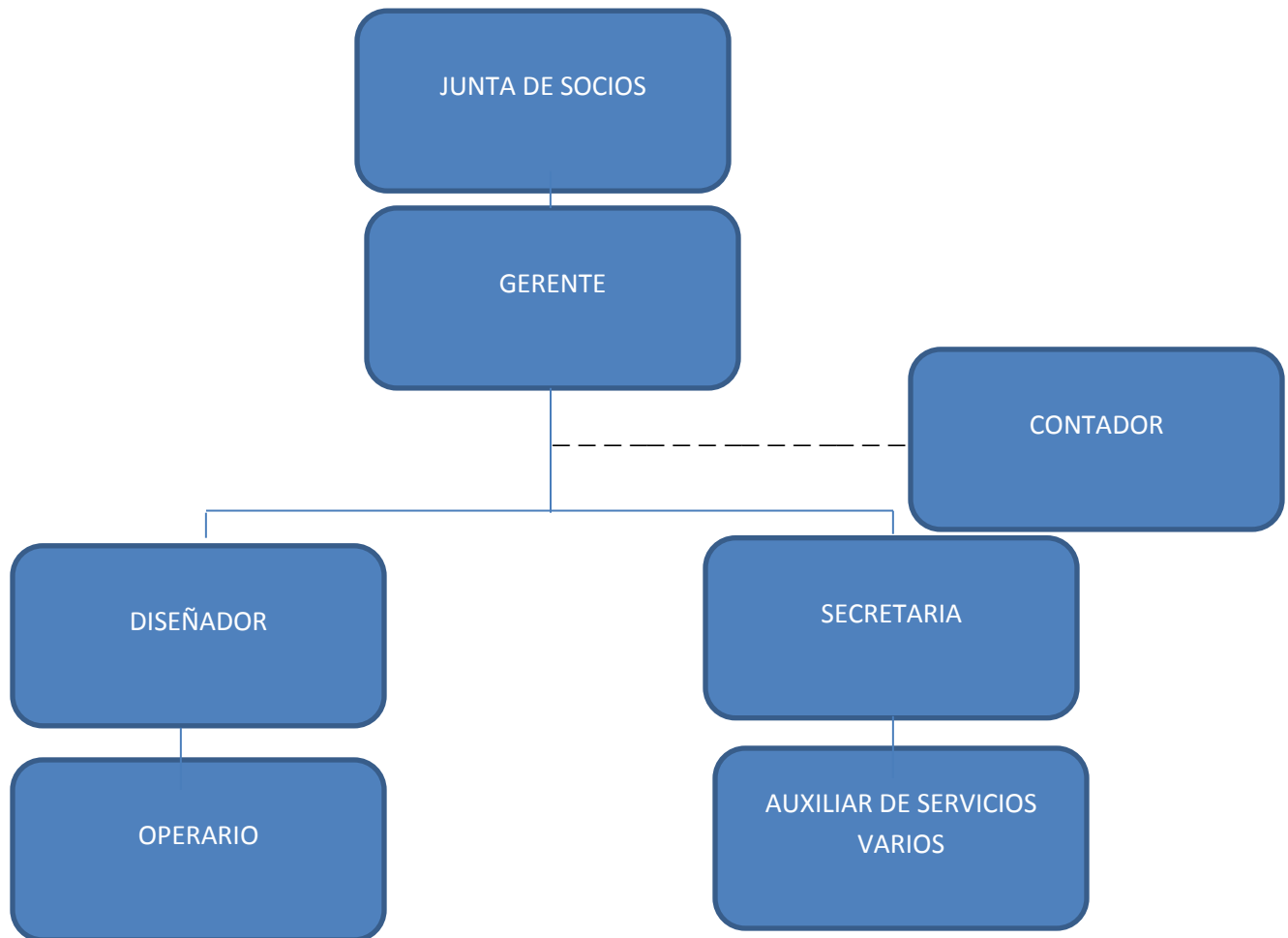
#### **4.2.3.3 Políticas de ventas.**

- Se establecerán precios de venta teniendo en cuenta el servicio solicitado y los precios del mercado.
- Se solicitará el pago del 50% del servicio a la firma del contrato y el 50% restante contra entrega a satisfacción del cliente.

### **4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**4.3.1 Organigrama.** La estructura organizacional de la empresa **DECORACIONES MUÑOZ.**, está compuesta por Junta de socios, gerente, secretaria, diseñador y auxiliar de servicios varios. Esta se presenta en el siguiente organigrama.

**Figura 12. Organigrama de la empresa**



La organización contará con la junta de socios, un gerente, el cual velará porque los objetivos de la empresa se cumplan, Además tendrá la función de contador público, que será el responsable de toda la información financiera de la empresa. Existirá una secretaria la cual estará al tanto de todo lo que se requiere para lograr mantener la buena prestación del servicio.

También un diseñador de decoración en obra blanca, que estarán pendientes de elaborar técnicamente los planos y cambios a los ambientes contratados, una auxiliar de servicios que se encargará del aseo, la organización de la planta, mensajería entre otros.

Para la elaboración o el cumplimiento en grandes obras o varias al mismo tiempo se contrata personal (obra –labor) ya que inicialmente la empresa no cuenta con la capacidad suficiente para mantener una nómina elevada y en un principio los clientes son pocos y no sería rentable tener personal inactivo generando costos.

Las funciones, responsabilidades y perfil de los diferentes cargos existentes de la empresa de decoraciones se presentan en las respectivas hojas de descripción del cargo. Estas dependiendo de cada cargo se presentan a continuación:

#### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos

### ANÁLISIS OCUPACIONAL, FUNCIONES GENERALES

**Cuadro 41. Perfil del gerente**

ESPECIFICACIONES DEL CARGO			
CIUDAD Y FECHA: JUNIO 2013			
ANALISTAS:	LIZETH VANESSA MUÑOZ Y DAYANA LOPEZ		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	GERENTE GENERAL	
	<b>AREA</b>	GERENCIA GENERAL	
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	ACCIONISTAS	
	<b>SUPERVISAR A:</b>	DISEÑADOR, SECRETARIA, OPERARIO, SERVICIOS VARIOS	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>EDUCACION</b>	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURIA
		<b>EXPERIENCIA</b>	2 O 3 AÑOS
	<b>HABILIDAD</b>	<b>MENTAL E INICIATIVA</b>	Planeación, desarrollo de procesos y elaboración de contabilidad, declaración de impuestos, estados financieros e informes.
		<b>MANUAL</b>	Domínio de herramientas ofimáticas y tecnológicas.
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION</b>	
		supervisa las funciones administrativas	
		<b>POR HERRAMIENTAS Y EQUIPOS</b>	
		equipos multimedia	
		<b>POR DOCUMENTOS Y VALORES</b>	
	documentos legales notariales, cuentas bancarias etc		
<b>POR CONTACTO</b>		con los clientes directos y con el personal	
<b>ESFUERZO</b>	<b>FISICO</b>	bajo	
	<b>MENTAL</b>	alta concentración	
	<b>MEDIO AMBIENTE</b>	excelente	
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>RIESGO</b>	bajo	

**Cuadro 42. Perfil del contador**

<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>				
<b>CIUDAD Y FECHA: JUNIO 2013</b>				
<b>ANALISTAS:</b>	<b>LIZETH VANESSA MUÑOZ Y DAYANNA LOPEZ</b>			
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	CONTADOR		
	<b>AREA</b>	FINANCIERA		
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE		
	<b>SUPERVISAR A:</b>	SECRETARIA		
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>EDUCACION</b>	PROFESIONAL EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y CONTADURIA	
		<b>EXPERIENCIA</b>	2 O 3 AÑOS	
	<b>HABILIDAD</b>	<b>MENTAL E INICIATIVA</b>	Elaboración de contabilidad, declaración de impuestos, estados financieros e informes.	
		<b>MANUAL</b>	Dominio de herramientas ofimáticas y tecnológicas.	
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION</b>	ninguna	
		<b>POR HERRAMIENTAS Y EQUIPOS</b>	equipos tecnológicos	
		<b>POR DOCUMENTOS Y VALORES</b>	alta (cuentas, balances, informes, información confidencial de la empresa)	
		<b>POR CONTACTO</b>	gerente	
		<b>ESFUERZO</b>	<b>FISICO</b>	bajo
			<b>MENTAL</b>	alta concentración
	<b>MEDIO AMBIENTE</b>		excelente	
	<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>RIESGO</b>	bajo	

**Cuadro 43. Perfil del diseñador**

<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>				
<b>CIUDAD Y FECHA: JUNIO 2013</b>				
<b>ANALISTAS:</b>	<b>LIZETH VANESSA MUÑOZ Y DAYANA LOPEZ</b>			
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	DISEÑADOR		
	<b>AREA</b>	PRODUCCION		
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE		
	<b>SUPERVISAR A:</b>	SECRETARIA Y OPERARIO		
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>EDUCACION</b>	Tecnólogo Decoración de paredes, tendencias en decoración	
		<b>EXPERIENCIA</b>	1 O 2 AÑOS	
	<b>HABILIDAD</b>	<b>MENTAL INICIATIVA</b>	E	Concentración, capacidad de análisis y síntesis en la toma de decisiones importantes para la empresa, dinamismo, colaboración, disciplina.
		<b>MANUAL</b>		Ejecuta movimientos sencillos como dibujar, digitar, coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION</b>		gerente
		<b>POR HERRAMIENTAS Y EQUIPOS</b>		equipos multimedia
		<b>POR DOCUMENTOS Y VALORES</b>		
		<b>POR CONTACTO</b>		planos
				con los clientes directos, proveedores y personal
	<b>ESFUERZO</b>	<b>FISICO</b>		bajo
		<b>MENTAL</b>		alta concentración
		<b>MEDIO AMBIENTE</b>		excelente
	<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>RIESGO</b>		bajo

**Cuadro 44. Perfil del operario**

<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>				
CIUDAD Y FECHA: JUNIO 2013				
<b>ANALISTAS:</b>	LIZETH VANESSA MUÑOZ Y DAYANA LOPEZ			
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>		OPERARIO	
	<b>AREA</b>		PRODUCCION	
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>		GERENTE	
	<b>SUPERVISAR A:</b>		SECRETARIA	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>EDUCACION</b>	TECNICO EN CONSTRUCCION, con manejo del yeso, pintura estuco y espatulado	
		<b>EXPERIENCIA</b>	1 O 2 AÑOS	
	<b>HABILIDAD</b>	<b>MENTAL INICIATIVA</b>	E	Concentración, capacidad de análisis y síntesis en la toma de decisiones importantes para la empresa, dinamismo, colaboración, disciplina.
		<b>MANUAL</b>		Ejecuta movimientos sencillos como dibujar, digitar, coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION</b>		
		DISEÑADOR		
		<b>POR HERRAMIENTAS Y EQUIPOS</b>		
		equipos multimedia		
		<b>POR DOCUMENTOS Y VALORES</b>		
	<b>ESFUERZO</b>	planos		
<b>POR CONTACTO</b>				
con los clientes directos, proveedores y personal				
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>FISICO</b>			
	medio			
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>MENTAL</b>			
	alta concentración			
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>MEDIO AMBIENTE</b>			
	excelente			
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>RIESGO</b>			
	bajo			

**Cuadro 45. Perfil de la secretaria**

<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>			
<b>CIUDAD Y FECHA: JUNIO 2013</b>			
<b>ANALISTAS:</b>	<b>LIZETH VANESSA MUÑOZ Y DAYANA LOPEZ</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	SECRETARIA	
	<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVO	
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE	
	<b>SUPERVISAR A:</b>	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>EDUCACION</b>	TECNICA EN AREAS ADMINISTRATIVAS
		<b>EXPERIENCIA</b>	1 O 2 AÑOS
	<b>HABILIDAD</b>	<b>MENTAL INICIATIVA</b>	En la ejecución de cartas e informes, solución de inconvenientes, presentados al realizar las labores propias de su trabajo y toma de decisiones.
		<b>MANUAL</b>	Para dar y recibir información de personas internas y externas de la empresa. Manejo adecuado de los secretos de la empresa.
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION</b>	
		GERENTE, DISEÑADOR, OPERARIO	
		<b>POR HERRAMIENTAS Y EQUIPOS</b>	
		equipos multimedia	
		<b>POR DOCUMENTOS Y VALORES</b>	
		documentos legales, comerciales y financieros	
<b>ESFUERZO</b>	<b>POR CONTACTO</b>		
	con los clientes directos, proveedores y personal		
	<b>FISICO</b>		
	bajo		
<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>MENTAL</b>		
	alta concentración		
	<b>MEDIO AMBIENTE</b>		
	excelente		
	<b>RIESGO</b>		
	bajo		

**Cuadro 46. Perfil auxiliar de servicios generales.**

<b>ESPECIFICACIONES DEL CARGO</b>				
<b>CIUDAD Y FECHA: JUNIO 2013</b>				
<b>ANALISTAS:</b>	<b>LIZETH VANESSA MUÑOZ Y DAYANA LOPEZ</b>			
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS		
	<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVO		
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE		
	<b>SUPERVISAR A:</b>			
<b>EXIGENCIAS DEL CARGO</b>	<b>CONOCIMIENTO</b>	<b>EDUCACION</b>	Educación Básica Primaria	
		<b>EXPERIENCIA</b>	No requiere	
	<b>HABILIDAD</b>	<b>MENTAL E INICIATIVA</b>	Dinamismo, colaboración, disciplina	
		<b>MANUAL</b>	Ejecuta movimientos sencillos como coger, alcanzar, traer; actividades propias de las labores a cumplir.	
	<b>RESPONSABILIDAD</b>	<b>POR SUPERVISION</b>		
		GERENTE, DISEÑADOR, OPERARIO Y SECRETARIA		
		<b>POR HERRAMIENTAS Y EQUIPOS</b>		
		equipos multimedia		
		<b>POR DOCUMENTOS Y VALORES</b>		
		<b>POR CONTACTO</b>	personal	
	<b>ESFUERZO</b>	<b>FISICO</b>	bajo	
		<b>MENTAL</b>	alta concentración	
		<b>MEDIO AMBIENTE</b>	excelente	
	<b>CONDICIONES DE TRABAJO</b>	<b>RIESGO</b>	bajo	

**Cuadro 47. Funciones del gerente.**

<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	GERENTE
	<b>AREA</b>	GERENCIA
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	ACCIONISTA
	<b>SUPERVISA A</b>	DISEÑADOR, SECRETARIA, OPERARIO, SERVICIOS VARIOS
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	representación legal de la empresa	
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la empresa.</li> <li>• Evaluar al personal.</li> <li>• Planear, dirigir, controlar todas las actividades de la empresa.</li> <li>• Presentar el presupuesto anual de ingresos y egresos de la empresa.</li> <li>• Tomar las medidas necesarias para la conservación de los bienes sociales.</li> <li>• Impartir las órdenes e instrucciones que exija la buena marcha de la empresa.</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir oportunamente los requisitos o exigencias legales que se relacionen con el funcionamiento y actividades de la empresa.</li> <li>• Se relacionen con el funcionamiento y actividades de la empresa.</li> <li>• Nombrar y remover los empleados.</li> </ul>	

**Cuadro 48. Funciones del contador.**

<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	CONTADOR
	<b>AREA</b>	FINANCIERA
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
	<b>SUPERVISA A</b>	SECRETARIA
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	realizar la contabilidad de la empresa	
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprobar las cuentas para los pagos.</li> <li>• Cumplir las demás funciones que le sean propias de acuerdo con la ley.</li> <li>• Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.</li> <li>• Verificar y depurar cuentas contables.</li> <li>• Examinar el valor de los inventarios de mercadería y efectuar ajustes respectivos.</li> <li>• Revisar órdenes de cheque de oficina, corroborando los cálculos presentados.</li> <li>• Revisar reportes de ventas diarias y semanales comparativas con periodos anteriores.</li> <li>• Participar en las sesiones del comité de gastos de la empresa.</li> <li>• Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo.</li> <li>• Asignar y supervisar las tareas y actividades del personal</li> <li>• Atender los asuntos especiales y problemas personales que le presenten sus empleados</li> <li>• Crear las declaraciones de impuestos de ventas.</li> <li>• Crear las declaraciones de retención impuesto de renta.</li> <li>• Revisar las facturas de proveeduría para su contabilización.</li> <li>• Revisar correo electrónico y comunicaciones recibidas.</li> <li>• Revisar y firmar conciliaciones bancarias.</li> <li>• Revisar y comparar gastos mensuales.</li> <li>• Preparar asientos por ajustes varios a la contabilidad, procurado el orden contable.</li> </ul> <p>Revisar los movimientos de las inversiones transitorias</p>	

**Cuadro 49. Funciones del diseñador.**

<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	DISEÑADOR
	<b>AREA</b>	PRODUCCION
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
	<b>SUPERVISA A</b>	SECRETARIA, OPERARIO
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Asesorar a cada uno de los clientes, ayudar en la toma de sus decisiones, diseñar y llevar a físico lo que ha planteado en un papel.	
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar medidas para levantar los planos.</li> <li>• Tomar decisiones de materiales, colores, muebles y texturas en los diseños de decoración y fachadas en yeso, espatulado, pintura y estuco.</li> <li>• Elaborar los presupuestos según los diseños planeados.</li> <li>• Revisar el trabajo asignado por el jefe inmediato y darle cumplimiento</li> <li>• Cuidar los elementos, herramientas, materiales y equipo a su cargo.</li> <li>• Cumplir con las normas de seguridad salud ocupacional.</li> <li>• Aplicar los procedimientos e instructivos de trabajo en la empresa.</li> <li>• Participar en el mantenimiento preventivo de la maquinaria y equipo</li> <li>• Asear los equipos y herramientas.</li> <li>• Practicar las pruebas de calidad a los productos</li> <li>• Llevar por escrito un control de los trabajos.</li> <li>• Llevar registro sobre los presupuestos ejecutados.</li> <li>• Mantenerse al día con lo último en diseño de interiores y fachadas en yeso, espatulado, pintura y estuco</li> </ul> <p><b>FUNCIONES DEL SISTEMA DE CALIDAD</b> Participar activamente en las reuniones del sistema de calidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar ideas de mejoramiento continuo para la realización de las diferentes actividades de la empresa.</li> </ul>	

**Cuadro 50. Funciones del operario.**

<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	OPERARIO
	<b>AREA</b>	PRODUCCION
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
	<b>SUPERVISA A</b>	SECRETARIA
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Cumplir, ejecutar y llevar a cabo con lo planeado y desarrollado para el cliente.	
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer cuidadosamente el respectivo cargue bienes o materiales que se deban necesitar en el proceso según lo ordenado.</li> <li>• Seguir normas de seguridad pertinentes, a fin de evitar accidentes de trabajo.</li> <li>• Llevar a físico lo ordenado por el diseñador sea en yeso, pintura, espatulado.</li> <li>• Medir, nivel, mezclar, fundir, pintar</li> <li>• Manejo de materiales de construcción como, cemento, pintura, yeso entre otros.</li> </ul>	

**Cuadro 51. Funciones de la secretaria.**

<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	SECRETARIA
	<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVO
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
	<b>SUPERVISA A</b>	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Proactiva, excelente presentación personal, excelente relaciones interpersonales para el buen desempeño con el recibimiento de los clientes, buena expresión para la presentación del portafolio, organizada con la documentación a su responsabilidad, responsable para el pago de nóminas entre otros.	
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención, recibimiento a cada uno de los clientes que visite la empresa.</li> <li>• Dar a conocer al cliente el portafolio de servicios.</li> <li>• Revisar diariamente las tareas asignadas y darles cumplimiento.</li> <li>• Cuidar los elementos, materiales y equipos a su cargo.</li> <li>• Mantener actualizado y ordenado el sistema de archivos.</li> <li>• Atender el teléfono en forma efectiva.</li> <li>• Elaborar las cuentas de cobro y hacer seguimiento y control de ellas.</li> <li>• Recibir, registrar la correspondencia y hacer seguimiento de ella.</li> <li>• Transcribir, redactar, enviar cartas, informes, documentos y otros que se requieran para el funcionamiento de la organización.</li> <li>• Recibir y atender a los clientes.</li> <li>• Mantener stock mínimo de existencias de papelería indispensable para el buen desempeño.</li> <li>• Mantener actualizada la información contable de la empresa.</li> <li>• Responder oportunamente toda correspondencia que llegue a la empresa ya               <ul style="list-style-type: none"> <li>• sea interna o de tipo externa.</li> </ul> </li> <li>• Liquidar nómina quincenalmente.</li> <li>• Liquidar al término de cada mes los aportes parafiscales y las prestaciones               <ul style="list-style-type: none"> <li>• sociales.</li> </ul> </li> <li>• Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes.</li> <li>• Otras que le asigne el jefe inmediato y que por naturaleza tengan relación con el cargo.</li> </ul>	

**Cuadro 52. Funciones de la auxiliar de servicios varios.**

<b>FUNCIONES DEL CARGO</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	<b>NOMBRE DEL CARGO</b>	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS
	<b>AREA</b>	ADMINISTRATIVO
	<b>CARGO DEL JEFE INMEDIATO</b>	GERENTE
	<b>SUPERVISA A</b>	
<b>FUNCION PRINCIPAL</b>	Mantener las instalaciones de las Oficinas de Apoyo limpias de acuerdo a la norma sanitaria vigente y las estipuladas en procedimientos internos. Reportar desperfectos y deterioro en las instalaciones. Dar mantenimiento preventivo organizado, puntual, ágil.	
<b>FUNCIONES SECUNDARIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar labores de aseo y desinfección, tales como limpieza, aspersión, descontaminación en las diferentes áreas de la empresa, utensilios de trabajo, baños, ventanas, puertas, oficinas y almacenamiento.</li> <li>• Organizar y atender los servicios de cafetería, preparar y servir tinto, servir agua.</li> <li>• Solicitar los utensilios, elementos para la realización de sus labores.</li> <li>• Utilizar adecuadamente los diferentes desinfectantes, en las proporciones y Concentraciones fijadas por el plan de saneamiento de la empresa y autoridades sanitarias.</li> <li>• Realizar de manera eficiente las labores de recolección, conducción, manejo, almacenamiento interno, clasificación, transporte y disposición de los desechos sólidos (basuras), con el propósito de evitar la contaminación de los alimentos, áreas y equipos o el deterioro del medio ambiente.</li> <li>• Realizar controles de plagas como artrópodos y roedores para disminuir los riesgos de contaminación de los alimentos.</li> </ul>	

**4.3.3 Asignación salarial.** Para realizar esta estructura salarial se utilizó el sistema de jerarquización de superior a inferior, ordenando los cargos según la importancia, teniendo en cuenta la función principal que desarrollará cada uno. Para asignar el salario al cargo de mayor jerarquía se toman como base los salarios promedios de la plaza para este tipo de empleo, teniendo en cuenta la capacidad económica de la empresa y al más bajo en la tabla de jerarquización se le asignará de acuerdo a lo establecido por el gobierno como salario mínimo. Los demás cargos fueron ubicados dentro de la escala jerárquica teniendo en cuenta

su responsabilidad, el nivel de educación requerido para el mismo, el riesgo en el desarrollo de las labores diarias y el grado de importancia. Para calcular la asignación salarial del auxiliar de servicios, la secretaria y el operario se toman como base el auxilio de transporte y el salario mínimo del año 2014 e incrementos estimados de acuerdo a la productividad inflación respectivamente para el año 2015.

- Auxilio de transporte año 2014 \$ 72.000
- Salario mínimo legal año 2014 \$ 616.000  
La remuneración de los demás funcionarios es similar a la que existe actualmente en el mercado para el año 2014.
- Gerente \$1.800.000.
- Secretaria \$ 616.000
- Diseñador \$1.300.000
- Auxiliar de servicios \$ 616.000
- Operario: \$ 616.000
- Contador por honorarios \$ 150.000

**Nota:** La secretaria, los diseñadores y el auxiliar de servicios, y el operario por ley el básico mencionado más su auxilio de transporte de ley.

Se tendrá como fijo o de planta un operario el cual estará a disposición de los requerimientos del diseñador, ya que sus funciones varían según la producción y así mismo se tendrá un incentivo adicional según resumen mensual de contratos realizados o metros cuadrados vendidos

Si se requieren de más operarios se contratan por medio de Outsourcing ( obra-labor) ya que la empresa no tiene capacidad de contratar varios operarios porque no tiene una producción definida sobre los futuros contratos pero si es necesario en caso de tener varios contratos por cumplir se contratará el personal requerido.

**Cuadro 53. Porcentaje de las prestaciones sociales**

<b>CARGA PRESTACIONAL</b>	<b>%</b>	
PENSION	12%	
ARL	1.044%	RIESGO 3
SUBSIDIO FAMILIAR	4%	
PRIMA	8.33%	
CESANTIAS	8.33%	
VACACIONES	4.16%	
INTERESES CESANTIAS	1	

El personal será contratado a tres meses inicialmente, mediante un contrato laboral directo y de acuerdo a su desempeño, se vinculará a término fijo de un año prorrogable por el mismo período en acuerdo de las partes cumpliendo la ley 50 de 1990 y ley 100 de 1991. La seguridad social se proyecta con base a lo estipulado por ley y reflejan sus valores y porcentajes en el siguiente cuadro:

Afiliación al Instituto de los Seguros Sociales (I.S.S) o a una empresa prestadora de salud (E.P.S.). Para esta clase de afiliación, el trabajador debe llevar los siguientes documentos autorizado por el patrono.

- Formulario de salud.
- Formulario de riesgos profesionales.
- Formulario de pensión.
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía.

Los aportes parafiscales se le atribuyen a tres instituciones y los asume en su totalidad el empleador.

#### **4.4 RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO**

De acuerdo al estudio se concluye que administrativamente este proyecto es viable por las siguientes razones:

- Se identificó que el tipo de sociedad más adecuado para la empresa es la sociedad limitada según el tipo de accionista y la actividad económica.
- La misión, visión y política de calidad son claros se tiene presente la meta que tiene la empresa y las estrategias que se deben seguir para alcanzarlas.
- Se tiene un organigrama con una estructura organizacional que permite optimizar las funciones administrativas y operativas enfocadas a cumplir todos los puntos de trabajo para satisfacer los clientes, proveedores y empleados.
- Para la elaboración o el cumplimiento en grandes obras o varias al mismo tiempo se contrata personal (obra –labor) ya que inicialmente la empresa no cuenta con la capacidad suficiente para mantener una nómina elevada y en un principio los clientes son pocos y no sería rentable tener personal inactivo generando costos.
- Dentro de las políticas de compra relacionamos las siguientes: se deberá seleccionar la cotización que demuestre mejor oferta económica y calidad, se comprará a proveedores de Bucaramanga siempre y cuando ofrezcan beneficio de precios y calidad.
- Ya analizado los anteriores puntos se suministra las herramientas para gestionar un exitoso trabajo administrativo.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

Con el estudio financiero se busca especificar detalladamente los valores de inversión, costos, ingresos y egresos en los que incurrirá la empresa.

Para llevar a cabo este estudio financiero se determinarán detalladamente los valores de inversión, costos, ingresos y egresos en los que incurre. Luego se definirá la situación contable de la empresa mediante la aplicación de herramientas económico-financieras, tales como: TIR, valor presente neto, estado de pérdidas y ganancias, flujo neto de efectivo, flujo de caja y un balance general. Identificar un periodo de recuperación de la inversión

### 5.1 INVERSIONES

Se especifican a continuación los costos incurridos en la adecuación e instalación de la empresa.

**5.1.1 Inversión fija.** Está compuesta por los equipos, maquinaria, muebles, y enseres, requeridos por la empresa a crear.

**5.1.1.1 Maquinaria y equipo:** De acuerdo a las necesidades de obra blanca las herramientas requeridas para el inicio del negocio son una pulidora, un taladro y una polichadora, tal como se muestra a continuación.

#### Cuadro 54. Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Valor. unitario	Valor total
Taladro	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Pulidora	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Polichadora	1	\$ 250.000	\$ 250.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$450.000</b>

El total de inversión en maquinaria asciende a 450.000. Este rubro si bien no representa un valor alto, se constituye como el núcleo central de la prestación de los servicios.

**5.1.1.2 Muebles y enseres:** Los muebles y enseres requeridos para el proyecto se detallan a continuación, dada la estructura del proyecto se requieren los siguientes:

**Cuadro 55. Muebles y enseres**

Muebles y enseres	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	3	\$ 122.900	\$368.700
Sillas giratorias	3	\$229.900	\$689.700
Archivador	1	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.258.400</b>

Las características del equipo de cómputo requerido son: Procesador Intel Pentium dual core de 3.0 ghz tercera generación, Disco Duro de 500 Gb, monitor LED de 19" con parlantes integrados, el precio incluye la licencia de Microsoft office 365 para uso en cinco equipos fijos. Windows 8.1 Home Premium.

La Impresora es multifuncional: fotocopidora, escáner, wifi, copia laser, tinta continua. En general, el equipo de oficina asciende a 2.814.860 pesos m/cte.

**5.1.1.3 Equipo de oficina.** Las características del equipo de cómputo requerido son: Procesador Intel Pentium dual core de 3.0 ghz tercera generación, Disco Duro de 500 Gb, monitor LED de 19" con parlantes integrados, el precio incluye la licencia de Microsoft office 365 para uso en cinco equipos fijos. Windows 8.1 Home Premium.

La Impresora es multifuncional: fotocopidora, escáner, wifi, copia laser, tinta continua.

**Cuadro 56. Equipo de oficina**

Equipo de oficina	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador	3	\$ 799.000	\$ 2.397.000
Impresora	1	\$ 305.900	\$ 305.900
Calculadora	4	\$12.990	\$ 51.960
Teléfono	1	\$60.000	\$60.000
<b>Total</b>			<b>\$2.814.860</b>

**5.1.1.4 Herramientas:** Se encuentra el listado de herramientas para la realización de obra blanca.

**Cuadro 57. Herramientas**

Detalle	Cantidad	Valor. unitario	Valor total
Banco	1	\$100.000	\$100.000
Estante	3	\$ 40.000	\$ 120.000
Brocha	2	\$ 8.000	\$ 16.000
Rodillo	2	\$ 9.000	\$ 18.000
Moldes	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000
Regla	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Nivel	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Manguera nivel	1	\$ 10.0000	\$ 10.000
Espátula	3	\$ 5.000	\$ 15.000
Destornillador	2	\$ 4.000	\$ 8.000
Alicate	1	\$ 18.000	\$ 18.000
Martillo	1	\$ 12.000	\$ 12.000
Segueta	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Hoja de segueta	6	\$3.000	\$18.000
Caneca	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Tornillo	12	\$ 1.000	\$ 12.000
Escalera	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Tijeras	1	\$ 25.000	\$ 25.000
Guantes	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Llana	2	\$ 7.000	\$ 14.000
Extensión	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Metro	2	\$ 5.000	\$ 10.000
Marcador	2	\$ 2.000	\$ 4.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$2.019.000</b>

El total de la inversión en herramienta es relativamente bajo, comparado con los costos de oficina y supera a la inversión en maquinaria y equipo.

**5.1.1.5 Total de inversión fija.** Totalizando los items anteriores se encuentra que el valor total de la inversión fija asciende a siete millones ciento noventa y un mil doscientos sesenta pesos.

### Cuadro 58. Inversión fija

Inversión fija	Valor
Maquinaria y equipo	\$450.000
Muebles y enseres	\$ 1.258.400
Equipo de oficina	\$2.814.860
Herramientas	\$2.019.000
<b>Total</b>	<b>\$6.542.080</b>

**5.1.2 Inversión diferida.** Dentro de los ítems requeridos para el trabajo se tienen los siguientes ítems que si bien se constituyen en inversión inicial, se consideran inversión diferida.

### Cuadro 59. Aspectos legales

Aspectos legales	Valor
Licencia cámara de comercio	\$450.000
Escritura publica	\$450.000
Licencia industria y comercio	\$580.000
Publicidad de lanzamiento	\$2.150.000
Estudio de factibilidad	\$1.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.830.000</b>

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo.** Es el total de capital disponible en activos corrientes para la puesta en marcha del proyecto durante el ciclo productivo. Su especificación en conceptos y valores se determinaran teniendo en cuenta los egresos que se presentan a continuación.

**5.1.3.1 Costos de producción:** Están representados por las erogaciones que se capitalizan para conformar el costo de los productos fabricados. En el proceso productivo pueden claramente definirse 3 elementos integrantes de dicho costo, son los denominados **ELEMENTOS FUNDAMENTALES DEL COSTO DE PRODUCCION**, aquellos indispensables para determinar el costo de producir un bien.

Los elementos fundamentales que integran el costo del producto son:

- Materiales directos
- Mano de obra directa
- Costos indirectos de fabricación

Las cuentas de costos se componen de cuentas individuales y detalladas para cada uno de los 3 elementos fundamentales del costo. Para propósitos del cálculo del costo de producción el adjetivo “DIRECTO” que se da a los conceptos materiales y mano de obra, indican la relación de estos elementos del costo con el producto que se está fabricando.

**5.1.3.1.1 Materias primas:** Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final.

La materia prima es utilizada principalmente en las empresas industriales que son las que fabrican un producto. Las empresas comerciales manejan mercancías, son las encargadas de comercializar los productos que las empresas industriales fabrican.

**Cuadro 60. Materia prima decoración en yeso (cornisa)**

Materia prima	Cantidad	Valor	Total/ m2
Yeso de moldura	3 kg	\$14.000	\$ 42.000
Pintura blanca- (cuñete 20.000 cc)	757.08 CC	\$40.000( \$ 2)	\$1.514
Pegacor blanco	1 kg	\$11.000	\$ 11.000
Aceite de cocina x 1000cc	500 cc	\$4.500	\$ 2.250
Lija número 150	1	\$1.000	\$ 1.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 57.764</b>

**Cuadro 61. Total de Materia prima de yeso por meses**

Concepto	Valor M2	Producción al año	Valor anual	Valor mensual
Materia Prima	<b>\$ 57.764</b>	564 M2/año	\$32.578.896	\$2.714.908

**Cuadro 62. Materia prima pintura y estuco**

Materia prima	Cantidad	Valor	Total/ m2
Pintura blanca-cuñete 20.000 cc	757.08 CC	\$40.000( \$ 2)	\$1.514
Estuco en polvo	3 KG	\$700	\$ 2.100
Lija número 150	1	\$1.000	\$ 1.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.614</b>

**Cuadro 63. Total de Materia prima de pintura y estuco por meses**

Concepto	Valor M2	Producción al año	Valor anual	Valor mensual
Materia Prima	4.624	756 M2/año	\$3.488.184	\$ 290.682

**Cuadro 64. Materia prima espatulado**

Materia prima	Cantidad	Valor	Total/ m2
Estuco plástico cuñete (20.000 cc)	252.36 CC	\$ 40.000(2)	\$ 505
Cera líquida	200 CC	\$ 4.000	\$ 800
Cera crema	0.5 unid	\$ 12.000	\$ 6.000
Lija número 600	0.5 unid	\$ 1000	\$ 500
Lija número 1200	0.5 unid	\$ 1000	\$ 500
Biovarsol (250 cc)	125 cc	\$1.800(\$7.5)	\$ 900
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9.205</b>

**Cuadro 65. Total de Materia prima de espatulado por meses**

Concepto	Valor M2	Producción al año	Valor anual	Valor mensual
Materia Prima	\$ 9.205	504 m2/año	\$4.639.320	\$386.610

**Cuadro 66. Totalidades por metros cuadrados materia prima de yeso**

YESO	Materia prima	Canti	Valor	Total/ m2	Producci ón al año	Valor anual	Valor mensual
	Yeso de moldura	3 kg	\$14.000	\$ 42.000			
	Pintura blanca- (cuñete 20.000 cc)	757.08 CC	\$40.000( \$ 2)	\$1.514			
	Pegacor blanco	1 kg	\$11.000	\$ 11.000			
	Aceite de cocina x 1000cc	500 cc	\$4.500	\$ 2.250			
	Lija número 150	1	\$1.000	\$ 1.000			
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 57.764</b>	564 M2/año	<b>\$32.578. 896</b>	<b>\$2.714.90 8</b>

**Cuadro 67. Totalidades por metros cuadrados materia prima de pintura y estuco**

PINTURA Y ESTUCO	Materia prima	Cantidad	Valor	Total/ m2	Producción al año	Valor anual	Valor mensual
	Pintura blanca- cuñete20.000 cc	757.08 CC	\$40.000( \$ 2)	\$1.514			
	Estuco en polvo	3 KG	\$700	\$ 2.100			
	Lija número 150	1	\$1.000	\$ 1.000			
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.614</b>	756 M2/año	<b>\$3.488.184</b>	<b>\$ 290.682</b>

**Cuadro 68. Totalidades por metros cuadrados materia prima de espatulado**

ESPATULADO	Materia prima	Cantidad	Valor	Total/ m2	Producción al año	Valor anual	Valor mensual
	Estuco plástico cuñete (20.000 cc)	252.36 CC	\$ 40.000(2)	\$ 505			
	Cera liquida	200 CC	\$ 4.000	\$ 800			
	Cera crema	0.5 unid	\$ 12.000	\$ 6.000			
	Lija número 600	0.5 unid	\$ 1000	\$ 500			
	Lija número 1200	0.5 unid	\$ 1000	\$ 500			
	Biovarsol (250 cc)	125 cc	\$1.800(\$7.5)	\$ 900			
	<b>TOTAL</b>			\$ 9.205	504 m2/año	\$4.639.320	\$386.610

**Cuadro 69. Resumen de totales mensuales por técnicas**

Materia prima	Valor anual	Valor mensual
Decoración en yeso (cornisa)	\$32.578.896	\$2.714.908
Pintura estuco	\$3.488.184	\$ 290.682
Espatulado	\$4.639.320	\$386.610
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 40.706.400</b>	<b>\$ 3.392.200</b>

### 5.1.3.1.2 Mano de obra directa

**Cuadro 70. Mano de obra directa operario**

Mano de obra directa	Operario1	Total mano de obra
Sueldo mes	\$ 616.000	\$ 616.000
Subsidio de Transporte	\$ 72.000	\$ 72.000
Prima 8,33%	\$57.310	\$57.310
Vacaciones 4,17%	\$28.261	\$28.261
Cesantías 8,33%	\$57.310	\$57.310
Intereses cesantías 1%	\$6.880	\$6.880
Pensión 12%	\$73.920	\$73.920
Parafiscales 4%	\$ 24.640	\$ 24.640
Riesgos profesionales 1,044%	\$6.431	\$6.431
Dotación 7%	\$43.120	\$43.120
<b>Total mes</b>	<b>\$ 985.872</b>	<b>\$ 985.872</b>
<b>Total año</b>	<b>\$ 11.830.464</b>	<b>\$ 11.830.464</b>

### 5.1.3.1.3 Costos indirectos fabricación.

**Cuadro 71. Depreciación de Maquinaria y equipo y herramientas**

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Maquinaria y equipo	\$ 450.000	10	\$45.000	\$3.750	\$225.000
Herramientas	\$ 2.019.000	5	\$ 385.800	\$ 32.150	0
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.379.000</b>		<b>\$430.800</b>	<b>\$35.900</b>	<b>\$225.000</b>

**Cuadro 72. Mantenimiento de Maquinaria y equipo y herramientas**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año	Valor mes
Maquinaria y equipo	450.000	5%	22.500	1.875
Herramientas	2.019.000	5%	100.950	8.413
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.469.000</b>		<b>\$ 123.450</b>	<b>\$ 10.288</b>

**Cuadro 73. Seguros**

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año	Valor mes
Maquinaria y equipo	450.000	1%	4,500	375
Herramientas	2.019.000	1%	20.190	1.683
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.469.000</b>		<b>\$ 24.690</b>	<b>\$ 2.058</b>

El resumen de los costos indirectos de fabricación, incluido el prorrateo del 50% del valor del arrendamiento, es de \$9.573.534.

#### Cuadro 74. Total de costos indirectos de fabricación

Concepto	Valor/mes	Valor / año
Depreciación de maquinaria y equipo y herramientas	\$35.900	\$430.800
Mantenimiento de maquinaria y equipo y herramientas	\$ 9.912	\$ 118.944
Seguro de producción	\$ 1.982	23.790
Arriendo 50%	\$ 750.000	\$ 9.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$797.794</b>	<b>\$ 9.573.528</b>

#### 5.1.3.1.4 Total costos de producción del servicio

#### Cuadro 75. Costos de producción

técnicas	Materia prima		Mano de obra		Costos ind. fabricación	
	Valor anual	Valor mensual	Valor anual	Valor mensual	Valor anual	Valor mensual
Decoración en yeso (cornisa)	\$ 32.578.896	\$ 2.714.908	(31%) \$ 3.667.443	\$ 305.620	\$ 2.975.051	\$ 247.921
Pintura estuco	\$ 3.488.184	\$ 290.682	(42%) \$ 4.968.794	\$ 414.066	\$ 4.030.715	\$ 335.893
Espatulado	\$ 4.639.320	\$ 386.610	(27%) \$ 3.194.227	\$ 266.185	\$ 2.591.174	\$ 215.931
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 40.706.400</b>	<b>\$ 3.392.200</b>	<b>\$ 11.830.464</b>	<b>\$ 985.872</b>	<b>\$ 9.596.940</b>	<b>\$ 799.745</b>

**5.1.3.2 Gastos de administración y ventas:**

**Cuadro 76. Nómina administrativa**

NOMBRES Y APELLIDOS	CEDULA	SUELDO	DIAS	SUELDO	AUXILIO	TOTAL	DEDUCCIONES		TOTAL	NETO
TRABAJADOR	NUMERO	BASICO	LAB	DEVEN	TRANS.	DEVENG,	SALUD	PENSION	DEDUCC,	A PAGAR
Gerente		1,800,000	30	1,800,000	0	1,800,000	72,000	72,000.00	144,000	1,656,000
Diseñador		1,300,000	30	1,300,000	0	1,300,000	0	-	0	1,300,000
Secretaria		616,000	30	616,000	72,000	688,000	51,313	51,312.80	102,626	585,374
Auxiliar de serv. Generales		616,000	30	616,000	72,000	688,000	6,160	6,160.00	12,320	675,680
				<b>4,332,000</b>	<b>144,000</b>	<b>4,476,000</b>	<b>129,473</b>	<b>129,472.80</b>	<b>258,946</b>	<b>4,217,054</b>

**Cuadro 77. Contabilización de la nomina**

<b>CONTABILIZACION DE LA NOMINA DE UN MES</b>			
<b>CODIGO</b>	<b>CONC</b>	<b>DEBITO</b>	<b>CREDITO</b>
510506	Sueldos	4,332,000	
510527	A transp,	144,000	
237005	Salud		324,413
238030	pensión		476,033
2505	POR PAGAR		4,217,054
510569	Salud	194,940	
510570	Pensión	346,560	
510568	R prof,	22,613	
237006	R prof,		22,613
510572	COMCAJA	173,280	
510575	I C B F	129,960	
510578	SENA	86,640	
237010	COMCAJA		389,880
510530	Cesantías	360,856	
510533	Inter. / ces	43,320	
510536	Prmserv	360,856	
510539	Vacac,	180,211	
261005	Cesantías		360,856
261010	Inter. / ces		43,320
261020	Prmserv		360,856
261015	Vacac,		180,211
253015	Dotación		86,240
510551	Dotación	86,240	
	<b>TOTAL</b>	<b>6,461,475</b>	<b>6,461,475</b>
	<b>Total Año</b>	<b>77.537.705</b>	

**Cuadro 78. Depreciación administrativa**

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Muebles y enseres	\$ 2.057.400	10	\$ 205.740	\$ 17.145	\$ 1.028.700
Equipo de oficina	\$ 2.754.760	5	\$550.952	\$ 45.913	0
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.812.160</b>		<b>\$ 756.692</b>	<b>\$ 63.058</b>	<b>\$ 1.028.700</b>

**GASTOS GENERALES:** Incluyen los demás gastos generales, publicidad, mantenimiento, seguros, arriendo 50%, servicios públicos.

**Cuadro 79. Mantenimiento administrativo**

Activo	Valor del activo	%	Valor año	Valor mes
Muebles y enseres	\$ 2.057.400	5%	\$ 102.870	\$ 8.572
Equipo de oficina	\$ 2.754.760	5%	\$ 137.738	\$ 11.478
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.812.160</b>		<b>\$ 240.608</b>	<b>\$ 20.050</b>

**Cuadro 80. Seguro administrativo**

Activo	Valor del activo	Años depreciables	Valor año	Valor mes
Muebles y enseres	\$ 2.057.400	1%	\$ 20.574	\$ 1.714
Equipo de oficina	\$ 2.754.760	1%	\$ 27.548	\$ 2.296
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.812.160</b>		<b>\$ 48.122</b>	<b>\$ 4.010</b>

### Cuadro 81. Útiles de papelería

Detalle	Cantidad	Valor. unitario	Valor anual	Valor mensual
Papel resma: para cartas, actas, circulares	2	\$35.000	\$840.000	\$70.000
ELEMENTOS DE PAPELERÍA: Carpetas, Ganchos legajadores, rótulos o Tickets, lapiceros, lápices, marcadores, Memoria, escuadras , lápices de colores		\$ 45.000	\$ 540.000	\$ 45.000
Tinta china	2	\$ 2.500	\$ 60.000	\$ 5.000
Rápidografos recargables	2	\$ 45.000	\$ 90.000	0
Tablero acrílico paleógrafo	1	\$ 159.000	\$ 159.000	0
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 376.500</b>	<b>\$2.769.000</b>	<b>\$ 120.000</b>

El tablero acrílico y los rapidografos tienen vida útil de un año.

### Cuadro 82. Servicios públicos

Concepto	Mensual	Anual
Luz	\$30.000	\$360.000
Agua	\$28.000	\$336.000
Teléfono e internet	\$35.000	\$420.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 93.000</b>	<b>\$ 1.116.000</b>

En resumen, los gastos generales ascienden a 14.373.730, tal como se muestra a continuación

### Cuadro 83. Gastos generales

Concepto	Valor mes	Valor año
Honorarios del contador	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Mantenimiento administrativo	\$ 20.050	\$ 240.600
50% del arriendo	\$ 750.000	\$ 9.000.000
seguro administrativo	\$ 4.010	\$ 48.122
servicios públicos	\$ 93.000	\$ 1.116.000
útiles de papelería	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Publicidad	\$150.000	\$1.800.000
Fletes	\$50.000	\$600.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.337.060</b>	<b>\$ 16.044.720</b>

#### Cuadro 84. Gastos de administración y ventas

Concepto	Valor mes	Valor año
Nómina administrativa	\$6.618.490	\$ 79.421.880
Depreciación administrativa	\$ 63.058	\$ 756.696
Gastos generales	<b>\$ 1.337.060</b>	<b>\$ 16.044.720</b>
<b>Total</b>	<b>\$8,018,608</b>	<b>\$ 96,223,296</b>

Por su parte, los gastos de administración y ventas se constituyen por 96.223.296anualmente.

**5.1.3.3 Gastos financieros.** Esta idea de negocio no generara gastos financieros puesto que la inversión es muy baja por lo tanto no es necesaria las ayudas bancarias.

**5.1.3.4 Total Capital de trabajo.** El Capital de trabajo requerido para esta idea de negocio es de 23.404.382

#### Cuadro 85. Capital de trabajo

Descripción	Valor mes	Valor 2 meses
Costos de producción	\$ 5.182.659	\$ 10.365.318
Gastos administrativos y de venta	<b>\$ 6.618.490</b>	\$ 13.236.980
Sub total	\$ 11.801.149	\$ 23.602.298
Menos depreciación total	\$ 100.458	\$ 200.916
Total	\$ 11.700.691	\$ 23.401.382

#### 5.1.4 Inversión total

#### Cuadro 86. Inversión total

Descripción	Valor
Inversión fija	\$ 7.191.260
Inversión diferida	\$ 4.830.000
Capital de trabajo	\$ 23.401.382
Total	<b>\$ 35.422.642</b>

### 5.1.5 Fuentes de financiación.

**Cuadro 87. Fuentes de financiación**

<b>Recursos</b>	<b>Valor \$</b>	<b>%</b>
Recursos crédito	0	0
Recursos propios	<b>\$ 35.425.642</b>	100%
Total	<b>\$ 35.425.642</b>	100%

### 5.2. COSTOS Y GASTOS

La estructura de costos y gastos se muestran a continuación.

#### 5.2.1. Costos y gastos fijos

**Cuadro 88. Costos y gastos fijos**

Concepto	Espatulado	Estuco	Yeso	Valor total/año
Nomina administrativa y de venta	21.944.266	32.920.369	24.557.245	\$ 79.421.880
Arriendo	414.450	621.750	463.800	\$ 1.500.000
Publicidad	1.005.732	1.508.780	1.125.488	\$ 3.640.000
Mantenimiento	99.346	149.037	111.175	\$ 359.558
Depreciación	328.104	492.215	367.173	\$ 1.187.492
Seguros	19.869	29.808	22.235	\$ 71.912
Amortización de diferidos	266.906	400.407	298.687	\$ 966.000
Útiles de aseo	41.445	62.175	46,380	\$ 150.000
Útiles de papelería	930.855	1.396,450	1.041.695	\$3.369.000
Total costos gastos fijos	25.050.973	37.580.991	28.033.878	<b>\$90.665.842</b>

**5.2.2 Costos y gastos variables.** Los costos y gastos variables, son por 54.334.375, correspondientes a las Materias Primas, mano de obra directa, materiales indirectos y servicios públicos.

### Cuadro 89. Costos variables

Descripción	Anual
Materias primas	\$ 40.706.400
Mano de obra directa	\$ 12.832.716.00
Materiales indirectos	\$ 9.573.528.00
Servicios públicos	\$ 1.716.000
<b>Total Costos y gastos variables</b>	<b>\$ 64.828.644.00</b>

**5.2.3 Costos y gastos total unitario.** Como primer paso para determinar el precio de venta, se establecen los costos unitarios totales para cada uno de los productos, espatulado, estuco y yeso.

### Cuadro 90. Costos totales unitarios

	espatulado	Estuco	yeso	Total
Costos fijos	25.050.973	37.580.991	28.033.878	90.665.842
Costo variables	17.912.154	26.871.472	2.0045.017	64.828.644
Costos totales	40.063.560	60.102.590	44.834.067	145.000.217
M2 a producir	504	756	546	1.806
Costo unitario	85.244	85.255	88.057	258.555

### 5.3 PRECIO DE VENTA

De acuerdo a la estructura de costo totales unitarios, se fijan los precios con un 25 % de utilidad.

#### Cuadro 91. Precio de venta

	<b>ESPATULADO</b>	<b>ESTUCO</b>	<b>YESO</b>
Costos fijos	25.050.973	37.580.991	28.033.878
Costo variables	17.912.154	26.871.472	20.045.017
Costos totales	40.063.560	60.102.590	44.834.067
M2 a producir	504	756	546
Costo unitario	85.244	85.255	88.057
Precio de venta	106.555	106.568	110.071

Dichos precios están acordes con los precios de la competencia.

#### 5.4. PROYECCIONES FINANCIERAS

Una vez realizada la estructura de costos para el año uno, se proyecta un crecimiento anual del 10% sobre los costos entre los años 2 al 5.

#### Cuadro 92. Proyección de costos de producción a 5 años

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Materias primas	40.706.400	44.777.040	49.254.744	54.180.218	59.598.240
Mano de obra directa	11.911.885	1.176.332	1.293.965	1.423.362	1.565.698
CIFS	13.120.134	14.457.894	15.903.683	17.494.052	19.243.457
<b>Total</b>	<b>62.191.909</b>	<b>56.510.105</b>	<b>62.161.115</b>	<b>68.377.227</b>	<b>75.214.950</b>

De la misma forma se proyectan los gastos administrativos y de ventas para los cinco años siguiendo la misma proporción.

**Cuadro 93. Proyección de gastos de administración y ventas a 5 años**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nomina administrativa y ventas	79.421.880	82.598.755	85.902.705	89.338.813	92.912.366
Depreciación Administrativa	756.696	756.696	756.696	756.696	756.696
Amortización de diferidos	966.000	966.000	966.000	966.000	966.000
Gastos generales	14.124.720	14.689.708	15.277.297	15.888.389	16.523.924
<b>Total</b>	<b>95.269.296</b>	<b>99.011.160</b>	<b>102.902.699</b>	<b>106.949.899</b>	<b>111.158.987</b>

**5.4.1 Ingresos proyectados.** Se realiza la proyección de ingresos para el primer año, teniendo en cuenta las cantidades indicadas a continuación.

**Cuadro 94. Ingresos del primer año**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR	INGRESO
espatulado	504	06.555	53.703.720
Estuco	756	06.568	80.565.408
Yeso	564	10.071	62.080.044
<b>Total</b>	<b>1824</b>	<b>23.194</b>	<b>196.349.172</b>

Con esta información se proyecta un crecimiento en las ventas a un ritmo del 10% anual, teniendo en cuenta la proyección de las capacidades del proyecto.

**Cuadro 94. Ingresos Proyectados**

año 1	196.349.172
año 2	21.984.089
año 3	237.582.498
año 4	261.340.748
año 5	287.474.823

5.4.2. Egresos. Se proyectan los egresos al horizonte de evaluación del proyecto.

**Cuadro 95. Incremento salarial producción**

<b>INCREMENTO SALARIAL PRODUCCION</b>					
<b>LABOR</b>	<b>SUELDO</b>	<b>1 AÑO</b>	<b>2 AÑO</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>4 AÑO</b>
	<b>BASICO</b>	2.66%	2.79%	2.71%	2.51%
Operario 1	616.000	632.361	649.986	667.605	684.340
<b>PRODUCCION</b>	<b>616.000</b>	<b>632.361</b>	<b>649.986</b>	<b>667.605</b>	<b>684.340</b>
<b>en 12 meses</b>	<b>7.392.000</b>	<b>7.588.332</b>	<b>7.799.833</b>	<b>8.011.259</b>	<b>8.212.083</b>

**Cuadro 96. Incremento salarial administrativo**

<b>INCREMENTO SALARIAL ADMINISTRACION</b>					
<b>LABOR</b>	<b>SUELDO</b>	<b>1 AÑO</b>	<b>2 AÑO</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>4 AÑO</b>
	<b>BASICO</b>	2,66%	2,79%	2,71%	2,51%
Gerente	1.800.000	1.847.808	1.899.310	1.950.794	1.999.695
Diseñador	1.300.000	1.334.528	1.371.724	1.408.906	1.444.224
Secretaria	616.000	632.361	649.986	667.605	684.340
Aux. Serv. Generales	616.000	632.361	649.986	667.605	684.340
<b>ADMINISTRACION</b>	<b>4.332.000</b>	<b>1.847.808</b>	<b>1.899.310</b>	<b>1.950.794</b>	<b>1.999.695</b>
<b>en 12 meses</b>	<b>51.984.000</b>	<b>22.173.696</b>	<b>22.791.721</b>	<b>23.409.523</b>	<b>23.996.345</b>

**Cuadro 97. Incremento salarial ventas**

<b>INCREMENTO SALARIAL VENTAS</b>					
<b>LABOR</b>	<b>SUELDO</b>	<b>1 AÑO</b>	<b>2 AÑO</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>4 AÑO</b>
	<b>BASICO</b>	2,66%	2,79%	2,71%	2,51%
Comisión	100.000	102.656	105.517	108.377	111.094
<b>VENTAS</b>	<b>100.000</b>	<b>102.656</b>	<b>105.517</b>	<b>108.377</b>	<b>111.094</b>
<b>en 12 meses</b>	<b>1.200.000</b>	<b>1.231.872</b>	<b>1.266.207</b>	<b>1.300.529</b>	<b>1.333.130</b>

**Cuadro 98. Proyección de gastos fijos**

<b>PROYECCION DE GASTOS FIJOS</b>					
<b>GASTOS FIJOS</b>	<b>AÑO INICIAL</b>	<b>1 AÑO</b>	<b>2 AÑO</b>	<b>3 AÑO</b>	<b>4 AÑO</b>
		2.66%	2.79%	2.71%	2.51%
Agua	336.000	344.924	354.538	364.148	373.276
Luz	540.000	554.342	569.793	585.238	599.909
Teléfono	840.000	862.310	886.345	910.370	933.191
Arriendo	9.000.000	9.239.040	9.496.551	9.753.968	9.998.477
Imprevistos	2.400.000	2.463.744	2.532.413	2.601.058	2.666.261
	<b>13.116.000</b>	<b>13.464.361</b>	<b>13.839.640</b>	<b>14.214.782</b>	<b>14.571.114</b>

**Cuadro 99. Proyección de gastos fijos al año**

<b>GASTOS FIJOS</b>	<b>GASTOS</b>	<b>GASTOS</b>
	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
Agua	28.000	336.000
Luz	45.000	540.000
Teléfono	70.000	840.000
Arriendo	750.000	9.000.000
Imprevistos	200.000	2.400.000
	<b>1.093.000</b>	<b>13.116.000</b>

## **5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS**

**5.5.1 Estado de Resultados Proyectados a 5 años.** Se presenta en estado de resultados proyectado para el presente estudio:

**Cuadro 100. Estado de Resultados Proyectados a 5 años**

	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
<b>INGRESOS OPERACIONALES:</b>		2.66%	2.79%	2.71%	2.51%
<b>INGRESOS</b>	196.349.172	215.984.089	237.582.498	261.340.748	287.474.823
Ventas	196.349.172	215.984.089	237.582.498	261.340.747	287.474.822
<b>MENOS: DEVOLUCION.REBAJAS DESC.</b>	Y -	-	-	-	-
<b>VENTAS NETAS</b>	196.349.172	215.984,089	237.582.498	261.340.748	287.474.823
<b>COSTO DE VENTAS:</b>					
Gastos de producción	64.828.644	71.311.508	78.442.659	86.286.925	94.915.618
Materias Primas	40.706.400	44.777.040	49.254.744	54.180.218	59.598.240
<b>COSTO DE VENTAS</b>	105.535.044	116.088.548	127.697.403	140.467.144	154.513.858
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	90.814.128	99.895.541	109.885.095	120.873.604	132.960.965
<b>GASTOS OPERACIONALES:</b>					
DE ADMINISTRACION	81.144.576	84.321.451	87.625.401	91.061.510	94.635.062
DE VENTAS	9.573.534	9.827.807	10.101.728	10.375.549	10.635.640
<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES</b>	90.718.110	94.149.258	97.727.129	101.437.059	105.270.702
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	96.018	5.746.283	12.157.966	19.436.546	27.690.263
<i>Impuesto de renta</i>	24.005	1.436.571	3.039.491	4.859.136	6.922.566
<i>Impuesto CREE</i>	576	34.478	72.948	116.619	166.142
<b>UTILIDAD NETA</b>	71.437	4.275.234	9.045.527	14.460.790	20.601.555

Fuente: Autor

## 5.5.2 Flujo de Caja Proyectado

**Cuadro 101. Flujo de Caja Proyectado**

		1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO		
	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	96.018	5.746.283	12.157.966	19.,436.546	27.690.263	-	
	<i>Impuesto de renta</i>	24.005	1.436.571	3.039.491	4.859.136	6.922.566	-	
	<b>DEPRECIACIÓN</b>	-	-	-	-	-	-	
	<i>valor de salvamento</i>							225.000
	<b>FLUJO DE CAJA</b>	34.773.642	96.018	5.722.278	10.721.395	16.397.054	22.831.126	-6.922.566 225.000

Se tienen en cuenta la causación de los impuestos en el año posterior y los valores de depreciación junto con el valor de salvamento.

### 5.5.3 Balance General inicial y proyectado

**Cuadro 102. Balance General inicial y proyectado**

	BALANCE INICIAL			
	ACTIVO CORRIENTE			\$ 28.084.382
11	<b>ACTIVO</b>			
	<b>disponible</b>		\$ 1.000.000	
	Caja	\$ 1.000.000		
	Bancos			
14	<b>INVENTARIOS</b>		\$ 27.084.382	
	materia prima	\$ 27.084.382		
	<b>activos fijos</b>			<b>\$ 6.542.260</b>
15	<b>MAQUINARIA</b>		\$ 2.469.000	
	Total	\$ 2.469.000		
15	<b>EQUIPOS</b>		\$ 1.258.400	
	Total			
15	<b>COMPUTO Y TELEFONOS</b>		\$ 2.814.860	
	Total	\$ 2.814.860		
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 34.626.642</b>
2	PASIVOS			
	<b>Pasivo corriente</b>		\$ 0	
	Aportes por pagar			
	<b>pasivo no corriente</b>		\$ 0	
	Cesantias			
	impuestos por pagar			
	<b>TOTAL PASIVOS</b>			<b>\$ 0</b>
3	CAPITAL	\$ 35.425.642		
	utilidad neta			
	TOTAL CAPITAL			
	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>			<b>\$ 35.425.642</b>

## Balance general Proyectado

### Cuadro 103. Balance general Proyectado

BALANCE PROYECTADO			1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
	ACTIVO	INICIAL	2.66%	2.79%	2.71%	2.51%	2.52%
11	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$40,084,382</b>	<b>\$77,637,890</b>	<b>\$47,769,327</b>	<b>\$52,786,420</b>	<b>\$56,229,630</b>	<b>\$60,794,393</b>
	DISPONIBLE	\$13,000,000	\$49,834,147	\$19,190,638	\$23,433,065	\$26,140,455	\$29,946,934
	Caja	\$1,000,000	\$1,026,560	\$1,055,172	\$1,083,774	\$1,110,942	\$1,138,939
	Bancos	\$12,000,000	\$48,807,587	\$18,135,466	\$22,349,291	\$25,029,513	\$28,807,995
14	<b>INVENTARIOS</b>	<b>\$27,084,382</b>	<b>\$27,803,743</b>	<b>\$28,578,689</b>	<b>\$29,353,354</b>	<b>\$30,089,175</b>	<b>\$30,847,459</b>
	materia prima	\$27,084,382	\$27,803,743	\$28,578,689	\$29,353,354	\$30,089,175	\$30,847,459
	ACTIVOS FIJOS	\$5,283,860	\$7,373,988	\$6,564,116	\$5,754,244	\$4,944,372	\$4,134,500
15	<b>MAQUINARIA</b>	<b>\$2,469,000</b>	<b>\$2,222,100</b>	<b>\$1,975,200</b>	<b>\$1,728,300</b>	<b>\$1,481,400</b>	<b>\$1,234,500</b>
	Total	\$2,469,000	\$2,469,000	\$2,469,000	\$2,469,000	\$2,469,000	\$2,469,000
	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	Depreciación		-\$246,900	-\$493,800	-\$740,700	-\$987,600	-\$1,234,500
15	<b>EQUIPOS</b>	<b>\$0</b>	<b>\$2,900,000</b>	<b>\$2,900,000</b>	<b>\$2,900,000</b>	<b>\$2,900,000</b>	<b>\$2,900,000</b>
	Escritorio Gerencial	\$0	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000	\$2,000,000
	Escritorio secretarial	\$0	\$900,000	\$900,000	\$900,000	\$900,000	\$900,000
	Depreciación		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
15	<b>COMPUTO Y TELEFONOS</b>	<b>\$2,814,860</b>	<b>\$2,251,888</b>	<b>\$1,688,916</b>	<b>\$1,125,944</b>	<b>\$562,972</b>	<b>\$0</b>
	Computador de mesa	\$2,814,860	\$2,814,860	\$2,814,860	\$2,814,860	\$2,814,860	\$2,814,860
	Impresora multifuncional	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	Central telefónica	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	Teléfonos	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
	Depreciación		-\$562,972	-\$1,125,944	-\$1,688,916	-\$2,251,888	-\$2,814,860
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$45,368,242</b>	<b>\$85,011,878</b>	<b>\$54,333,443</b>	<b>\$58,540,664</b>	<b>\$61,174,002</b>	<b>\$64,928,893</b>
2	PASIVOS						
	<b>Pasivo corriente</b>	<b>\$1,450,370</b>	<b>\$1,488,891</b>	<b>\$1,530,390</b>	<b>\$1,571,873</b>	<b>\$1,611,276</b>	<b>\$1,651,883</b>
	Aportes por pagar	\$1,450,370	\$1,488,891	\$1,530,390	\$1,571,873	\$1,611,276	\$1,651,883
	<b>pasivo no corriente</b>	<b>\$5,041,997</b>	<b>\$5,175,912</b>	<b>\$5,320,175</b>	<b>\$5,464,386</b>	<b>\$5,601,365</b>	<b>\$5,742,526</b>
	Cesantías	\$5,017,992	\$5,151,270	\$5,294,846	\$5,438,370	\$5,574,698	\$5,715,187
	impuestos por pagar	\$24,005	\$24,642	\$25,329	\$26,015	\$26,668	\$27,340
	<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$6,492,366</b>	<b>\$6,664,803</b>	<b>\$6,850,565</b>	<b>\$7,036,259</b>	<b>\$7,212,642</b>	<b>\$7,394,409</b>
3	CAPITAL	\$38,875,876	\$38,875,876	\$38,875,876	\$38,875,876	\$38,875,876	\$38,875,876
	utilidad	0	\$4,275,234	\$4,394,394	\$4,513,510	\$4,626,653	\$4,743,250
	TOTAL CAPITAL	\$38,875,876	\$43,151,110	\$43,270,269	\$43,389,386	\$43,502,529	\$43,619,126
	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>\$45,368,242</b>	<b>\$49,815,913</b>	<b>\$45,726,441</b>	<b>\$45,912,135</b>	<b>\$46,088,517</b>	<b>\$46,270,285</b>

## **5.6. RESULTADOS SOBRE LA VIABILIDAD FINANCIERA DEL PROYECTO**

Tal como se evidencia en la información financiera presentada, se concluye que el proyecto es viable financieramente, en la medida en que la utilidad operacional es siempre positiva, en el primer año representa un 0.05% de las ventas, pero al final del quinto año alcanza un 9.63% de los ingresos, es decir, la diferencia entre las ventas y los gastos operacionales asegura que la empresa como negocio dedicado a la obra blanca de la construcción como tal es viable. El proyecto presenta una utilidad neta positiva que para el año 5 es de 20.601.555, lo que indica que los gastos administrativos y demás conceptos descontados permiten obtener un margen favorable para los socios.

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 6.1. EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El entorno que rodea este proyecto presenta principalmente aspectos positivos que son:

- **Apoyo y actualización del sector de la decoración y construcción.** Por presentarse en Bucaramanga y su zona de influencia una alternativa a los hogares de mejorar los ambientes de sus viviendas con profesionalismo, Innovando con diversidad de diseños y tonos de moda.
- **Impulso a la actividad empresarial.** Por la creación de una nueva empresa de responsabilidad limitada, que además de soportar al sector de la construcción en materia de decoración, es a su vez una intermediaria de venta de artículos en yeso y demás accesorios utilizados para el cambio de las viviendas.
- **Generación de nuevos empleos en Bucaramanga.** La nueva empresa DECORACIONES MUÑOZ, genera cinco empleos directos en el desarrollo de su actividad en la ciudad de Bucaramanga, los cuales son el del gerente, la secretaria y el diseñador de planta para cubrir la demanda del servicio a que se quiere llegar y dentro de su proceso de selección tendrá en cuenta el recurso humano de la ciudad, que este apto para los requerimientos de los cargos.
- **Mejor calidad de vida para los socios fundadores de la empresa.** Debido a la puesta en marcha de este proyecto pues refleja utilidad desde su primer año de vida útil, una tendencia de crecimiento de la actividad, por lo que presenta una buena rentabilidad, mejorando sus ingresos.
- **Beneficio a la comunidad en general.** Debido a que la nueva empresa que hace presencia en Bucaramanga, brinda la oportunidad a la comunidad en general que no tengan que desplazarse a otras ciudades para contratar este tipo de servicios o que sus trabajos se vean truncados, retrasados, mal elaborados por la rapidez, o la insistencia de personal que aunque conoce no esté dedicado a esta actividad.

## 6.2. EVALUACIÓN AMBIENTAL

**6.2.1. Matriz de evaluación de impactos (agua, suelo, aire, manejo de desechos, depreciación de recursos naturales).** La evaluación ambiental del proyecto factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la decoración en yeso, espatulado y estuco en Bucaramanga, por tratarse de un servicio, no genera contaminación ambiental; pero es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

Diagnóstico ambiental para las empresas de servicios donde no existe fabricación de productos evaluando el ciclo, las entradas son el servicio mismo y las salidas son las actividades generadas con lo utilizado en la prestación del servicio como los residuos de papel y el material reciclable que deba manejarse.

**Figura 13. Diagnóstico ambiental**



**Cuadro 104. Matriz ambiental**

ACTIVIDAD	AIRE			AGUA			SUELO			BIOTA		
	GRAVE	MEDIO	LEVE	GRAVE	MEDIO	LEVE	GRAVE	MEDIO	LEVE	GRAVE	MEDIO	LEVE
Consumo de papel	Red									Red		
Consumo de energía eléctrica		Green									Green	
Correos electrónicos			Blue									Blue
Equipos tecnológicos: computador, impresora, teléfono, etc.		Green			Green						Green	
Instalaciones (oficinas, baños)		Green						Green			Green	
Aire Acondicionado y/o ventilador	Red			Red						Red		
Generación de residuos sólidos (papel, empaques, cartón)	Red						Red			Red		
Transformación de la materia prima (mezcla de pinturas, combinación de colores, yeso)		Green						Green			Green	
Generación de aguas residuales					Green						Green	
Emisión de partículas	Red									Red		
Aplicación de pinturas, yeso, plástico. (generación de olores)	Red									Red		
combustible	Red									Red		Green
Publicidad y promoción (papelería, folletos etc)		Green									Green	
Consumo de energía eléctrica												Blue
Equipos de cómputo (página web)												Blue

**6.2.2. Plan de mitigación (antes, durante y después del proceso) dentro de un desarrollo sostenible.** El tema de la contaminación ambiental en los últimos años ha tenido mayor atención por parte de todos los sectores sociales, industriales, gubernamentales, etc. Los descubrimientos y estudios que han permitido evaluar el grado de afectación del planeta Y han hecho que se desarrollen distintos caminos para remediar el daño causado. Así, se tienen actualmente tres enfoques principales para plantear opciones de solución a la contaminación generada: Confinar y/o reciclar, tratar mediante un sistema económica y tecnológicamente viable, y lograr la disminución de la contaminación en la fuente.

A Continuación menciono los aspectos que se tendrán en cuenta a la hora de estar ya funcionando la empresa de decoración en obra blanca.

- Se hará uso racional de: agua, luz.
- Se utilizara en lo posible pinturas que no contengan en lo posible agentes tóxicos y si los tiene que sean mínimos.
- El manejo de las tecnologías (computador) envió de documentos y publicidad para evitar el consumo excesivo de papel entre otros.
- Manejo adecuado de basuras en los sitios a operar.
- Educación y hábitos a personal que labora en la empresa sobre el tema ambiental dentro y fuera de ella.

### **6.3. EVALUACIÓN FINANCIERO**

Para la evaluación financiera calcular la tasa de oportunidad o la tasa mínima atractiva de retorno TMAR, tomando en cuenta los TES, la tasa del crédito y la tasa de riesgo

A la fecha es TES es de 5.887% y la Tasa TR se supone en un 10% dado que los recursos son propios, con lo anterior se tiene que  
$$TO = ((1 + TES) (1 + TR))^{-1} \times 100 = 16.47\%$$

Por lo anterior y dado que el 100% de los recursos son propios, el  $TMAR = TO$

**6.3.1 Valor presente neto.** Teniendo en cuenta la tasa anterior, el VPN del proyecto es de 1.404.472.

**6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR.** La tasa interna de retorno es del 20.51%

**6.3.3 Período de recuperación.** El periodo de recuperación calculado a través del método de payback simple es de 4 años

### 6.3.4 Análisis de las Razones Financieras

**Cuadro 105. Análisis de las Razones Financieras**

<b>1</b>	<b>INDICADORES DE LIQUIDEZ</b>							
	A	Relación circulante	=	Activo Corriente	77.637.890			52.14
				Pasivo Corriente	1.488.891			
		Por cada peso que se deba a corto plazo se cuenta con 52,14 para afrontar compromisos de cobro, es decir, es posible pagar fácilmente las deudas, debido a la naturaleza misma del negocio.						
	B.	Activo Rápido o	=	Activo Cte.- Inventarios	49.834.147			33.47
		Prueba Acida		Pasivo Corriente	1.488.891			
		Por cada peso que se debe a corto plazo se cuenta con 33.47 para los pagos Inmediatos, convirtiéndola en una empresa líquida.						
<b>2</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>							
	A.	Capital de trabajo						
		Activo Corriente- Pasivo corriente			76.148.999			
		Se cuenta con un capital de trabajo de \$76.148.999pesos						

<b>3</b>	<b>INDICADORES DE SOLIDEZ</b>						
	A.	Estructura de Capital	=	Pasivo Total	6.664.803		
				Activo Total	85.011.878		0.08
	Por cada peso propio que se posee se deben 0,08, por tanto existe un muy bajo nivel de endeudamiento.						
	B. Capitalización de la Obligación						
		Activo Total - Pasivo Corriente			83.522.987		
<b>4</b>	<b>INDICES DE EFICIENCIA</b>						
				Total Ingresos	= 215.984.089		
				Total Activos	85.011.878		2.54
	Por cada peso invertido en Activos totales se generan 2,54 de ingresos						
<b>5</b>	<b>ROTACION DE ACTIVOS FIJOS</b>						
				Total Ingresos	= 215.984.089		
				Activos Fijos	7.373.988		29.29
	Por cada peso invertido en activos fijos se genera 29,96 de ingresos						
<b>6</b>	<b>COEFICIENTE DE OPERACIÓN</b>						
				Costos y Gastos de Operación	210.237.807		
				Total de Ingresos	215.984.089		0.97

## 6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

De acuerdo a la siguiente tabla, utilizando la técnica de multiproductos establece que el punto de equilibrio es de 465 m2 para espatulado, 697 de estuco y 520 de Yeso.

**Cuadro 106. Punto de equilibrio técnica de multi-producto**

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO A PARTIR DEL MARGEN DE CONTRIBUCION					
		PRODUCTOS			
		A	B	C	D
Precio de Venta	b	106,555	106,568	110,071	
Costo Variable Unitario	a	\$ 79,491.00	\$ 79,501.00	\$ 82,113.00	
Margen de Contribución	MC	\$ 27,064.00	\$ 27,067.00	\$ 27,958.00	\$ -
Proporción	Pr	504	756	564	
% Mezcla	%	27.63%	41.45%	30.92%	0.00%
Margen de Contribucion Ponderado	MCP	\$ 7,478.21	\$ 11,218.56	\$ 8,644.91	\$ -
Costos Fijos Mensuales	CF	\$ 90,665,842.00			
Punto de Equilibrio Unidades Total	Qe	1682			
Utilidad Esperada	Z				

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO					
		PRODUCTOS			
		A	B	C	D
Punto de Equilibrio Unidades Total	Qe(total)				1682
% Mezcla	%	27.63%	41.45%	30.92%	0.00%
Punto de Equilibrio Unidades Por Producto	Qe	465	697	520	0
Precio de Venta	b	\$ 106,555.00	\$ 106,568.00	\$ 110,071.00	\$ -
Punto de Equilibrio en Pesos	Qe(\$)	\$ 49,548,075.00	\$ 74,277,896.00	\$ 57,236,920.00	\$ -

## 6.5 RESULTADOS SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

El estudio financiero arroja resultados positivos, es decir, se recomienda realizar la inversión en el sentido en que la TIR es de 9.63%, no es alto, pero es un valor aceptable para un nuevo negocio. De la misma forma el valor presente neto por 1.404.172 no es alto, pero satisface las necesidades de los propietarios, al ser un valor positivo, el proyecto genera lo que se espera en la tasa de oportunidad del 16%. Por las mismas características indicadas anteriormente el proyecto presenta un largo periodo de recuperación, que está dado por la consolidación de la empresa en el mercado. En consecuencia se encuentra también que el punto de equilibrio es bastante cercano a las proyecciones realizadas, por tanto se hace necesario cumplir de manera exacta con cada las ventas aquí establecidas.

## 7. CONCLUSIONES

El objetivo del diseño de interiores y la decoración no es en el fondo, como mucha gente cree, una cuestión estética, sino que el eje fundamental de la decoración de interiores se apoya principalmente en el aprovechamiento máximo del espacio disponible y en el orden correcto de los elementos que podemos encontrar en la casa. Y la belleza es parte intrínseca del orden, por lo que, cuando algo está en armonía quiere decir que es hermoso, pero también funcional.

El desarrollo del trabajo se logró gracias al esfuerzo y empeño de las autoras del proyecto comprometidas y convencidas de la idea de negocio, que con las herramientas y conocimientos aprendidos durante la carrera, diseñó un plan de negocios ganador llamado **DECORACIONES MUÑOZ**.

De acuerdo a la investigación realizada a los hogares de estrato 3, 4 y 5 en la ciudad de Bucaramanga, se encontró un 86 % de aceptación de compra del servicio, información extraída del cuadro 17. Nivel de aceptación de acceder a este nuevo servicio, con este resultado se puede identificar un alto porcentaje de hogares que estarían dispuestos a remodelar sus viviendas en acabados en obra blanca

Las empresas que ofertan este servicio: El imperio del yeso, el taller del yeso, todo en acabados, no prestan el servicio de forma integral como el presente proyecto por lo tanto este será único en la ciudad de Bucaramanga.

Se decidió ubicar el proyecto según la calificación dada por medio del método de puntos y factores de acuerdo a los lugares seleccionados en la ciudad de Bucaramanga, quedando como primera opción el barrio Álvarez.

El estudio técnico definió una capacidad utilizada de 564 m<sup>2</sup> en la técnica del yeso, 756 m<sup>2</sup> en estuco y 504 m<sup>2</sup> en la técnica de espátulado

El estudio administrativo permitió determinar la forma de constitución de la empresa, la cual será una sociedad de responsabilidad limitada, donde los socios responden hasta por el monto de sus aportes. Adicionalmente se cuenta con un organigrama sencillo comprendido por seis colaboradores y se definió las funciones de cada uno de los miembros que componen la organización.

Con el análisis financiero se muestran los indicadores con resultados positivos dando viabilidad al proyecto, con lo que se puede atender la deuda responsablemente.

En la evaluación ambiental no genera impactos ambientales altos, y desde el punto de vista social, los beneficios sociales que ofrece la empresa en generación de empleos en la ciudad de Bucaramanga, lo cual mejora la calidad de vida de las personas contratadas y por ende de sus familias.

El análisis financiero de **DECORACIONES MUÑOZ** se realizó determinando la inversión, los costos en los que incurre la empresa para su funcionamiento, los gastos relacionados con la operación, teniendo en cuenta variables críticas del precio de venta, la inflación, el crecimiento del sector y los volúmenes de producción proyectados; se observa que la empresa muestra una buena tendencia de crecimiento y permanencia en el mercado, lo que le permite manejar bajos niveles de endeudamiento, buena liquidez y buenas utilidades, además un VPN positivo una muy buena TIR (9,63%) el rendimiento del negocio es una oportunidad, para generar ingresos y aportar de esta manera a la economía del país.

En términos generales la empresa presenta un buen impacto social porque contribuye a un mayor desarrollo e inversión en la ciudad e igualmente genera nuevos empleos; todo esto previniendo el impacto ambiental negativo que pueda generarse por los residuos sólidos debido a que manejan el plan de mitigación respectivo.

## **8. RECOMENDACIONES**

El equipo de trabajo es fundamental para el buen desempeño de cualquier empresa, es por esto es que es bueno lograr que todo el personal adopte a la misión como su manual de trabajo, así como también que se sientan parte de la empresa, motivándolos e incentivándolos por el buen desempeño que pudieran.

Dado que la decoración es un área que tiene demanda permanente en el mercado y va de la mano con la moda, estar en actualización constante sobre la innovación del diseño, gustos preferenciales de los clientes potenciales y creatividad en las asesorías presentadas.

Debido a que en la misión se plantea brindar servicios de calidad, es importante realizar periódicamente retroalimentación acerca del servicio prestado para determinar en qué nivel de aceptación nos encontramos en el mercado y Ser cada día más competitivos.

Atender y actualizarse en las reglamentaciones de orden legal, tanto en la construcción como en el manejo administrativo, salarial y responsabilidades con el fin de evitar fallas y sanciones.

## BIBLIOGRAFIA

BELLO, Freddy. El Proyecto de investigación como construcción de procesos. Revista Paradigma, No. 981, Artículo 1. Disponible en: <http://www.revistaparadigma.org.ve/Doc/Paradigma981/Art1.htm>

COMPENSAR. Vivienda nueva de interés social, 2007. Disponible En: <http://www.compensar.com/doc/viv/PROGRAMASVISENE-FEB07>.

D'ASTOUS, SANABRIA y SIGUÉ. Investigación de mercados. Bogotá: Grupo editorial Norma, 2003.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística, En: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

DICCIONARIO DE MARKETING. Disponible en: [www.buzoneo.info](http://www.buzoneo.info)

DIRECTORIO EMPRESARIAL. Comercio material de construcción, En: [http://lanota.com.co/compendio/?id\\_subsector=68](http://lanota.com.co/compendio/?id_subsector=68)

DIRECTORIO EMPRESARIAL. Empresas líderes. En: Comercio materiales de Construcción.200 Disponible en: [http://lanota.com.co/compendio/?id\\_subsector=68](http://lanota.com.co/compendio/?id_subsector=68)

Federación de Vivienda, En: [www.fedevivienda.org.co/noticias](http://www.fedevivienda.org.co/noticias) FONDO NACIONAL DE AHORRO. Vivienda de interés social VIS. En: Crédito para vivienda. Disponible en: [www.fna.gov.co/internas/Cvivienda/CviviendaVIS.htm](http://www.fna.gov.co/internas/Cvivienda/CviviendaVIS.htm)

Glosario términos de mercadeo. (s.f.). Recuperado el 17 de marzo de 2007, de [www.mercadeo.com/glosario.htm#MERCADEO](http://www.mercadeo.com/glosario.htm#MERCADEO)

GOOGLE Trabajos en yeso [en línea] disponible en: <https://www.google.com.co/search?q=trabajos+en+yeso+&oq=trabajos+en+yeso+&aqs=chrome>

HOGAR PISOS. Ddecoración interiorismo estilos de decoración paredes con historia[en línea] disponible en: [hogar.pisos.com/decoracion/interiorismo/estilos-de-decoracion/paredes-con-historia](http://hogar.pisos.com/decoracion/interiorismo/estilos-de-decoracion/paredes-con-historia)

HOY COMEMOS CON. El yogur historia beneficios[en línea] disponible en: [hoycomemoscon.blogspot.com/2012/04/el-yogur-historia-beneficios-y.htm](http://hoycomemoscon.blogspot.com/2012/04/el-yogur-historia-beneficios-y.htm)

ICEX: Oficina económica y comercial de la Embajada de España en Bogotá. Análisis de la oferta. En: El sector grifería en Colombia. 2005, Disponible en: [www.icex.es/icex/cda/controller/page/0,2956,35582\\_10145\\_18362\\_349020,00.htm](http://www.icex.es/icex/cda/controller/page/0,2956,35582_10145_18362_349020,00.htm)

Ministerio de ambiente, vivienda y desarrollo territorial. Decreto 1789 de 03/06/2004 <http://www.caracol.com.co/economia/tasa-de-desempleo-en-colombia-en-el-2012-fue-del-104--dane/20130131/nota/1833902.aspx>

UNIVERSIDAD ICESI estudio de factibilidad [en linea] disponible en: [http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/article/view/116/html](http://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/116/html)

W RADIO Boletín de prensa del consumidor por el precio del cemento [en linea] disponible en: [http://www.wradio.com.co/escucha/archivo\\_de\\_audio/campana-de-la-w-con-el-boletin-del-consumidor-por-el-precio-del-cemento/20130815/oir/1951313.aspx](http://www.wradio.com.co/escucha/archivo_de_audio/campana-de-la-w-con-el-boletin-del-consumidor-por-el-precio-del-cemento/20130815/oir/1951313.aspx)

## ANEXOS

### Anexo A. Encuesta Dirigida A Hogares de Bucaramanga.

#### UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER GESTION A EMPRESARIAL

La presente encuesta tiene como objetivo realizar una investigación de mercados que permita conocer los hábitos, gustos, comportamientos, grado de conocimiento, nivel de aceptación y actitud de compra sobre una FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS EN ACABADOS DE OBRA BLANCA PARA EL ÁREA DE BUCARAMANGA. La información suministrada será de carácter investigativo y confidencial para conocer su opinión. Agradecemos de antemano su colaboración.

**NOMBRE:**

**EDAD:**

**OCUPACIÓN:**

#### ENCUESTA

1 ¿tiene casa propia? SI\_\_\_ NO\_\_\_

2 ¿Cuándo fué la última vez que redecoró o arregló el interior o fachada de su casa?

- a) 12 meses \_\_\_
- b) 18 meses \_\_\_
- c) más de 24 meses\_\_\_

3 ¿cuáles serían los motivos para arreglar o redecorar su casa?

- a) Deterioro
- b) Hacer realidad un deseo familiar
- c) Estar actualizado en las nuevas tendencias de decoración.

4 ¿Cuándo requiere de mejorar la fachada de su casa o redecorarla recurre a?

- a) Lo hace usted mismo\_\_\_
- b) Busca un experto\_\_\_

c) Contrata una empresa especializada \_\_\_\_

5. ¿cuál de estos productos o técnicas usaría con mayor frecuencia?

- a) decoración en yeso
- b) pintura estuco
- c) espatulado en yeso y plástico

6. ¿cuántos metros cuadrados de cada una de estas técnicas compraría? \_\_\_\_\_

7 ¿Cuál de los siguientes aspectos sería el principal en la decisión de decorar su vivienda?

- a) Gusto \_\_\_\_
- b) Precio \_\_\_\_
- c) Moda \_\_\_\_
- d) Otro \_\_\_\_

8) ¿Conoce usted en Bucaramanga una empresa que preste los servicios de decoración en obra blanca?

a) Si \_\_\_\_ b) No \_\_\_\_

9 ¿si contesto afirmativo la anterior pregunta mencione la empresa?  
\_\_\_\_\_

10) ¿Ha utilizado los servicios de alguno de ellos?

a) Si \_\_\_\_ b) No \_\_\_\_

11) Si contestó afirmativo la pregunta 10 conteste la siguiente pregunta: ¿Quedó satisfecho con el servicio que le prestaron?

a) Si \_\_\_\_ b) No \_\_\_\_

12) ¿Utilizaría los servicios de una empresa dedicada a la decoración de obra blanca, (decoración en yeso, pintura, estuco, espatulado)

a) Si \_\_\_\_ b) No \_\_\_\_

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN



SOLICITUD DE COTIZACIÓN

NOMBRE : DECORACIONES MUÑOZ

TELEFONO: 6933012

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Banco	1	\$100.000	\$ 100.000
Estante	3	\$ 40.000	\$ 120.000
Brocha	2	\$ 8.000	\$ 16.000
Rodillo	2	\$ 9.000	\$ 18.000
Moldes	5	\$ 250.000	\$ 1.250.000
Regla	1	\$ 7.000	\$ 7.000
Nivel	1	\$ 15.000	\$15.000
Manguera nivel	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Espátula	3	\$ 5.000	\$ 15.000
Destornillador	2	\$ 8.000	\$ 16.000
Alicate	1	\$ 18.000	\$ 18.000
Martillo	1	\$ 12.000	\$ 12.000
Segueta	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Hoja de segueta	6	\$ 3.000	\$ 18.000
Caneca	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Tornillo	12	\$ 1.000	\$ 12.000
Escalera	1	\$ 150.000	\$150.000
Tijeras	1	\$ 25.000	\$ 25.000
par de Guantes	1	\$ 4.000	\$ 4.000
Liana	2	\$ 7.000	\$ 14.000
Extensión	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Metro	2	\$ 5.000	\$ 10.000
Marcador	2	\$ 2.000	\$ 4.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$2.019.000</b>

Carrera12 # 42-37

PBX:(57+7) 6423184

Bucaramanga - Santander



**SOLICITUD DE COTIZACIÓN**

**NOMBRE : DECORACIONES MUÑOZ**

**TELEFONO: 6933012**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Taladro	1	\$100.000	\$ 100.000
Pulidora	1	\$ 100.000	\$ 100.000
Polichadora	1	\$ 250.000	\$ 250.000

**TOTAL \$ 450.000**

Carrera 12 # 42-37  
PBX: (57+7) 6423184  
Bucaramanga - Santander



CLIENTE: DECORACIONES MUÑOZ

TELEFONO: 6933012

#### COTIZACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	3	\$ 799.000	\$ 2.397.000
Impresora	1	\$ 305.900	\$ 305.900
Calculadora	4	\$12.990	\$ 51.960
Teléfono	1	\$60.000	\$60.000
Escritorio	3	\$ 122.900	\$368.700
Sillas giratorias	3	\$229.900	\$689.700
Archivador	1	\$ 200.000	\$ 200.000
<b>Total</b>			<b>\$4.073.260</b>

VALOR EN LETRAS: CUATRO MILLONES SETENTA Y TRES MIL DOSCIENTOS SESENTA PESOS MC.



COTIZACIÓN # 036

CLIENTE: DECORACIONES MUÑOZ	TELÉFONO: 6933012
NIT:	DIRECCIÓN: carrera 27 # 35-10

### SOLICITUD DE COTIZACIÓN

DETALLE	TIEMPO CONTRATADO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	ANUAL AÑO 1	2000 TARJETAS	\$13.333	160.000

MODO DE PAGO: CONTADO.

**Cr12 # 42-37**  
**Bucaramanga - Santander,**  
**PBX:(57+7) 6423184**  
**Fax: (57+7) 6420297**