

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN
EL DISEÑO Y DECORACION DE ESPACIOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

**LILIANA PATRICIA ESTÉVEZ
CARLOS ARTURO BELEÑO LOPEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
BUCARAMNGA
2007**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN
EL DISEÑO Y DECORACION DE ESPACIOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE
BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

**LILIANA PATRICIA ESTÉVEZ
CARLOS ARTURO BELEÑO LOPEZ**

**DIRECTORA:
ANA CARMENZA BUITRAGO SANABRIA
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
BUCARAMNGA
2007**

Hoy cuando me siento ha escribir mis letras de gratitud y dedicación , se viene a mi mente todos aquellos momentos vividos, aquellos en los que se mezclo la constancia, dedicación, sacrificio, lagrimas que contrastan con todos aquellos en los que recibí un reconocimiento, un aplauso, una palabra de aliento una voz de esperanza, fe creando en mi fuerzas para seguir , es por eso que todos los días doy gracias al creador de todos mis éxitos DIOS, si el cual nada es posible, hoy estoy mas convencido de ello, un ser a través de toda mi vida se ha preocupado por darme lo mejor, siempre dejando su ángel en la tierra para tal fin como lo es mi madre, un ser que siempre ha creído en mi y siempre he recibido su apoyo incondicional, el ser que me fundamento en valores y buenas costumbres para servir a la humanidad, doy gracias a mi familia por su apoyo por ayudarme en todo momento, a todo el grupo de prevención y rehabilitación de la Fundación Cardiovascular por toda la formación recibida a Raquel Díaz, por sus consejos y apoyo incondicional, a mi futura esposa por regalarme un voz de aliento y apoyo que me ayudaron a finiquitar mi meta, a todos los nombres que en estos momentos se me escapan gracias de corazón.

Quiero manifestar que la dedicación, constancia, amor por lo que se hace perseverancia, confianza en si mismo, todo esto de la mano de DIOS, hacen parte de los elementos necesarios para transformar la humanidad y hacer de nuestras vidas lo mejor.

CARLOS ARTURO

En todos los momentos de mi vida, estoy convencida de que todo lo que se haga con esfuerzo y dedicación siempre van a ser recompensados, es por ello que hoy doy gracias a DIOS porque me provisiónó de fuerzas, y animo para culminar con este proyecto, el cual es trascendental en mi vida.

Hoy recordando por todo lo que tuve que vivir para llegar a esta punto me doy cuenta que DIOS siempre acompañó, así como familia a mi mama que nunca me abandono en mis esfuerzos por salir adelante, a mis hermanos que de alguna manera contribuyeron y nunca me olvidaron.

Agradezco a todas las personas que en su momento me colaboraron y que ahora no me acuerdo. Me doy cuenta que hacer las cosas bien valen la pena.

Una frase que quiero dejar clara es que siempre que tengas un sueño resistas, persiste, pero nunca desistas.

LILIANA PATRICIA ESTEVEZ

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. GENERALIDADES	20
2. ESTUDIO DE MERCADOS	36
2.1 OBJETIVOS	36
2.1.1 General.	36
2.1.2 Específicos	36
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	37
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto/servicio.	37
2.2.2 Productos sustitutos	37
2.2.3 Productos complementarios	38
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia	38
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	38
2.3.1 Mercado potencial	38
2.3.2 Mercado objetivo	39
2.3.3 La demanda.	40
2.4 LA OFERTA	58
2.4.1 Necesidades de Información	58
2.4.2 Ficha Técnica	59
2.4.4 Análisis de la Situación Actual de la Competencia	61
2.4.5 Proyección de la Oferta (Competencia)	61
2.5 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	62
2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	63
2.6.1 Selección de los Canales de Comercialización	63
2.7 PRECIO	63

2.7.1	Análisis de Precio	63
2.7.2	Estrategias de Fijación de Precios	64
2.8	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	64
2.8.1	Objetivos	64
2.8.2	Logotipo	64
2.8.3	Lema	65
2.8.4	Análisis de Medios	65
2.8.5	Selección de Medios	66
2.8.6	Estrategias	66
2.8.7	Presupuesto de Publicidad y Promoción	67
2.9	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	68
3.	ESTUDIO TÉCNICO	69
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	69
3.1.1	Descripción del Tamaño del Proyecto	69
3.1.2	Factores que determinan el Tamaño de un Proyecto	69
3.1.3	Capacidad del Proyecto.	71
3.2	LOCALIZACION	72
3.2.1	Macro Localización	72
3.2.2	Microlocalización	72
3.3	INGENIERIA DEL PROYECTO	76
3.3.1	Ficha técnica del producto	76
3.3.3	Diagrama de Procedimientos	77
3.3.4	Control de Calidad	79
3.3.5	Recursos	79
3.3.6	Estudio de proveedores	81
3.3.7	Distribución de planta	82
3.3.8	Logística de Distribución	84
3.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	84
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	86

4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	86
4.1	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	87
4.1.1	Visión	87
4.2.2	Misión	88
4.2.3	Objetivos	88
4.2.2	Políticas	89
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	90
4.3.1	Organigrama	91
5.	ESTUDIO FINANCIERO	99
5.1	INVERSIONES	99
5.1.1	Inversión Fija	99
5.1.2	Inversión diferida	101
5.1.3	Inversión de capital de trabajo	103
5.1.4	Inversión total	109
5.1.5	Fuentes de financiación	109
5.2	COSTOS	110
5.2.1	Costos fijos	111
5.2.2	Costos variables.	111
5.2.3	Costos totales unitarios	111
5.2.4	Precio de venta	111
5.3	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	111
5.3.1	Egresos Proyectados	111
5.3.2	Ingresos Proyectados	112
5.3	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	113
5.4	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	115
5.5	BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO).	115
6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	117
6.1	IMPACTO SOCIAL	117
6.2	IMPACTO AMBIENTAL	118

6.3 EVALUACION FINANCIERA	118
6.3.1 Valor presente neto	118
6.3.2 Tasa interna retorno TIR	119
6.3.3 Periodo de recuperación	120
6.3.4 Análisis de las razones financieras	121
CONCLUSIONES	123
RECOMENDACIONES	125
BIBLIOGRAFIA	126
ANEXOS	128

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Hijos menores de 12 años	44
Tabla 2. Decoración de los cuartos de los niños	45
Tabla 3. Frecuencia con la que decora los cuartos de los niños	46
Tabla 4. Encargado de la decoracion	47
Tabla 5. Motivos por los que decora el cuarto de los niños	48
Tabla 6. Ocasiones para las cuales decora los cuartos de los niños	49
Tabla 7. Factores por los cuales elige un tipo especifico de materiales para la decoración	50
Tabla 8. Aspectos tenidos en cuenta al adquirir elementos para la decoracion de los cuartos de los niños	51
Tabla 9. Problemas que se presentan con los productos y servicios recibidos	52
Tabla 10. Presupuesto anual destinado para decorar los cuartos de los niños	53
Tabla 11. Forma de enterarse sobre productos o servicios de decoración	54
Tabla 12. Deseo de una empresa especializada en el diseño y decoracion de espacios infantiles en bucaramanga	55
Tabla 13. Factores que considera debe cumplir la empresa	56
Tabla 14. Demanda potencial del proyecto	57
Tabla 15. Proyección de la demanda	58
Tabla 16. Proyección de la oferta	62
Tabla 17. Relación entre demanda y oferta	62
Tabla 18. Presupuesto de lanzamiento	67
Tabla 19. Presupuesto de operación	67
Tabla 20. Factores de determinación de la micro – localización	74
Tabla 21. Determinación de la micro localización	75

Tabla 22. Recurso humano en el período preoperativo y operativo	80
Tabla 23. Equipos y elementos	80
Tabla 24. Equipos de oficina	81
Tabla 25. Insumos	81
Tabla 26. Estructura salarial- valor mensual	98
Tabla 27. Equipos de oficina	100
Tabla 28. Herramientas	100
Tabla 29. Total inversion fija	101
Tabla 30. Gastos preoperacionales y de constitución de la empresa	101
Tabla 31. Recurso humano en el período preoperativo	102
Tabla 32. Presupuesto de lanzamiento publicitario	102
Tabla 33. Inversión diferida total	102
Tabla 34. Materia prima	103
Tabla 35. Estructura salarial- valor mensual	105
Tabla 36. CIF	106
Tabla 37. Valor de la mano de obra administrativa	107
Tabla 38. Total gastos administración y ventas	108
Tabla 39. Total capital de trabajo	109
Tabla 40. Inversión total	109
Tabla 41. Financiación del proyecto	110
Tabla 42. Plan de amortización e intereses	110
Tabla 43. Egresos proyectados	112
Tabla 44. Proyección de los ingresos	112
Tabla 45. Flujo de caja proyectado	114
Tabla 46. Estado de resultados proyectado	115
Tabla 47. Balance general primer año	116
Tabla 48. Período de recuperación de la inversión	120
Tabla 49. Razones financieras	122

LISTA DE CUADROS

Pág.

Cuadro 1. Número de hogares con menores de doce años, por municipio del Área Metropolitana de Bucaramanga	39
Cuadro 2. Número de hogares de estratos alto, medio- alto y alto, con menores de doce años, por municipio del Área Metropolitana de Bucaramanga.	39
Cuadro 3. Ficha Técnica de la demanda	41
Cuadro 4. Ficha técnica investigación oferta	59
Cuadro 5. Ficha Técnica del producto	76

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Canal de Comercialización.	63
Figura 2. Logotipo	65
Figura 3. Diagrama de procedimientos	78
Figura 4. Distribución de planta	81
Figura 5. Organigrama de la empresa	91

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. ENCUESTA	129
ANEXO B. ENTREVISTA	132

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO Y DECORACION DE ESPACIOS INFANTILES EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA*

AUTORES: ESTÉVEZ NIÑO, Liliana Patricia
BELEÑO LOPEZ, Carlos Arturo **

PALABRAS CLAVES: mercados, decoración, cuartos, infantiles, diseño, conceptualización

DESCRIPCIÓN

El presente proyecto tiene como propósito realizar un estudio de mercados, mediante el diseño, desarrollo y evaluación de una investigación que facilite la comprensión sobre tamaño de la demanda insatisfecha, necesidades y orientación del servicio.

Este proyecto ofrecerá un servicio estructurado de forma integral: decoración de cuartos infantiles, compuesto por los muebles, los elementos de ornato y los juegos que se utilizan para generar un ambiente de esparcimiento y desarrollo en dichos espacios infantiles y se desarrolla, para tal fin se realiza un estudio de mercados, mediante el diseño, desarrollo y evaluación de una investigación que facilite la comprensión sobre tamaño de la demanda insatisfecha, necesidades y orientación del servicio; se lleva a cabo un estudio técnico, a través de la evaluación de recursos, medios y procesos, para prestar un servicio que permita una nueva conceptualización en materia de diseño y decoración de espacios infantiles, se establece la viabilidad legal del proyecto mediante el estudio de normas y exigencias jurídicas, para actuar dentro de la normatividad y la ley, se desarrolla un estudio administrativo, mediante la evaluación de necesidades de cargos y el desarrollo de instrumentos de dirección, liderazgo, planificación y control para dotar a la empresa de las herramientas necesarias para una gestión óptima, se realiza un estudio financiero a través de la determinación de necesidades de inversión, recursos y fuentes de financiación y, para que la empresa cuente con una estructura que le permita el autosostenimiento y la generación de ingresos y se determina la viabilidad económica de la propuesta, mediante la aplicación de criterios técnicos como el VPN, la TIR, la razón Beneficio/Costo y las razones financieras, para establecer si se justifica invertir en el proyecto

* Proyecto de grado

** Instituto de Educación a Distancia INSED UIS, Gestión Empresarial, Directora, ANA CARMENZA BUITRAGO SANABRIA, Ingeniera Industrial.

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A SPECIALIZED COMPANY IN THE DESIGN AND DECORATION OF INFANTILE SPACES IN THE CITY DE BUCARAMANGA AND THEIR METROPOLITAN AREA *

AUTOR: ESTEVES NIÑO, Liliana Patricia.
BELEÑO LOPEZ, Carlos Arturo. **

Palabras Claves: markets, decoration, rooms, infantile, design, conceptualization.

The present titled project have as purpose to carry out a study of markets, by means of the design, development and evaluation of an investigation that it facilitates the understanding it has more than enough size of the unsatisfied demand, necessities and orientation of the service.

This project will offer a structured service in an integral way: decoration of infantile rooms, composed by the furniture, the ornament elements and the games that are used to generate an esparcimiento atmosphere and development in this infantile spaces and it is developed, for such an end he is carried out a study of markets, by means of the design, development and evaluation of an investigation that it facilitates the understanding it has more than enough size of the unsatisfied demand, necessities and orientation of the service; it is carried out a technical study, through the evaluation of resources, means and processes, to lend a service that allows a new conceptualization as regards design and decoration of infantile spaces, the legal viability of the project he settles down by means of the study of norms and juridical demands, to act inside the normatividad and the law, an administrative study is developed, by means of the evaluation of necessities of positions and the development of address instruments, leadership, planning and control to endow to the company of the necessary tools for a good administration, he is carried out a financial study through the determination of investment necessities, resources and financing sources and, so that the company has a structure that allows him the autosostenimiento and the generation of revenues and the economic viability of the proposal is determined, by means of the application of technical approaches as the VPN, the TIR, the reason Benefit / Cost and the financial reasons, to settle down if he/she is justified to invest in the project.

* Project of grade

** Institute of Education of distance INSED UIS, Corporate Management, Director, ANA CARMENZA BUITRAGO SANABRIA, Industrial Engineer.

INTRODUCCIÓN

Dentro de la dinámica comercial en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana no hay una oferta empresarial importante en el ramo del diseño y decoración de espacios infantiles. Dentro de esta expectativa y posibilidades de negocio, el presente proyecto se orienta a desarrollar un Estudio de Factibilidad que permita determinar la viabilidad de mercados, técnica, administrativa financiera, económica, social y ambiental de una empresa especializada y orientada corporativamente a proveer de dicho servicio a las familias de la ciudad.

Este producto satisface las necesidades y requerimientos, según se demuestra en el Estudio de Mercados, y existe un amplio margen de la población potencialmente usuaria de dichos servicios, que no cuenta con una oferta que satisfaga la demanda real. Es por esta razón que se considera como fundamental impulsar esta idea y desarrollar un servicio que generará diversificación en la actividad sectorial, mayor empleo, ingresos y perspectivas de crecimiento y desarrollo de esta actividad.

Para el desarrollo de la investigación fue necesario seguir las pautas y elementos metodológicos propuestos para un estudio de tales características. Para tal fin se elaboraron ocho capítulos que permitieron profundizar sobre el tema y establecer la factibilidad de una empresa del ramo.

En el primer capítulo se estudian los aspectos pertinentes a la actividad de diseño y decoración, desarrollo de dicha actividad en Colombia y el mundo, elementos, tendencias y características de dicha actividad.

En el segundo capítulo, Estudio de Mercados, se realizó un estudio de mercados en el que se determina la demanda y la oferta, y permite establecer

estrategias de ventas, promoción y publicidad y para comprobar la viabilidad del Proyecto desde un punto de vista del mercado.

En el Estudio Técnico se estableció la macro – localización y micro – localización del Proyecto, el tamaño de la empresa y el proceso técnico a llevar a cabo para prestar un servicio oportuno y eficaz. Fue necesario partir del supuesto de que la empresa puede encontrar los recursos humanos, técnicos y físicos que requiere, en el Área Metropolitana de la ciudad de Bucaramanga, sin que ello implique restricciones para su desarrollo.

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

En el Estudio Financiero se determinaron las inversiones fijas, diferidas y en capital de trabajo necesarias para la puesta en marcha del Proyecto, se establecieron sus costos, se determinaron las fuentes de la financiación, se estimó el punto de equilibrio y se elaboraron los estados financieros básicos.

En el Estudio Evaluativo se estableció la viabilidad financiera de la empresa con la aplicación de criterios técnicos financieros como el TIR, el VPN, la recuperación de la inversión y las razones financieras de liquidez, actividad y rotación; se determinó el impacto generado por el Proyecto desde el punto de vista ambiental y las implicaciones sociales que tiene dinamizando la economía generando empleo y desarrollando las bases productivas para una nueva actividad.

De esta forma se presenta un proyecto que permite establecer una viabilidad que implica un amplio nivel de expectativa para quienes decidan poner en marcha la

propuesta y enriquecer la oferta de servicios en materia de decoración y diseño de espacios infantiles en Bucaramanga.

1. GENERALIDADES

El mobiliario de un dormitorio es un área tan personal que sus ocupantes son quienes marcan la pauta a la hora de cambiar o elegir la decoración.

No hay un estilo que esté en boga. La intimidad es tal que se puede imponer desde un modo clásico hasta uno moderno. Es por ello que ninguna tendencia marca la pauta hoy, más sí sus combinaciones, por ejemplo, la clásica con toques modernos, o con motivos étnicos, así como ciertos elementos de tipo barroco.

Igualmente puede prevalecer la tendencia única, como por ejemplo la moderna, japonesa o minimalista. Lo que quiere decir que a la hora de decorar los únicos parámetros son la libertad, creatividad y el confort que proponga la pareja para lo que será el lugar de descanso de sus hijos por excelencia.

En la actualidad se liga lo clásico con toques modernos, pero esa no es la tendencia que predomina, porque las combinaciones y escogencias son muy personalizadas por los ocupantes del cuarto.

La alcoba es tan íntima que hoy se decora según las exigencias del cliente, "Los padres disponen y el decorador da ideas sobre colores, texturas, mobiliario, todo según el estilo"¹.

La decoración dependerá del espacio del cuarto. Si se tiene una alcoba grande se puede jugar con más muebles, incluso en ocasiones se cambia la ubicación de los objetos para refrescar.

¹ SIMOSA, Bogotá. Documento, página 32.

"Lo ideal en un dormitorio es que haya espacio para la circulación, no es recomendable "abarrotarlo" de muebles porque se vuelve incómodo. Por eso en habitaciones pequeñas el closet, por ejemplo, se convierte en un lugar de gran ayuda y más si está bien diseñado. Allí las gavetas, el zapatero y hasta los juguetes son de mucha utilidad"².

Para Simosa en las habitaciones pequeñas se pueden agregar detalles que ayuden a ahorrar espacio, como por ejemplo las camas con gaveteros debajo y si cabe un pie de cama o cofre. Pero también reconoce que es imposible agregar o cambiar mucho el mobiliario si el espacio del cuarto matrimonial es muy reducido.

En los espacios reducidos las mesas de noche deberían ser angostas y pequeñas, por ser uno de los accesorios que jamás debe faltar. Mientras que en las alcobas grandes se puede jugar más con los objetos. El orden es otro factor predominante en las alcobas infantiles porque le da más confort. Igualmente una buena iluminación con lámparas de techo, de pie y en las mesas de noche, todo dependerá del gusto y las necesidades de los niños.

Y en cuanto al televisor, que ha sido un punto de discordia cuando se habla sobre el tema, y que anteriormente no era recomendado dentro del dormitorio, sino en un espacio aparte, porque se decía que los niños se dejaban absorber por este medio y todos los demás elementos presentes en el cuarto perdían interés, en la actualidad es aceptado en el cuarto de los niños, porque este se maneja con otro concepto: el que debe ser muy completo. La cotidianidad exige que se coloquen computadoras, televisores, DVD y hasta repisas para libros y juguetes.

Por eso está en boga el diseño de mobiliarios integrados, que permiten cumplir con todas las exigencias y a la vez dejar el espacio libre que se requiere en las alcobas de los niños.

² Ibíd., Pág. 33.

Por lo general los muebles son completos, es decir llenan una pared desde el piso hasta el techo, lo que permite diseñar gavetas, repisas para crear espacios donde ubicar el ordenador o la televisión.

Igualmente se está usando la cama litera, la que va debajo del mueble o la que se convierte en sofá durante el día, lo que ayuda a ahorrar espacio en la habitación.

Las habitaciones infantiles, más que ser un lugar de reposo, se convierten en pequeños universos fantásticos para sus habitantes. Muebles y enseres en forma de carros de bomberos, barcos, submarinos y demás objetos conforman escenarios multicolores, parte integral de un mobiliario que, día a día, representa un mercado muy atractivo para la industria del mueble.

La fabricación de muebles que tiene como mercado objetivo a los niños, no es un segmento que pueda tomarse a la ligera. Desde su diseño aparecen factores que lo diferencian del mobiliario para adultos a todo nivel como la intención en el manejo del color y la escala (dimensiones - antropometría y ergonomía), así mismo, la asignación de elementos que estimulan el crecimiento y comportamiento de los pequeños -móviles, frisos de variadas formas, sonajeros - y, claro está, rigor en los requerimientos de seguridad.

En la actualidad el mobiliario infantil abarca gran variedad de elementos que van desde los tradicionales para la habitación -camas, cunas, cambiadores, armarios, baúles- hasta aquellos diseñados para salas de estudio, bien sean en el colegio o el hogar, como escritorios, sillas y tableros, pasando por los desarrollados exclusivamente para ambientes de juego y vitrinas en almacenes de juguetes y ropa infantil, al igual que la decoración y adecuación de recintos como consultorios y salas pediátricas

Un aspecto a tener en cuenta es que el cuarto infantil es uno de los espacios más difíciles de decorar, especialmente porque los niños son más propensos a la influencia de los medios de comunicación y las niñas han variado los gustos de muñecas y colores muy pasteles por otras temáticas más comerciales, e incluso, varoniles.

Como en todo lo que se refiere a la moda, las alcobas también tienen sus propias y muy definidas tendencias. En cuanto a alcobas infantiles se manejan mucho los tonos ácidos como rosados, fucsia, verde pistacho o el verde limón.

“Pero para que los niños vivan en un verdadero mundo de fantasía basta con elegir algunos muebles interesantes, conocer los gustos del pequeño y aplicar grandes dosis de imaginación y trabajo en equipo”³.

Es el factor más importante para iniciar la decoración de la habitación de los bebés y los niños. Los padres deben cerciorarse de crear un ambiente libre de peligros – sin cables y aparatos eléctricos, muebles inestables u objetos mal apilados y espacios estrechos que les limiten el movimiento”, dice Helena González, gerente de Kitty Lipy⁴. Así se podrá crear un ambiente de diversión, juego y aprendizaje para ellos. Recuerde que debe adaptar la habitación a su niño y no su niño a la habitación.

“Se pueden armar ambientes en los que el niño sea quién disfrute de ellos. Dentro de los temas más divertidos puede estar animales de la jungla, insectos, la granja y barcos o submarinos. La idea es que se juegue con todos los elementos que componen la habitación: paredes, cortinas, lámparas, muebles, repisas, cuadros, lencería, y juguetes”⁵.

³ www.metrocuadrado.com

⁴ *Ibíd.*

⁵ SIMOSA, Bogotá. Documento, página 37.

El orden y el cuidado de los implementos se pueden estimular con muebles en los que el pequeño pueda organizar y apilar sus pertenencias. En el caso de los bebés, la elección de la cuna es fundamental; ya que debe tenerse en cuenta que pasará más de 20 horas al día durmiendo allí.

Evolución de la industria en Colombia

En Colombia el mueble infantil está enfocado a suplir las necesidades de mobiliario para niños con edades que van desde los cero hasta los 14 años. Pero es una tendencia reciente, ya que solo desde la década de los noventa, empezaron a crearse empresas especializadas en un mercado infantil, ya que hasta dicha época, este tipo de mobiliario era un producto más de las galerías de mueble y la decoración de cuartos infantiles una labor de los padres de familia.

Pese a este desarrollo de cerca de veinte años, las cosas no han cambiado tanto como era de esperar, “Teniendo en cuenta que Colombia posee una población de 45 millones de habitantes, de los cuales 16.800.000 son niños, la potencialidad que tiene la industria infantil es muy alta, sin embargo este es un mercado inexplorado, con escasa literatura sobre diseño y muy pocos estudios específicos para el sector, además de presentar una atención casi nula en cuanto a normatización⁶.

De hecho, tan sólo una parte de la industria mueblería dedica su producción al diseño y fabricación de muebles pensados para niños. “Tal es el caso de Rekreo Decoración, empresa que notando las pocas posibilidades que ofrecía el mercado comprador –nació como alternativa hace menos de un año⁷ y hoy, según sus directivas presenta resultados más que favorables.

⁶ GOMEZ, Sandra. Muebles y diseños- Documento. Medellín. 2.006, Pág. 13.

⁷ *Ibíd.*, Pág. 15.

Para los productores de muebles para niños: “Los niños crecen muy rápido, razón por la cual al amoblar un dormitorio infantil hay que hacerlo con elementos claves, que puedan transformarse y desplazarse con facilidad y que se adapten a diferentes usos sin perder su funcionalidad ya que -en este tipo de inversiones- uno de los objetivos de los padres es que la habitación crezca con los niños”⁸.

Partiendo de la premisa anterior, muchas industrias han diseñado muebles del tipo modular que se van adecuado a las distintas etapas de crecimiento de los niños; ejemplo de ello son las cunas que se transforman en cama, los cambiadores en pequeños armarios y las mesitas de noche en baúles para guardar juguetes. “Los tiempos actuales conllevan a una mayor comprensión de las etapas de desarrollo del niño y en particular a la elaboración de muebles, de medios y al uso de materiales que tengan en cuenta dichas fases”⁹.

Dentro de la tradición colombiana existe la idea de comprar muebles para toda la vida, por ello en algunos casos, los diseños infantiles tienden a ser muy neutrales en cuanto a sus formas pero, recurriendo al manejo del color como solución, los fabricantes lo diferencian frente al mueble adulto.

Rafael Linares, gerente administrativo de La Casa del Pino, explica al respecto que: “Si bien la producción de su planta está inclinada en un 70 por ciento hacia el mobiliario infantil y juvenil, este posee la cualidad de adaptarse totalmente al niño que pasó a ser adolescente y adulto”¹⁰.

“Teniendo en cuenta que el mobiliario es elaborado cien por ciento en madera, la inversión se debe justificar en el tiempo, por ello ofrecemos alcobas que fácilmente se adaptan a un estudio infantil o bien a una pequeña biblioteca para

⁸ *Ibíd.*, Pág. 17.

⁹ PINEDA, Eleonora. *Nuevas Tendencias en el mobiliario y decoración infantil*. Ediciones La Estrella. Santa Fe de Bogota. 2.002., Pág. 33.

¹⁰ GOMEZ, Sandra. *Muebles y diseños- Documento*. Medellín. 2.006, Pág. 19.

universitarios. Entre mayores posibilidades ofrezca el mueble mayor es el atractivo que genera en el comprador”¹¹

En cuanto a materiales, actualmente hay una diversidad infinita, encabezada por los tradicionales como madera y metal, y complementada por otros como los plásticos, acrílicos y aluminios que ganan cada vez más espacio dentro del mercado.

” Los materiales utilizados en cuartos y espacios infantiles tienen en cuenta la edad de los niños, y ante todo que no impliquen riesgos, sean flexibles, llamativos y en si, se constituyan en un elemento mas de ornato y lúdico”¹².

Los muebles plásticos pueden mojarse, ensuciarse, sufrir el impacto de los juegos y de otras actividades infantiles con muy poco daño, sin embargo, desde el punto de vista estético, presentan como desventaja una limitada gama de colores, ya que generalmente se comercializan en tonalidades primarias (rojos, blancos, azules, amarillos, naranjas, verdes) y texturas planas. A nivel de usos, este se emplea en elementos como mesitas, sillas de estudio, repisas, baúles y demás.

En cuanto a precios, el mercado ofrece soluciones para todos los presupuestos. “Los precios dependen de los materiales, el acabado, la marca, la exclusividad y otros factores inherentes como sello de garantía, post- servicio, diseño y representatividad”¹³

Entre tanto: “Los muebles fabricados en línea, ofrecen precios un poco más bajos, una cama se puede adquirir a partir de 180 mil pesos y una alcoba completa está por el orden de los 800 mil pesos”¹⁴.

¹¹ *Ibíd.*, Pág. 20.

¹² MARTINEZ, Aura. *Espacios, Tendencias y Estilos*. Ediciones Mujevar. Bogotá. 2.003, Pág. 69.

¹³ *Ibíd.*, Pág. 89.

¹⁴ *Ibíd.*, Pág. 91.

Finalmente, en cuanto a muebles plásticos, su costo se mide por unidad y las soluciones se arman de acuerdo a las necesidades de cada cliente al momento de la compra. “Los elementos de mayor adquisición son la mesa y silla de juego o estudio que tienen un precio promedio de 80 mil pesos”¹⁵.

Es importante destacar que, si bien es cierto, los usuarios del mobiliario serán los niños, la capacidad de elección y compra es de los padres que, en la mayoría de los casos intentan hacer inversiones lo más rentables posibles.

Los tiempos en que los niños aceptaban lo que papá y mamá decidieran, han quedado atrás; hoy, los pequeños, una vez aprenden a hablar, se hacen más independientes y empiezan a tomar sus propias decisiones, empezando por su cuarto.

Además, eligen y le imprimen su sello personal a lo que hacen y usan. “Es así como el diseño de espacios infantiles ha tenido una transformación importante, donde ellos son los protagonistas e imponen sus gustos. Ahora el diseño no se centra únicamente en lo que los padres quieren, sino que busca satisfacer el deseo y la imaginación de los niños”¹⁶. La tendencia es personalizar los espacios de los pequeños teniendo en cuenta su edad, preferencias, espacio y presupuesto.

Es recomendable partir de un tema específico, preferiblemente sugerido por el niño que va a habitar el lugar, buscando que todo sea coordinado, armónico y divertido. En cuanto al color, la tendencia está dada por la gama ácida, especialmente el naranja, el verde, el fucsia, el turquesa, aunque no pueden faltar el rosa y el rojo, que siguen siendo colores básicos.

¹⁵ GOMEZ, Sandra. Muebles y diseños- Documento. Medellín. 2.006, Pág. 25.

¹⁶ CARBONELL, Pablo. El desarrollo del diseño de espacios y superficies. Ediciones La Espada. Caracas. 2.005, Pág. 29.

Recreo, Diseño y Decoración de Espacios Infantiles y Juveniles, ha roto el esquema en el uso de los materiales convencionales, explorando nuevas alternativas y aplicándolos al diseño de muebles y accesorios para niños y jóvenes.

A través de esta exploración se han creado diseños innovadores y funcionales haciendo uso de materiales como el vidrio, el acrílico, el acero, las resinas y las maderas exóticas cultivadas, como la flor morada, el cedro y el nogal. Siempre teniendo como premisas básicas la seguridad, la funcionalidad, la innovación y la creatividad.

Pero como crear el espacio ideal. Es evidente que la habitación, el cuarto de juegos o el estudio son lugares de vital importancia en el desarrollo de los pequeños. Por eso, la decisión de cómo armar los espacios debe involucrar al niño. Allí debe sentirse cómodo, estar seguro y tranquilo.

Lo ideal es que antes de decidir qué tipo de espacio se va a armar, se les permita a los niños decir qué tienen en mente, de tal forma que se llegue a un acuerdo satisfactorio entre los gustos de los menores con las cosas prácticas, que es lo que generalmente importa a los padres.

“Los niños son fuente vital de información para saber qué les gusta, qué no les gusta; son francos, directos y decididos, lo que ayuda a que los diseñadores interpreten sus necesidades y las lleven a ese lenguaje mágico y divertido que sólo habita en sus mentes”¹⁷.

Esto ha hecho que los diseñadores se hayan convertido en personajes importantes que dan vuelo a la imaginación de los infantes, que interpretan su imaginario y cumplen los requerimientos y necesidades de los padres. Su trabajo

¹⁷ *Ibíd.*, Pág. 32.

es conciliar diferencias y a partir de ellas hacer propuestas que van desde qué colores y materiales usar, hasta la ubicación ideal de los muebles dentro del espacio. “La finalidad es optimizar espacios y permitirle al niño que imprima su sello y convierta el lugar en un sitio propio y con identidad. Las habitaciones infantiles, más que ser un lugar de reposo, se convierten en pequeños universos fantásticos para sus habitantes”¹⁸. Muebles y enseres en forma de carros de bomberos, barcos, submarinos y demás objetos conforman escenarios multicolores, parte integral de un mobiliario que, día a día, representa un mercado muy atractivo para la industria del mueble.

La fabricación de muebles que tiene como mercado objetivo a los niños, no es un segmento que pueda tomarse a la ligera. “Desde su diseño aparecen factores que lo diferencian del mobiliario para adultos a todo nivel como la intención en el manejo del color y la escala (dimensiones, antropometría y ergonomía), así mismo, la asignación de elementos que estimulan el crecimiento y comportamiento de los pequeños -móviles, frisos de variadas formas, sonajeros - y, claro está, rigor en los requerimientos de seguridad”¹⁹.

En la actualidad el mobiliario infantil abarca gran variedad de elementos que van desde los tradicionales para la habitación -camas, cunas, cambiadores, armarios, baúles- hasta aquellos diseñados para salas de estudio, bien sean en el colegio o el hogar, como escritorios, sillas y tableros, pasando por los desarrollados exclusivamente para ambientes de juego y vitrinas en almacenes de juguetes y ropa infantil, al igual que la decoración y adecuación de recintos como consultorios y salas pediátricas.

A medida que los niños crecen, los juegos y peluches se van quedando atrás para dar paso a otro tipo de elementos decorativos. Por eso, para que la decoración y

¹⁸ *Ibíd.*, Pág. 33.

¹⁹ *Ibíd.*, Pág. 32.

el mobiliario de un dormitorio infantil no queden disonantes, en unos años, resulta vital elegir los muebles, las telas y complementos más adecuados.

Así pues, a nivel de diseño, la industria debe reconocer tres distintas etapas de desarrollo del niño en las cuales el mobiliario presenta características específicas.

"1. Infantil (0-24 meses): Por ser una etapa de conocimiento en la que el niño establece las primeras relaciones con el entorno, se debe hacer un empleo moderado del color y recurrir a los parámetros de seguridad más estrictos. Los materiales a usar deben ser suaves, cálidos y antialérgicos pero a la vez seguros. Como elementos básicos de mobiliario se utiliza frecuentemente la cuna y el gavetero-cambiador, los cuales pueden complementarse con accesorios tales como repisas.

2. Júnior (2 a 9 años): Esta es una etapa de estimulación a través del color, las formas, la interacción con el espacio y los objetos. Durante esta fase la habitación se transforma y adquiere otra connotación, se convierte en un espacio que incentiva y estimula, cualidades que inciden en el desarrollo físico y emocional del niño. A nivel de diseño, la alcoba debe permitir la libertad de movimiento (motricidad), por lo cual es necesario generar zonas donde el niño pueda aprender, elaborar manualidades y expresar toda su creatividad.

3. Juvenil (10 a 15 años): Durante esta etapa se afirma la personalidad y se inicia una búsqueda de la identidad, por esta razón los elementos del diseño son más simples que en las fases anteriores; se recurre al uso de formas básicas y muy funcionales, asimismo, se acogen elementos provenientes de la moda o las tendencias del mercado."²⁰

²⁰ Ibíd., Pág. 39.

En cuanto a modelos, el diseño de mobiliario para los niños debe ir mas allá de una cercanía con la escala, el color o una temática determinada, por ejemplo habitaciones que simulan una estación de bomberos. Por ello, aunque deben prevalecer los criterios de seguridad y comodidad, se han involucrado diversos conceptos que generan productos más innovadores o competitivos en el mercado global.

Según el Diseñador Industrial Leonardo Páez, experto en la creación de muebles para niños, algunos de los conceptos que deben ser tenidos en cuenta por diseñadores y fabricantes de muebles son:

"a. El animismo (comportamiento infantil que tiende a atribuir vida a los elementos que no la tienen): Busca que el niño reconozca el espacio como algo más que un conjunto de elementos rígidos e interactúe con el mismo. Las propuestas de diseño pueden aportar mucho en este sentido generando conceptos innovadores tales como camas en forma de animales que agradan a los pequeños.

b. Cercanía al imaginario infantil: Reconocer e interpretar el pensamiento, la imaginación y el comportamiento del niño en sus distintas etapas es vital para que la industria pueda direccionar correctamente sus modelos y diseños. Por ejemplo, tener en cuenta la relación de escala, cómo interpretan los niños el color, cómo interactúan con los objetos, cómo establecen el sentido de pertenencia con los objetos, cómo se imaginan los muebles de su habitación, etc.

c. Muebles que crecen con ellos: La niñez es una etapa de crecimiento acelerado y por tal razón, los parámetros ergonómicos y antropométricos que se adopten en el diseño, deben ser flexibles en el tiempo.

d. Versatilidad, Multi-funcionalidad y flexibilidad: Estos conceptos se han reforzado como valores casi intrínsecos del producto. La versatilidad es entendida como la

posibilidad obtener configuraciones multifuncionales, mientras la flexibilidad hace referencia a la posibilidad de modular en relación con el espacio.

e. Personalización: Los muebles pueden llegar a ser más que elementos rígidos que prestan una función básica. Hoy día la tendencia en el diseño apunta a generar objetos personalizados o que permitan algún grado de personalización, bien sea en el color, la forma o los materiales que se identifiquen con el usuario.

f. Involucrar a padres e hijos en la toma de las decisiones: A la hora de determinar los parámetros de un diseño en particular es importante que tanto el padre como el niño estén satisfechos con el mismo, ya que así es más factible asegurar la compra”²¹

Los parámetros que evalúan que debe poseer el mueble para brindarles seguridad a los niños dependen de cada tipo de producto, por lo tanto entrar en detalle es una labor que concierne al fabricante de muebles infantiles dependiendo de los artículos a elaborar. Sin embargo, Leonardo Páez recomienda hacer énfasis en algunos puntos relevantes como:

”• Materiales y acabados no tóxicos fáciles de limpiar. En el caso de las lacas, es recomendable el uso de poliuretanos.

- Eliminar las aristas vivas (esquinas) reemplazándolas por cantos redondeados.

- En caso de utilizar herrajes metálicos, estos –preferiblemente deben estar ocultos. Igualmente se debe evitarse el uso de ganchos, salientes, puntas, tornillos o clavos en los cuales el niño pueda enredarse y/o lesionarse, además de piezas muy pequeñas que pueda extraer con facilidad y llevarse a la boca.

- En el caso de las cunas, debe manejarse una distancia máxima de 6 centímetros

²¹ www.jpma.org y www.cpsc.gov

entre barrotes para evitar que el bebé pueda enredarse y estrangularse (Esta es una de las mayores causales de mortalidad por incumplimiento de normas de seguridad en los EEUU).

- Evitar el uso de elementos que generen riesgo de caídas de altura, como pueden ser los barandales muy bajos en la cuna.
- En el caso de muebles de bisagras o pivotes, dejar el suficiente espacio de apertura a fin de evitar lesiones en los dedos. Este error, muy común, puede ser un defecto de fabricación o un mal ensamble del mueble terminado.
- Usar un sistema de anclaje en los cajones de los armarios o gaveteros que evite que, en determinado momento, el cajón salga por completo y lastime al niño”²².

Si bien es cierto que en el país no existe ningún tipo de normatividad técnica establecida que regule el mobiliario para hogar y menos el mobiliario infantil, en la actualidad se adelantan algunas iniciativas dirigidas a establecer parámetros de diseño en el campo del mobiliario escolar, encabezadas por el Distrito Capital de Bogotá y el Icontec.

Aunque tímidos, dichos estudios pueden convertirse en la base del desarrollo normativo para el sector, más aún, si la industria tuviese en cuenta que muchas de las filias y fobias desarrolladas por los consumidores se forman durante la niñez.

Así pues, sería vital presentar y desarrollar estudios dirigidos a establecer pautas de consumo para un mercado potencial futuro. Entre tanto, los fabricantes nacionales de mobiliario infantil, han establecido como parámetros de seguridad y calidad los usados por las autoridades norteamericanas.

²² www.jpma.org y www.cpsc.gov

En primera instancia, el estricto mercado estadounidense, ha creado una entidad denominada: "CPSC (Consumer Products Safety Commission), encargada de evaluar y determinar los parámetros de seguridad que deben cumplir los productos que pretendan ser comercializados en ese país"²³. Dicha entidad asevera la seguridad de un producto por medio de una certificación, previo cumplimiento de la normatividad.

"Un segundo organismo representativo en EEUU es la JPMA (Juvenile Products Manufacturer Association), asociación de compañías dedicadas a la producción y comercialización de productos infantiles a todo nivel. Como tal, este organismo otorga certificaciones a los productos que cumplen los requerimientos mínimos de seguridad, igualmente promueve la innovación y genera nuevas expectativas de mercado a través de la realización de ferias y muestras en los Estados Unidos"²⁴. El cumplimiento de los estándares de la JPMA es el puente comercial para las compañías que pretenden ingresar al mercado norteamericano.

Y aunque en Colombia, no existen normas definidas, en el mobiliario infantil confluyen una serie de características y elementos, que tanto los diseñadores como los fabricantes, deben tener en cuenta para asegurar éxito de su producción. De hecho, la adopción de normas internacionales de seguridad abren las puertas de plazas tan importantes como los son Norteamérica y Europa.

Es importante agregar que para el desarrollo del proyecto, hay que tener en cuenta las normas ambientales y sobre desarrollo renovable, en el manejo y tratamiento de maderas, y las normas que tienen relación con la creación de empresas, con el tipo de Sociedad que surja como un contrato o acuerdo que surge entre dos personas o mas personas, para desarrollar una determinada actividad, con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas por la empresa.

²³ MUEBLES Y SEGURIDAD. NORMAS INTERNACIONALES. U.S.A. Baton Rouge. 2.005, Pág. 79.

²⁴ *Ibíd.*, Pág. 82.

CONTEXTO GEOGRAFICO

NACIONAL

Colombia concentra el mercado de decoración y muebles infantiles en Bogotá y las ciudades de mayor tamaño, como Cali, Medellín y Barranquilla.

REGIONAL

A nivel regional el mercado de decoración y muebles infantiles se concentra en la ciudad de Bucaramanga, con un escaso desarrollo en otras poblaciones del departamento.

LOCAL

En Bucaramanga y su área metropolitana con mas de un millón de habitantes, las familias de estratos medios y altos le conceden mucha importancia a los cuartos de los niños, sobre todo a los recién nacidos y los niños pequeños, con especial atención al mobiliario y motivos acordes a la edad. Los cuartos de los niños, son espacios adaptados a su edad y aunque existe la costumbre de que sean los padres de familia quienes los decoren, se está dando la tendencia de contratar servicios de decoradores, de galerías infantiles, para que sean estos quienes se encarguen de dicha labor.

La decoración tradicional de muebles infantiles, cenefas y juguetes está dando paso a habitaciones con pinturas en tonos que despierten el interés de los niños, con aprovechamiento de los espacios y la conformación de un espacio integrado, donde la lúdica, el descanso y el desarrollo sean aspectos fundamentales.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General.

- Realizar un estudio de mercados, mediante el diseño, desarrollo y evaluación de una investigación que facilite la comprensión sobre tamaño de la demanda insatisfecha, necesidades y orientación del servicio.

2.1.2 Específicos

- Establecer las características del servicio de acuerdo a los gustos, necesidades y preferencias del mercado

- Definir el mercado potencial y objetivo para el proyecto para contextualizar un nicho de mercado ajustado a las características y alcances del proyecto

- Realizar una investigación de mercados que permita definir gustos, preferencias, orientación y necesidades de los clientes

- Cuantificar los niveles de demanda del proyecto

- Estudiar las características de la oferta en la zona, con el fin de generar un producto competitivo y con capacidad de negociación frente a la competencia.

- Realizar un estudio de precios para determinar los niveles que se ajusten al mercado.

- Establecer los canales de comercialización que le permitan a la empresa optimizar sus procesos de distribución en el mercado.
- Elaborar una campaña publicitaria para la empresa
- Establecer mecanismos de promoción que permitan introducir los servicios de la empresa en el mercado.

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto/servicio. Se ofrecerá un servicio estructurado de forma integral: decoración de cuartos infantiles, compuesto por los muebles, los elementos de ornato y los juegos que se utilizan para generar un ambiente de esparcimiento y desarrollo en dichos espacios infantiles.

Esta decoración se basará en los muebles tradicionales: camas, mesas de noches, cunas, bibliotecas, escritorios y comprenderá además, los elementos que decoran y complementan los cuartos de los niños: cenefas, adornos y cuadros.

Estos muebles se ofrecerán en materiales como madera y metal, y complementada por otros como los plásticos, acrílicos y aluminios.

Los elementos decorativos serán de diversos materiales: foamy, country, macramé, tela, plástico, entre otros, de acuerdo con los gustos y tendencias del mercado, en tonalidades primarias (rojos, blancos, azules, amarillos, naranjas, verdes) y texturas planas.

2.2.2 Productos sustitutos. Como productos sustitutos se consideran los servicios de otras empresas, ofrecidos por las galerías de muebles y los servicios

de los centros tradicionales de decoración, que ofrecen como una línea complementaria todo tipo de muebles y artículos decorativos para niños.

2.2.3 Productos complementarios. Son productos complementarios juegos didácticos, juegos en general y electrodomésticos como el televisor y el computador, que pueden convertirse en parte del decorado y/o una extensión del mismo.

2.2.4 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia. Atributos Físicos. El producto a ofrecer es un diseño y decoración de cuartos infantiles especializado que tenga en cuenta las diferentes fases de desarrollo y edades de los niños, para establecer ambientes específicos para cada fase o etapa de crecimiento de los niños.

Atributos funcionales. Será ofrecido en paquetes integrales: muebles y decoración en general; pintura y refacción de los cuartos para generar ambientes infantiles; ornato, espacios integrados para el juego, el descanso y el estudio.

Atributos Psicológicos. Será un producto de gran calidad, que buscará generar una imagen de marca y excelencia, un producto que genere interés entre los padres de familia de la ciudad de Bucaramanga.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial está constituido por los hogares de Bucaramanga, que tienen niños menores de doce años y que de acuerdo con el cuadro 1 es de 175.498 hogares.

Cuadro 1. Número de hogares con menores de doce años, por municipio del Área Metropolitana de Bucaramanga

CIUDAD	Número de Hogares
Bucaramanga	74.337
Floridablanca	44.627
Girón	20.201
Piedecuesta	16.333
TOTALES	175.498

FUENTE: DANE. Bucaramanga. 2005

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo está constituido por los hogares que tienen niños menores de doce años y pertenecen a los estratos alto, medio alto y medio de la población: 38.791 hogares. Ver cuadro 2.

Cuadro 2. Número de hogares de estratos alto, medio- alto y alto, con menores de doce años, por municipio del Área Metropolitana de Bucaramanga.

CIUDAD	Número de Hogares
Bucaramanga	18.210
Floridablanca	12.633
Girón	5.408
Piedecuesta	2.540
TOTALES	38.791

FUENTE: DANE. Bucaramanga. 2005

2.3.3 La demanda.

2.3.3.1 Investigación de Mercados.

- **Planteamiento del problema.** El mercado del diseño y decoración de espacios infantiles no ha sido desarrollado por empresas especializadas en la ciudad de Bucaramanga y es una extensión o línea mas de las empresas que decoran o producen muebles, por ello se desconocen los gustos y preferencias de los clientes, el comportamiento de la demanda y la oferta, las intenciones de compra, los hábitos de consumo, y las tendencias reales del mercado.

Es por ello que es necesario realizar un estudio de mercados, que permita conocer la información que se requiere sobre el producto o servicio, el mercado potencial y objetivo, las necesidades de los clientes y la demanda.

- **Necesidades de información**

- Características del producto/ servicio de acuerdo a los gustos, necesidades y preferencias del mercado: tonos, materiales, colores.
- Dimensión y características del mercado potencial y objetivo del proyecto
- Nivel de ingresos
- Compra
- Niveles de compra
- Motivo de compra
- Factores que deciden la compra
- Presupuesto destinado para la compra
- Demanda potencial y estimada del producto

Cuadro 3. Ficha Técnica de la demanda

Tipo de Investigación	Corresponde a un estudio exploratorio y descriptivo ya que interesa conocer el grado de aceptación de una empresa orientada al diseño y decoración de espacios infantiles en la ciudad de Bucaramanga
Método de investigación	Los métodos por el cual se obtendrá el conocimiento de la investigación corresponden a la observación, análisis y síntesis de los hechos o fenómenos presentes en la población objeto de estudio, identificando rasgos característicos de la población con respecto al consumo de este tipo de servicio, lo cual permitirá obtener los objetivos propuestos.
Fuentes de información	Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán de dos tipos: las primarias y las secundarias. Las fuentes primarias estarán constituidas por la población a la que se realizará el estudio: los potenciales consumidores del producto y las personas conocedoras del tema. Como fuentes secundarias se tienen estudios previos, y los archivos, documentos y textos de FECODE,

	Acopi, Tesis Universitarias, INTERNET, entre otras.
Técnicas de recolección de información	La encuesta que se aplicará a la población objeto de estudio
Instrumento	El cuestionario estructurado que se aplicará a la población objeto de estudio.
Modo de aplicación	Directa
Definición de población (Elemento, Unidad de muestreo)	La población está constituida por los 38.791 hogares con niños menores de doce años del Área Metropolitana de Bucaramanga
Proceso de muestreo	<p>Para calcular el tamaño de la muestra, se considerará un muestreo de tipo probabilística y aleatorio simple aplicando la siguiente expresión matemática:</p> $n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{e^2 (N-1) + Z^2 \times p \times q}$ <p>De donde:</p> <p>N = Población = 38.791</p> <p>Z = Nivel de confiabilidad del 95% = 1,96</p> <p>e = Error estimado = 0,05</p>

	<p>p = Probabilidad de éxito = 0,5 q = Probabilidad de no éxito o de fracaso = 0,5 (1-0,5) n= muestra (encuestas)</p> <p>Reemplazando la ecuación se tiene:</p> $n = \frac{(1.96)^2 \times 38.791 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2 (38.791-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$ <p>n = 383,60</p> <p>Aproximando, 384.</p>
Marco Muestral	<p>Estrato alto: 4.250 Estrato Medio- alto: 11.891 Estrato Medio: 22.650 Total: 38.791</p>
Alcance	Área Metropolitana de Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Semanas dos y tres de Marzo de 2.007

- **Tabulación y presentación de análisis de resultados**

Pregunta 1. ¿Tiene UD hijos menores de doce años?

Tabla 1. Hijos menores de 12 años

HIJOS MENORES DE 12 AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	242	63,02
NO	142	36,98
TOTAL	384.	100%

FUENTE: Encuesta



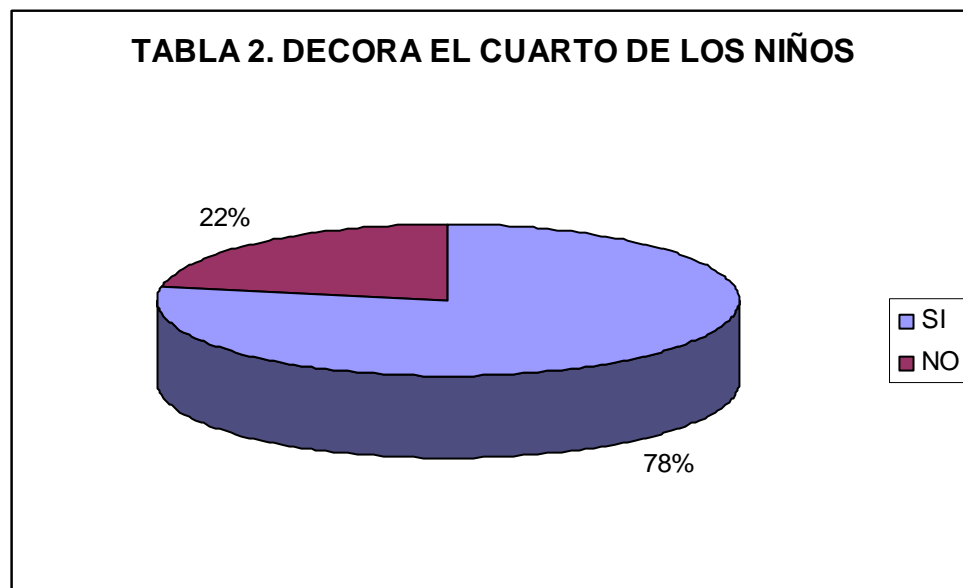
La tabla 1 y gráfica 1, muestran que la mayoría de los encuestados, el 63%, tienen hijos menores de doce años, lo que indica que la mayoría de las familias objeto de estudio se constituyen en mercado potencial para el proyecto.

Pregunta 2. Decora UD los cuartos de sus niños

Tabla 2. Decoración de los cuartos de los niños

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	188	77,69%
NO	54	22,31
TOTAL	242	100%

FUENTE: Encuesta



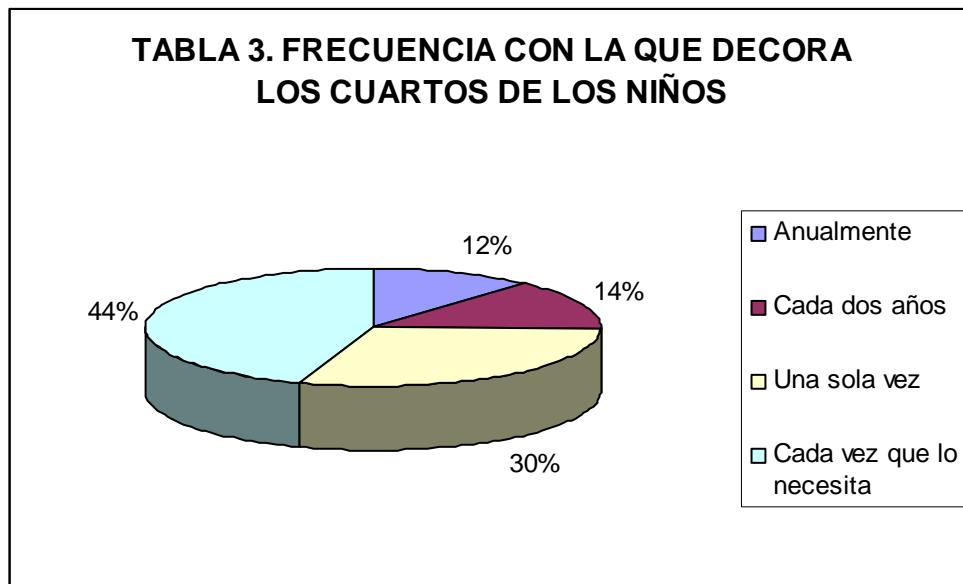
La tabla 2 y gráfica 2 permiten establecer que un 78%, de las familias decoran los cuartos de los niños, mientras que el 22% restante no los decora, aspecto que indica que existe la tendencia a tener en cuenta las necesidades de los niños y a proveerlos de un ambiente placentero y adecuado para su edad en los hogares.

Pregunta 3 ¿Con qué frecuencia los decora?

Tabla 3. Frecuencia con la que decora los cuartos de los niños

FRECUENCIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Anualmente	22	11,70
Cada dos años	26	13,83
Una sola vez	56	29,78
Cada vez que lo necesita	84	44,69
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



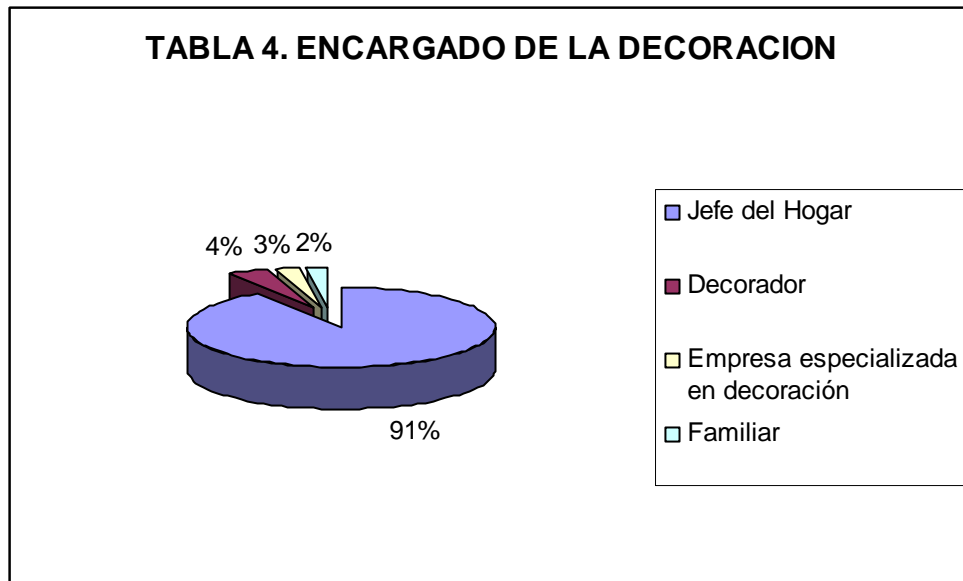
Según la tabla 3 y gráfica tres el 44% de los encuestados decora cada vez que lo necesita y el 30% una sola vez, aunque existe un segmento importante, el 14%, que decora cada dos años. Solo un 12% decora todos los años. Esto significa que la decoración de los cuartos de los niños es una actividad que no es prioritaria y permanente sino una necesidad que surge temporalmente y que obedece principalmente a hechos circunstanciales.

Pregunta 4. Los decora UD a través de:

Tabla 4. Encargado de la decoración

ENCARGADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Jefe del Hogar	171	90,95
Decorador	8	4,26
Empresa especializada en decoración	5	2,66
Familiar	4	2,13
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



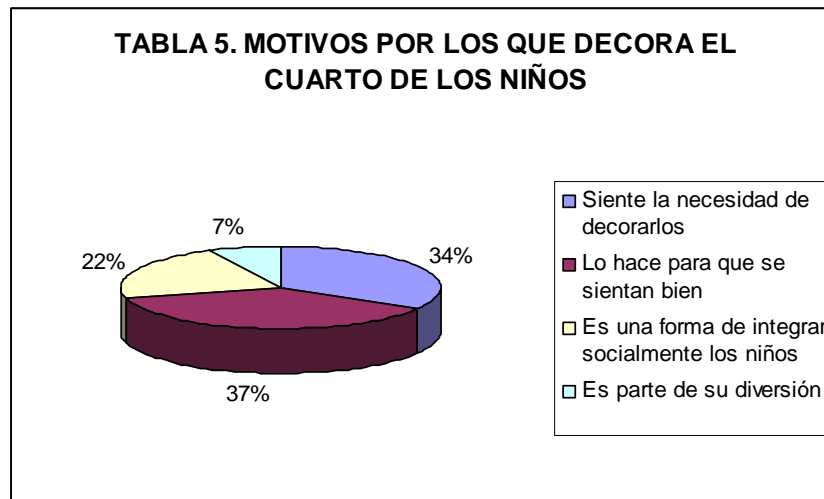
Conforme a la tabla 4 y gráfica 4, el encargado de decorar, en el 91% los hogares, es el jefe del hogar y solo un pequeño porcentaje, el 4%, acude al decorador o a una empresa especializada el 3%. De allí que esta importante labor esté siendo desarrollada por los padres de familia que tienen en cuenta sus gustos y preferencias, pero desconocen qué elementos o aspectos deben tenerse en cuenta para utilizar la decoración como un elemento formativo y de desarrollo para sus hijos.

Pregunta 5 ¿Por qué motivos decora UD los cuartos de sus niños?

Tabla 5. Motivos por los que decora el cuarto de los niños

MOTIVOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siente la necesidad de decorarlos	63	33,52
Lo hace para que se sientan bien	70	37,24
Es una forma de integrar socialmente los niños	41	21,80
Es parte de su diversión	14	7,44
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



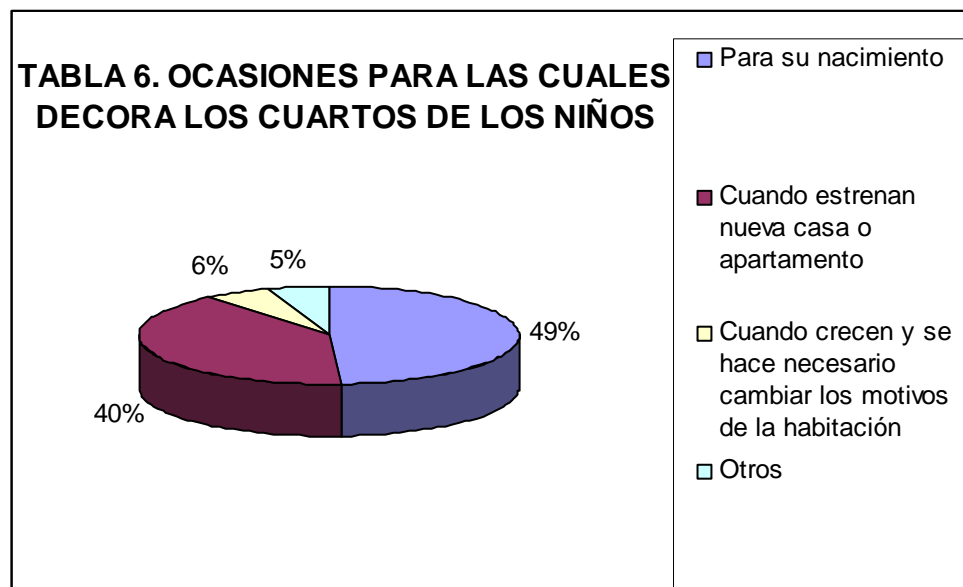
De acuerdo con la tabla 5 y la gráfica 5, el principal motivo para decorar los cuartos de los niños, es para el 37% el que sus hijos se sientan bien; seguido de un 34% que sienten la necesidad de hacerlo. El 22% considera que es una forma para integrar socialmente los niños y un 7% opina que es parte de su diversión. De allí que la decoración de los cuartos de los niños sea entendida como un instrumento para mejorar la motivación y complacer los hijos y como un elemento de integración social, dándole validez al carácter psicológico y comunicativo de tal labor.

Pregunta 6. ¿Para qué ocasiones decora UD los cuartos de sus niños?

Tabla 6. Ocasiones para las cuales decora los cuartos de los niños

OCASIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Para su nacimiento	92	48,94
Cuando estrenan nueva casa o apartamento	75	39,89
Cuando crecen y se hace necesario cambiar los motivos de la habitación	11	5,85
Otros	10	5,32
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



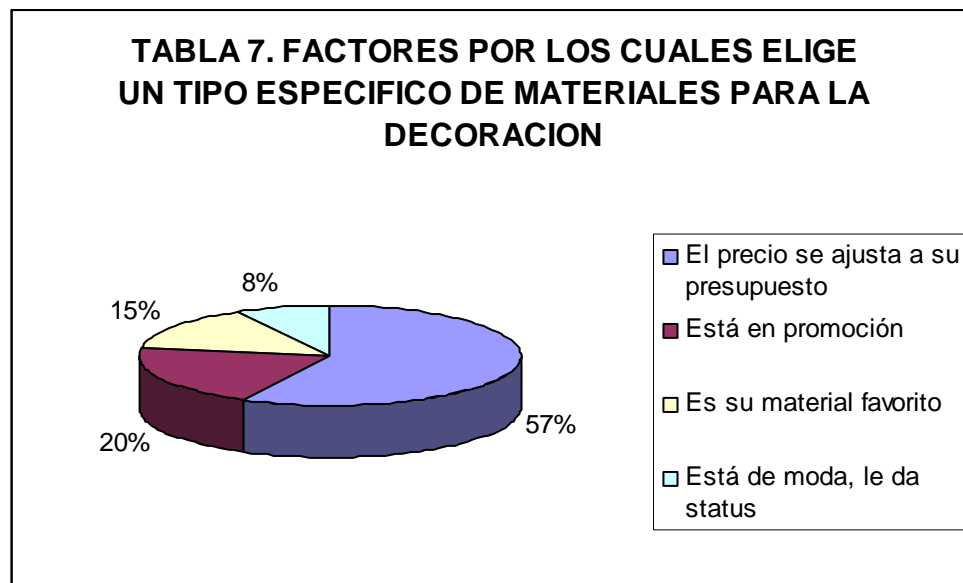
De acuerdo con la tabla 6 y la gráfica 6, el 49% de los hogares decora los cuartos de los niños para su nacimiento y el 40% cuando estrenan casa o apartamento. Un 6% lo hacen cuando los niños crecen y el 5% por otras razones. Esto significa que la decoración de los cuartos de los niños está estrechamente ligada con la llegada de un niño al hogar, o cuando crecen, es decir por razones sociales, pero no de desarrollo o de instrumento formativo.

Pregunta 7. UD. decide comprar un tipo específico de materiales para decorar, porque:

Tabla 7. Factores por los cuales elige un tipo específico de materiales para la decoración

FACTORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
El precio se ajusta a su presupuesto	108	57,45
Está en promoción	37	19,68
Es su material favorito	28	14,90
Está de moda, le da status	15	7,97
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



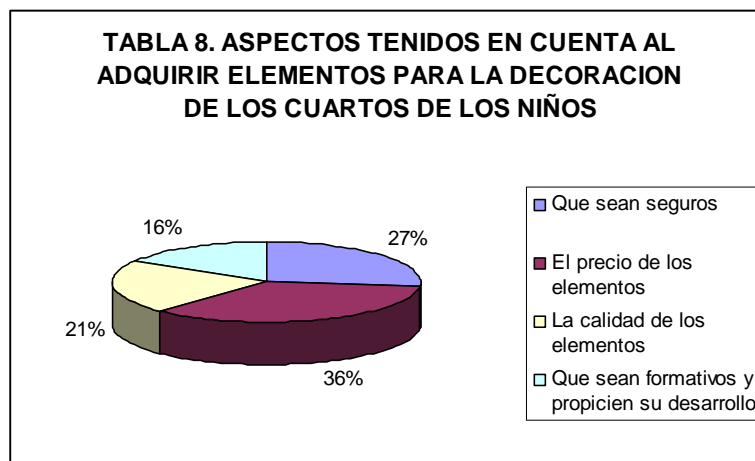
De acuerdo con la tabla 7 y la gráfica 7, los factores que inciden sobre la elección de un tipo específico de materiales para la decoración son en su orden: para 57% el precio; para el 20% el que estén de promoción; para el 15% que sea el material favorito de quien decide la decoración y para el 8% que esté de moda. Esto implica que la elección está vinculada al costo de los materiales primordialmente y no a otros factores determinantes como la calidad o la seguridad que brinden los materiales.

Pregunta 8. Cuando usted compra elementos de decoración para sus niños, ante todo tiene en cuenta:

Tabla 8. Aspectos tenidos en cuenta al adquirir elementos para la decoración de los cuartos de los niños

ASPECTOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Que sean seguros	50	26,60
El precio de los elementos	67	35,64
La calidad de los elementos	40	21,28
Que sean formativos y propicien su desarrollo	31	16,48
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



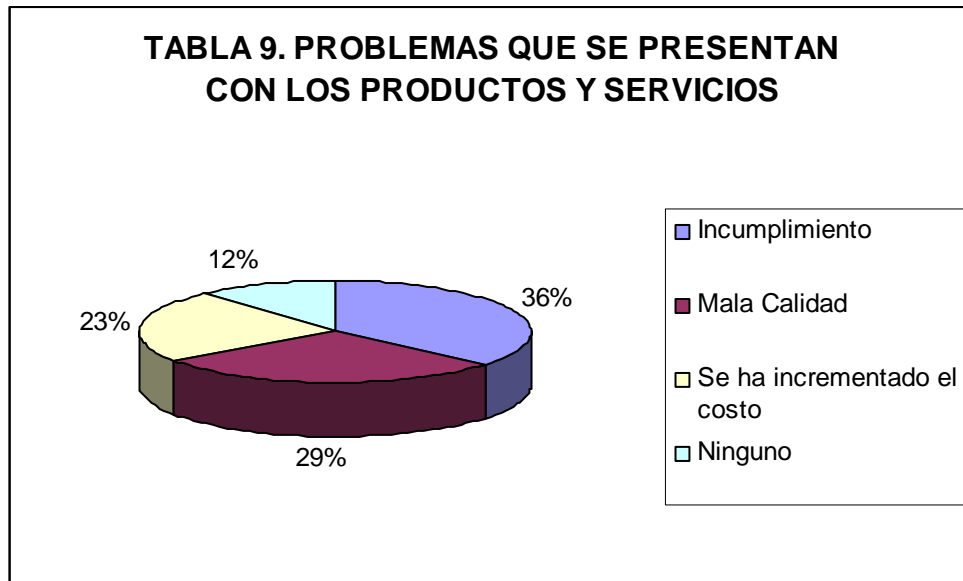
Conforme a la tabla 8 y gráfica 8, los principales aspectos tenidos en cuenta al adquirir elementos para la decoración de los cuartos de los niños, son el precio de los elementos para el 36%; que sean seguros para el 27%; que tengan calidad para el 21% y para el 16% que sean formativos y propicien su desarrollo. Esto significa que la seguridad, la durabilidad y la contribución formativa son aspectos secundarios al comprar los elementos decorativos, ya que el precio es el factor que decide sobre la compra de los materiales.

Pregunta 9. ¿Que problemas se le han presentado con los productos o servicios recibidos?

Tabla 9. Problemas que se presentan con los productos y servicios recibidos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Incumplimiento	68	36,17
Mala Calidad	55	29,25
Se ha incrementado el costo	43	22,87
Ninguno	22	11,71
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



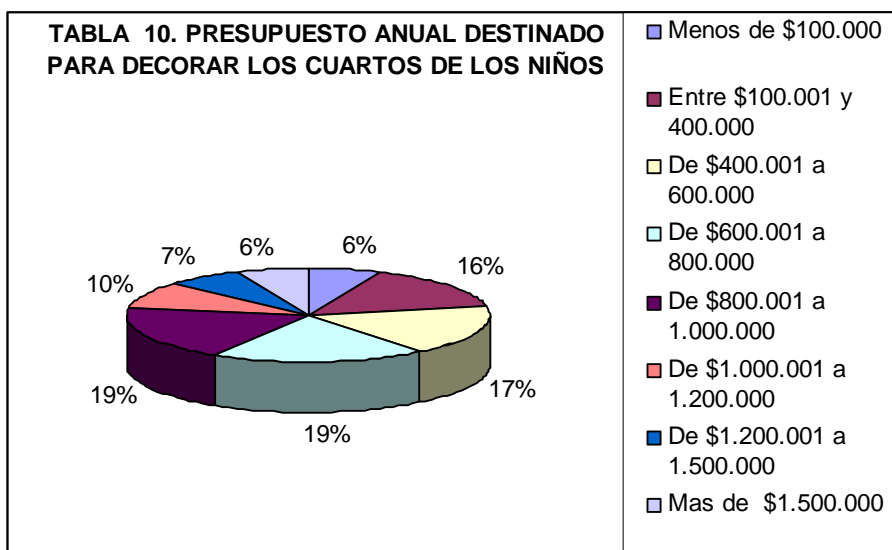
Conforme a la tabla 9 y gráfica 9, el 36% considera que el principal problema es el incumplimiento; para el 29% la mala calidad; para el 23% el incremento en los costos inicialmente presupuestados y el 12% considera que no se presenta problemas con los productos y servicios adquiridos. Es evidente que ante la primacía del incumplimiento y la calidad como factores determinantes, las expectativas se cumplen al adquirir materiales de gran calidad y al cumplir en los términos y plazos pactados.

Pregunta 10. ¿Anualmente, cuál es el presupuesto que UD destina para decorar los cuartos de sus niños?

Tabla 10. Presupuesto anual destinado para decorar los cuartos de los niños

PRESUPUESTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$100.000	12	6,38
Entre \$100.001 y 400.000	30	15,96
De \$400.001 a 600.000	32	17,02
De \$600.001 a 800.000	36	19,15
De \$800.001 a 1.000.000	35	18,62
De \$1.000.001 a 1.200.000	18	9,57
De \$1.200.001 a 1.500.000	13	6,92
Mas de \$1.500.000	12	6,38
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



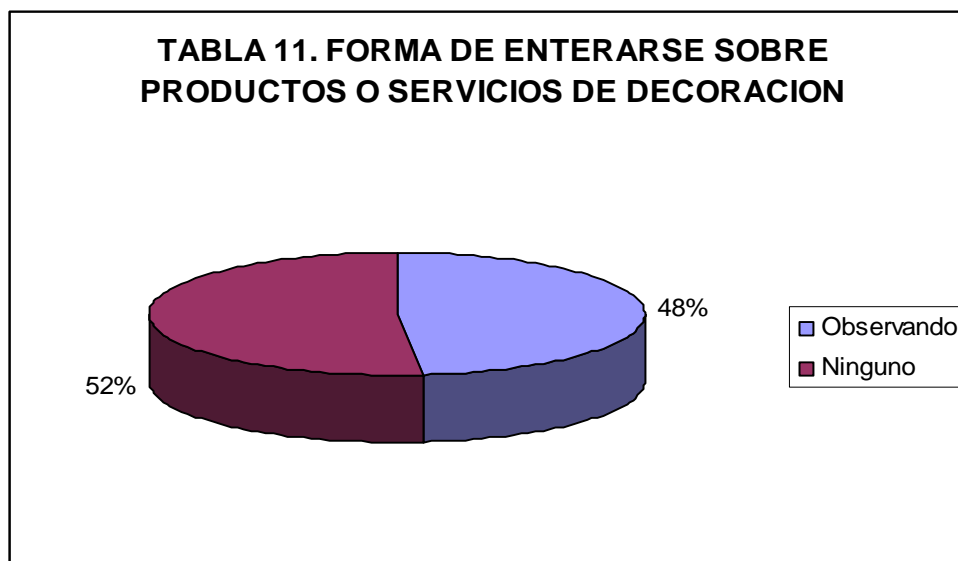
Conforme a la tabla 10 y gráfica 10, el 19% de las familias considera como presupuesto anual para la decoración de los cuartos de los niños intervalos de dinero entre \$880.001 y \$1.000.000, el 19% entre \$600.001 y \$800.000, el 17% entre \$400.001 y \$600.000; el 16% entre \$100.001 y \$400.000. Son pocas las familias que se ubican en niveles de presupuesto diferentes a dichos intervalos.

Pregunta 11. ¿Cuándo requiere productos o servicios de decoración, cómo se entera de la existencia de los mismos?

Tabla 11. Forma de enterarse sobre productos o servicios de decoración

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Observando	91	48,04
Ninguno	97	51,96
TOTAL	188	100%

FUENTE: Encuesta



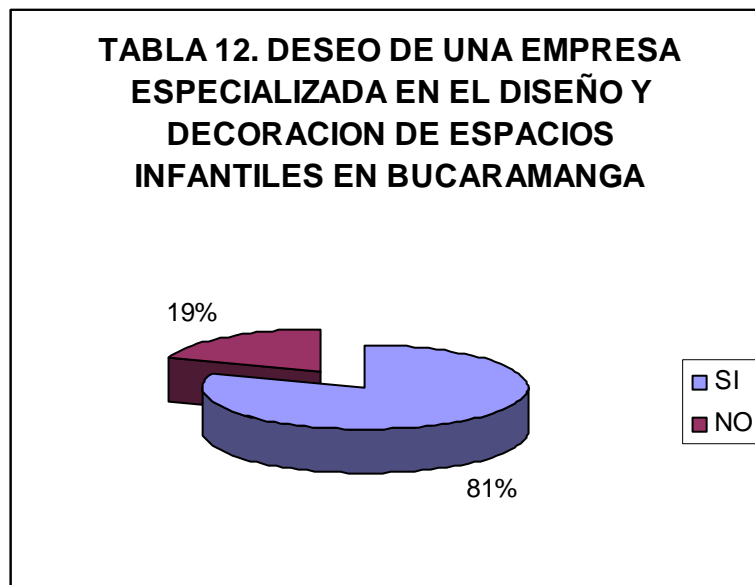
De acuerdo con la tabla 11 y la gráfica 11, el 52% de las familias se entera sobre productos o servicios decorativos a través de la observación. El 48% de las familias no se enteran sobre dichos productos. Ello implica que se requiere promocionar, publicitar dichos servicios y productos, para que se genere una necesidad y se dinamice su demanda.

Pregunta 12. ¿Le gustaría a usted que en Bucaramanga ofreciera sus servicios una empresa especializada en el diseño y decoración de espacios infantiles?

Tabla 12. Deseo de una empresa especializada en el diseño y decoración de espacios infantiles en Bucaramanga

DESEO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	195	80,58
NO	47	19,42
TOTAL	242	100%

FUENTE: Encuesta



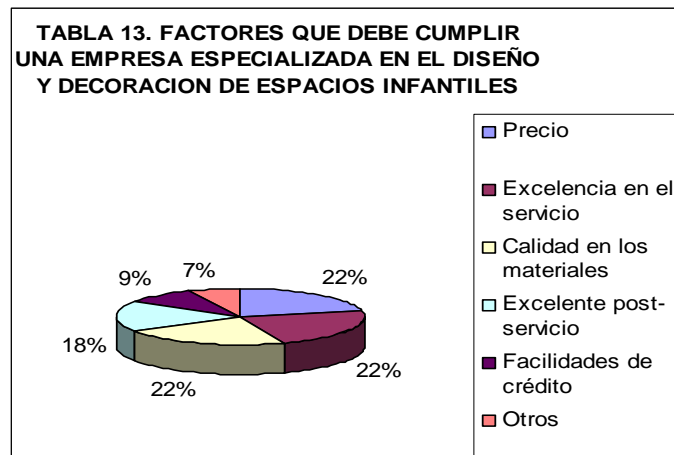
Conforme a la tabla 12 y gráfica 12, el 81% de los encuestados desea que exista una nueva empresa especializada en el diseño y decoración de espacios infantiles en la ciudad de Bucaramanga, mientras que el restante 19% no está interesado, porque prefieren decorar ellos mismos. Esto significa que existe un cambio de conciencia sobre la necesidad de imprimirle una nueva orientación y sentido a la decoración de los espacios infantiles de los niños, porque se está considerando a dichos espacios como parte fundamental del desarrollo de los niños.

Pregunta 13. Que factores considera UD que debe cumplir dicha empresa, para que UD contrate sus servicios:

Tabla 13. Factores que considera debe cumplir la empresa

FACTORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	53	21,90
Excelencia en el servicio	54	22,32
Calidad en los materiales	53	21,90
Excelente post- servicio	43	17,77
Facilidades de crédito	22	9,09
Otros	17	7,02
TOTAL	242	100%

FUENTE: Encuesta



De acuerdo con la tabla 13 y la gráfica 13, los factores que debe cumplir una nueva empresa especializada en la decoración de espacios para los niños, para que sea contratada, son en orden de importancia: para el 22% excelencia en el servicio; para el 22% precio; para el 22% calidad de los materiales, para el 18% excelente post- servicio; para el 9% facilidades de crédito y para el 7% otros factores. Ello implica que prima el servicio, la calidad y el precio como determinantes para lograr el éxito por parte de la nueva empresa.

2.3.3.2 Estimación de la Demanda. De acuerdo con los datos de la Cámara de Comercio no existe demanda específica del tipo de servicio, porque no existen

empresas orientadas al diseño y decoración de espacios infantiles en la ciudad de Bucaramanga. La demanda de productos y servicios para la decoración de bienes infantiles aparecen distribuidos en diferentes sectores CIIU, sin tener un subsector específico para la decoración de espacios infantiles, por lo que es prácticamente imposible determinar cual parte de dicha demanda corresponde a los servicios objeto de estudio.

No obstante, se puede establecer la demanda potencial teniendo en cuenta los resultados de la encuesta. Existe en Bucaramanga un mercado objetivo de 38.791 hogares de los cuales el 78% es decir: $38.791 \times 0,78 = 30.256,98$, 30.257 hogares decora los cuartos, de los cuales 81% desea efectivamente acudir a una empresa especializada en el diseño y decoración de espacios infantiles en Bucaramanga, es decir: $30.257 \times 0,81 = 24.508,17$, 24.508 hogares.

Estos hogares de acuerdo con la tabla 10 disponen de un presupuesto anual de acuerdo con lo que se consigna en la tabla 14, que generaría la demanda potencial del proyecto. Para establecer se multiplica el porcentaje por el número de hogares, por el punto medio del intervalo de presupuesto.

Tabla 14. Demanda potencial del proyecto

PRESUPUESTO	PORCENTAJE	HOGARES	DEMANDA
Menos de \$100.000	6,19	24.508	75.852.260
Entre \$100.001 y 400.000	20,66	24.508	1.265.838.200
De \$400.001 a 600.000	17,76	24.508	2.179.310.400
De \$600.001 a 800.000	17,35	24.508	2.967.496.600
De \$800.001 a 1.000.000	16,95	24.508	3.738.695.400
De \$1.000.001 a 1.200.000	8,68	24.508	2.340.023.840
De \$1.200.001 a 1.500.000	6,62	24.508	2.190.279.960
Mas de \$1.500.000	5,79	24.508	2.128.519.800
TOTAL	100%	24.508	\$16.886.016.460

FUENTE: Encuesta

2.3.3.3 Proyección de la Demanda. La demanda se proyecta de acuerdo con el crecimiento del IPC que es del orden del 5% anual²⁵, ver tabla 15.

Tabla 15. Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA EN PESOS (\$)
2008	\$16.886.016.460
2009	\$17.730.317.283
2010	\$18.616.833.147
2011	\$19.547.674.804
2012	\$20.525.058.574

FUENTE: Autor del Proyecto

2.4 LA OFERTA

La oferta y la competencia de empresas que ofrezcan en la ciudad un servicio estructurado de forma integral: decoración de cuartos infantiles, compuesto por los muebles, los elementos de ornato y los juegos que se utilizan para generar un ambiente de esparcimiento y desarrollo en dichos espacios infantiles, no existe como tal, solo la mueblería que entre sus diferentes líneas producen muebles para el segmento infantil. Sin embargo existe una empresa naciente llamada Babies Deko ubicada en el local 1 de la carrera No 35-89 con cinco (5) decoradores y diseñadores que trabajan en dicha labor bajo pedido.

2.4.1 Necesidades de Información. Para conocer la oferta se requiere tener conocimiento sobre unos aspectos fundamentales respecto a :

- ❖ Tipo de empresa que posee.
- ❖ Tipo de actividades que desarrolla.
- ❖ Clientes habituales

²⁵ DANE, PROYECCIONES. Santa Fe de Bogotá.2.007, Pág 11.

- ❖ Forma de darse a conocer en el mercado
- ❖ Precio promedio que cobra
- ❖ Cantidad y frecuencia de sus servicios
- ❖ Calidad en el servicio y el post servicio.
- ❖ Estimativo de los ingresos mensuales del sector.

2.4.2 Ficha Técnica. Ver Cuadro 4.

Cuadro 4. Ficha técnica investigación oferta

TIPO DE INVESTIGACIÓN	Descriptiva
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	Se utilizará el método deductivo.
FUENTES DE INFORMACIÓN	Decoradores y diseñadores de espacios infantiles de la ciudad de Bucaramanga
TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	Se diseñará un formato tipo para recolectar la información
INSTRUMENTO	Entrevista no estructurada.
MODO DE APLICACIÓN	Directa.
DEFINICIÓN DE POBLACIÓN (ELEMENTO, UNIDAD DE MUESTREO)	Cinco (5) decoradores y diseñadores que ofrecen sus servicios para el diseño y decoración de espacios infantiles.
PROCESO DE MUESTREO	Censo.
TIEMPO DE APLICACIÓN	Una (1) hora.

FUENTE: Autor del Proyecto

2.4.1 Tabulación y Presentación de Resultados de la Oferta. Los resultados de la entrevista cuyo formato se observa en detalle en el Anexo B., se presentan a continuación :

- ❖ Tipo de empresa que posee: Es una empresa debidamente legalizada: Babies Deko y dos decoradores que trabajan como personas naturales.

- ❖ Tipo de actividades que desarrolla: La empresa comercializa muebles infantiles y hace el diseño y decoración de espacios infantiles; vende juguetes didácticos y en general todo tipo de elementos de ornato para establecimientos educativos y el hogar; pinta y decora las paredes de los cuartos.

Los decoradores de la empresa Babies Deko se dedican exclusivamente a decorar cuartos y subcontratan las labores de pintura y refacciones locativas en los cuartos de los niños; en ciertas ocasiones y bajo pedido mandan hacer muebles a carpinteros de su confianza para amoblar los cuartos.

- ❖ Clientes habituales: Tanto para la empresa como para los decoradores los clientes habituales son los padres de familia que desean decorar los cuartos de los niños.

- ❖ Forma de darse a conocer en el mercado: Básicamente a través de referencias, adicionalmente la empresa utiliza volantes aunque no aparece en el directorio por tener menos de tres meses en el mercado.

- ❖ Precio promedio que cobra : No puede establecerse un precio porque depende del tipo de muebles que se venda, del tipo de decoración requerido, del tamaño de los cuartos y los materiales utilizados, no obstante una decoración promedio sin tener en cuenta el valor de los muebles demanda los siguientes costos: 20 horas de trabajo del decorador cuyo sueldo mensual es de \$1.500.000, por lo que cada hora tiene un valor de: $\$1.500.000/192=7.812,5$, y las 20 horas tienen un valor de $\$7.812,5 \times 20 \text{ horas} = \156.250 . El valor de pintura por cuarto promedio de 3 x 4 metros están en el orden de los \$150.000 incluyendo pintura, los materiales están por el orden de los \$100.000 y los ornatos en foamy, country y cenefas tienen un costo aproximado de \$100.000 para un total de \$505.250. Sobre este costo la

empresa aplica un 40% de rentabilidad, por lo que el precio promedio del servicio es igual a: $\$506.220 \times 1,40 = \708.250 , aproximando: $\$700.000$.

- ❖ Cantidad y frecuencia de sus servicios: Depende del mercado, generalmente la empresa hace cinco ó seis servicios al mes y los decoradores dos o tres servicios.
- ❖ Calidad en el servicio y el post servicio: Es fundamental una buena calidad para permanecer en el mercado porque la forma de darse a conocer es esencialmente las referencias, medio que funciona en la medida que el cliente quede completamente satisfecho.

2.4.4 Análisis de la Situación Actual de la Competencia. La competencia se caracteriza básicamente por prestar un servicio ajustado a las necesidades del cliente, unos precios determinados por la clase de decoración, una frecuencia de prestación de servicios limitada ya que se trata de decoradores que no poseen una estructura legal y una publicidad que les permita darse a conocer en el mercado. Solo hay una empresa debidamente constituida que ofrece un servicio de diseño y de decoración, ornato, muebles y juegos infantiles y las ventas estimadas del sector se generan principalmente por parte de empresas que no están especializadas en este tipo de productos y servicios, pero que venden muebles y elementos decorativos infantiles como una línea más de productos de su empresa. Esto significa que la decoración y diseño de espacios infantiles es una competencia diseminada siendo la actividad propiamente dicha una parte pequeña del mercado y la oferta total.

2.4.5 Proyección de la Oferta (Competencia). La empresa Babies Deko ofrece servicios mensuales por un valor de $\$30.000.000$. Para el año se tiene una oferta de $\$360.000.000$; esta oferta se proyecta a un ritmo del 5% anual. Ver Tabla 16.

Tabla 16. Proyección de la oferta

AÑO	OFERTA
2008	\$360.000.000
2009	\$378.000.000
2010	\$396.900.000
2011	\$416.745.000
2012	\$437.582.250

FUENTE: Babies Deko, DANE

2.5 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

La oferta y la demanda, presentan unas diferencias que se presentan en detalle en la Tabla 17.

Tabla 17. Relación entre demanda y oferta

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2008	\$16.886.016.460	\$360.000.000	16.526.016.460
2009	\$17.730.317.283	\$378.000.000	17.352.317.283
2010	\$18.616.833.147	\$396.900.000	18.576.933.147.
2011	\$19.547.674.804	\$416.745.000	19.130.929.804
2012	\$20.525.058.574	\$437.582.250	20.087.476.324

FUENTE: Encuesta, Babies Deko, DANE

Se observa un déficit, un desequilibrio a favor de la demanda que se hace mayor cada año por la falta de una competencia que ofrezca el tipo de servicio que la empresa ofrecerá, para cubrir las necesidades crecientes de la demanda.

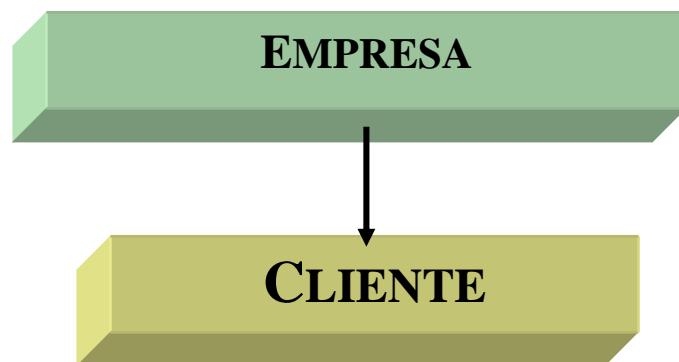
De esta demanda insatisfecha de \$16.526.016.460, la empresa propuesta va a participar con el 2% anual es decir: $\$16.526.016.460 \times 0,02 = \$330.520.3289,2$. Aproximando \$330.000.000.

2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

El canal utilizado actualmente por la oferta es el directo: decorador- cliente.

2.6.1 Selección de los Canales de Comercialización. El canal seleccionado es el de Empresa – Cliente. Ver Figura 1.

Figura 1. Canal de Comercialización.



2.7 PRECIO

2.7.1 Análisis de Precio. De acuerdo con la tabla 18, el presupuesto por hogar es igual a: $\$16.886.016.460/24.508 = \689.000 , promediando: \$700.000. partiendo que es un servicio que tiene una ocurrencia para la mayoría cada vez

que lo necesita, una sola vez o anualmente, y si se tiene en cuenta que esta necesidad depende de los nacimientos de los niños (necesidad), significa que el precio que se puede cobrar por servicio se limita a dicha cantidad. Igualmente, de acuerdo con lo establecido en la entrevista con decoradores, un servicio promedio tiene un valor de \$700.000.

2.7.2 Estrategias de Fijación de Precios. Para la fijación de precios se plantean las siguientes estrategias:

- ✓ Los precios deben crecer teniendo en cuenta el incremento en los costos de la empresa.
- .
- ✓ Los precios deben cubrir los costos de la empresa y generar mínimo un veinticinco (25%) por ciento de rentabilidad.

2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.8.1 Objetivos. Son objetivos en materia publicitaria y promocional los siguientes :

- ✓ Da a conocer a la empresa en el mercado, por ser una empresa que se desarrolla en una actividad nueva.
- ✓ Establecer una imagen de marca para la empresa.
- ✓ Desarrollar una labor de posicionamiento y crecimiento en el mercado.
- ✓ Lograr el crecimiento de las ventas de la empresa.

2.8.2 Logotipo. En la Figura 2., se observa el Logotipo de la Empresa que responde a las características específicas de Empresa orientada al diseño y la decoración.

Figura 2. Logotipo



Es un logotipo sencillo, cuyo principal propósito es que sea fácil de ver, captar y recordar por parte de los niños y sus padres.

2.8.3 Lema. El lema de la empresa será el siguiente:

“EL CUARTO QUE SUS HIJOS MERECEAN”

2.8.4 Análisis de Medios. Existen diferentes medios a través de los cuales se puede publicitar y promocionar a la empresa en la ciudad de Bucaramanga.

- **Internet**, que es un medio de gran crecimiento y que se está imponiendo como uno de los canales de mayor importancia para las empresas y actividades empresariales.

- **La Prensa**, que es un medio tradicional masivo muy conveniente para dar a conocer a la empresa a nivel local.
- **La Radio**, que es un medio popular orientado al público en general que a las empresas pero que puede ser utilizado para ciertos eventos promocionales.
- **La Televisión Local**, es un medio masivo de gran eficiencia publicitara pero que implica altos costos debido a la elaboración de vídeos y pautas publicitarias, y muy orientado al público.
- **Volantes y Folletos:** Los volantes y folletos son un medio muy dinámico pero deben ser elaborados con gran contenido y diseño gráfico, para que la empresa se de a conocer e impacten.
- **Directorio Telefónico :** Es un medio masivo por excelencia, pero es mas efectivo en la medida que la actividad y la empresa estén posicionadas en el mercado.

2.8.5 Selección de Medios. De los medios anteriormente estudiados se seleccionan: Internet, la prensa, el directorio telefónico y los folletos, ya que responden a diferentes conceptos de mercadeo y todos en su conjunto constituyen un instrumento integral para publicitar la empresa en el mercado.

2.8.6 Estrategias. Para el desarrollo de las campañas de publicidad y promoción que desee desarrollar la empresa se utilizarán las siguientes estrategias:

- ◆ Uso masivo de los medios publicitarios.
- ◆ Medir la eficiencia de los diferentes medios publicitarios utilizados por la empresa estableciendo sus beneficios para darla a conocer, posicionarla, crear imagen de marca y generar crecimiento de las ventas.

- ◆ Utilizar la publicidad como un instrumento sin olvidar que la mejor manera de darla a conocer, posicionarla y crear imagen es a través de un excelente servicio, gestión y acompañamiento.

2.8.7 Presupuesto de Publicidad y Promoción. Se requiere del siguiente presupuesto de promoción y publicidad para el desarrollo de la empresa:

2.8.7.1 De Lanzamiento. El presupuesto de lanzamiento se observa en detalle en la Tabla 18.

Tabla 18. Presupuesto de lanzamiento

ITEM	VALOR UNITARIO	CANTIDADES	VALOR TOTAL
Folletos	\$7000	100	\$700.000
Volantes	200	5.000	\$1.000.000
Cóctel	\$20.000	100*	\$2.000.000
TOTAL			\$3.700.000

FUENTE: Litografías, Casa de Festejos Nostra.

* Invitados a la apertura de la empresa

2.8.7.2 De Operación. El presupuesto de operación se observa en detalle en la Tabla 19.

Tabla 19. Presupuesto de operación

ITEM	VALOR MENSUAL	MESES	VALOR TOTAL
Publicidad	\$1.500.000	12	\$18.000.000
Promoción	\$1.000.000	6	\$6.000.000
TOTAL			\$24.000.000

FUENTE: Vanguardia Liberal, RCN Radio, Caracol Radio.

2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

De acuerdo con los resultados de la investigación, existe una mentalidad muy ligada a las tradiciones de considerar la decoración del cuarto de los niños, como una labor de los padres de familia por el 83% de los encuestados y no como un servicio especializado que puede conseguirse externamente y generar mayores beneficios. Los padres de familia, con su iniciativa, teniendo en cuenta sus gustos y el precio de los materiales decora de acuerdo con lo que considera más oportuno cuando llega un niño al hogar en el 54% de los casos o cuando estrenan casa o apartamento en el 35% de las ocasiones.

No existe, para la mayoría de los hogares la necesidad de recurrir a un servicio especializado y el presupuesto asignado a la decoración infantil se ubica para la mayoría de los hogares entre \$100.000 y \$1.000.000. No obstante la investigación permite reconocer que el 81% de las familias están concientes de que la decoración infantil es más que juguetes y colores y estaría dispuesta a contratar los servicios de una empresa especializada en dicho ramo.

Para que esta empresa tenga éxito debe cumplir de acuerdo con el 22% con las exigencias de excelencia en el servicio, para el 22% con precios ajustados a los presupuestos y para el 22% con calidad y utilizar medios publicitarios y promocionales para darse a conocer en un mercado al cual actualmente acceden los padres de familia con escasa información

Los aspectos anteriores determinan por lo tanto que existe una excelente perspectiva de desarrollo y factibilidad por parte de una nueva empresa orientada a desarrollar una actividad que tiene demanda potencial pero no está satisfecha por una oferta como lo es la decoración y diseños de espacios infantiles en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del Tamaño del Proyecto. Se va participar con el 2% anual de la demanda insatisfecha, es decir: $\$16.526.016.460 \times 0,02 = \$330.520.3289,2$, aproximando $\$330.000.000$, de acuerdo con lo establecido en el numero 2.5, relación entre la oferta y la demanda. Por lo tanto el proyecto se considera como mediano, sin embargo es importante estudiar una serie de elementos y factores que consoliden el tamaño del proyecto como tal.

3.1.2 Factores que determinan el Tamaño de un Proyecto. Los factores que determinan el tamaño de un Proyecto de acuerdo, con sus características y especificaciones son los siguientes:

- ✓ La demanda insatisfecha que en la actualidad es de 16.526.016.460 de pesos anuales, lo que permite desde esta perspectiva de mercado consolidar y establecer un proyecto de gran tamaño.

- ✓ El conocimiento como factor limitante ya que en la medida que no exista un personal idóneo suficiente para el desarrollo de los procesos de diseño y decoración de espacios infantiles, la empresa se verá limitada para desarrollar su labor. La empresa puede contar con un personal preparado y de gran excelencia que puede participar del proyecto, desde esta perspectiva el proyecto no tiene mayores limitaciones del tamaño.
- ✓ Tecnología: El Proyecto requiere de una mediana tecnología representada en Hardware y Software para sistematizar bases de datos, procesos y producir y suministrar información; esta tecnología está disponible en el mercado, es fácil de manejar y no se constituye en impedimento alguno.
- ✓ Cercanía al Mercado : El Proyecto no tiene ningún limitante desde esta perspectiva ya que se halla ubicado en el Área Metropolitana de la ciudad de Bucaramanga que es la zona a la que va a atender y en la que existen vías de comunicación, medios de transporte para el desplazamiento rápido y oportuno.
- ✓ Recursos Financieros: Los recursos financieros son un limitante para el tamaño, ya que en la medida que sea mayor el tamaño del proyecto, se requiere mayor número de personal, más equipos, dotación y muebles; por lo tanto con recursos financieros limitados se hace necesario iniciar con un proyecto pequeño.
- ✓ Riesgo: La posibilidad de fracaso del proyecto, es de alto riesgo, por ser una propuesta que se inicia puede ser alta en la medida en que cambian las condiciones del mercado, económicas, políticas ó legales sobre las que se fundamenta el diseño y decoración de espacios infantiles

- ✓ Riesgo. Cuanto más grande sea el proyecto mayor es el riesgo de que no se cumpla con las expectativas del mismo y se puedan generar pérdidas económicas y financieras, por eso es importante iniciar con un proyecto de tamaño pequeño sin grandes pretensiones para poder aminorar el riesgo implícito en todo negocio que inicia labores.

3.1.3 Capacidad del Proyecto.

3.1.3.1 Capacidad del proyecto. El Proyecto está diseñado para generar unos servicios por valor de \$330.000.000 anuales y $\$330.000.000 / 12 = \$27.500.000$. Si el precio promedio es de \$700.000 por servicio puede atender mensualmente a: $\$27.500.000 / \$700.000 = 39,28$, aproximando 39 hogares al mes. Sin embargo este diseño es flexible y puede variar a través del tiempo generándose una mayor capacidad de atención con calidad y excelencia hacia los hogares.

La empresa va a contar con expertos en diseño y decoración de espacios infantiles, para atender los servicios en los 39 servicios mensuales solicitados, durante la vida útil inicial del proyecto. Cada diseñador requiere de 20 horas/hombre mensuales para atender un hogar. Si cada diseñador, trabajando en un horario de lunes a sábado, labora 24 días x 8 horas = 192 horas por mes, puede atender $192 \text{ horas} / 20 = 9,6$ hogares. Para atender los treinta y nueve servicios se requiere de: $39/9,6 = 4,06$ aproximando 4 diseñadores.

Esto significa que desde que se inicia el proyecto, hasta terminar sus primeros cinco años se trabaja con cuatro diseñadores y no se requiere de personal adicional.

3.1.3.2 Capacidad Instalada. (Proyección de producción) Se instala un proyecto para atender treinta y nueve (39) hogares mensualmente con un

seguimiento – control y gestión que garantice en un cien (100%) por ciento la calidad del servicio en los hogares.

3.1.3.3 Capacidad Utilizada y Proyectada. La empresa utilizará el cien (100%) por ciento de su capacidad instalada inicial, desde su iniciación y durante los cinco (5) primeros años de vida útil del proyecto, porque desarrollará labores desde su puesta en marcha con cuatro decoradores que le permiten prestar mensualmente treinta y nueve servicios mensuales.

3.2 LOCALIZACION

Para establecer la localización del Proyecto es necesario tener en cuenta una serie de elementos esenciales a nivel de macro localización y micro localización que faciliten su desarrollo con cercanía al mercado, ahorro en costos y la prestación posible de un excelente servicio para los hogares. Es fundamental localizarse en una zona que permita una fácil atención y el desarrollo de toda la logística de la empresa.

3.2.1 Macro Localización. Se selecciona como área a la ciudad de Bucaramanga, por ser la capital del departamento de Santander, por el centro de la actividad comercial y la localidad de mayor población entre las que conforman el Área Metropolitana.

3.2.2 Micro localización. Para la micro – localización en la ciudad de Bucaramanga que fue la ciudad escogida para la ubicación del proyecto se deben tener en cuenta una serie de factores fundamentales :

- Costo de Arrendamiento.
- Costo de los servicios

- Concordancia de la zona con el objeto del negocio
- Disponibilidad de transporte
- Seguridad de la zona

En las Tablas 20 y 21, se observa en detalle, el procedimiento para microlocalizar el Proyecto. Se escogen como sitios probables de micro – localización: El centro de la ciudad de B/manga, el sector de Cabecera del Llano y el barrio La Aurora.

Tabla 20. Factores de determinación de la micro – localización

	FACTOR / GRADO	PUNTAJE		PONDERACIÓN
1	Costo de Arrendamiento Grado 1 : Muy Costoso Grado 2 : Costoso Grado 3 : Poco Costoso	60 80 100	100	20% de 500
2	Costo de los Servicios Grado 1 : Muy costoso Grado 2 : Costoso Grado 3 : Poco costoso	60 80 100	100	20% de 500
3	Concordancia de la zona con el mercado Grado 1 : Poca concordancia Grado 2 : Mediana concordancia Grado 3 : Alta concordancia	60 80 100	100	20% de 500
4	Disponibilidad de transporte Grado 1 : Regular Grado 2 : Buena Grado 3 : Excelente	40 60 80	80	16% de 500
5	Seguridad en la zona Grado 1 : Regular Grado 2 : Buena Grado 3 : Excelente	60 90 120	120	24% de 500
TOTAL			500	100%

FUENTE: Autores del Proyecto

Tabla 21. Determinación de la micro localización

FACTOR	CENTRO DE LA CIUDAD		CABECERA		BARRIO LA AURORA	
	GRADO	PUNTOS	GRAD O	PUNTOS	GRADO	PUNTOS
Costo de Arrendamiento	2	80	1	60	2	80
Costo de los servicios	2	60	1	60	2	80
Concordancia de la zona con el mercado	3	100	3	100	1	60
Disponibilidad de Transporte	3	80	3	80	2	60
Seguridad en la zona	2	90	2	90	2	90
TOTAL		410		390		370

FUENTE: Autores del Proyecto

Teniendo en cuenta los aspectos anteriormente reseñados se selecciona a la zona centro de la ciudad de Bucaramanga, por ser el lugar donde existe mayores facilidades para el desarrollo de la empresa dentro de una perspectiva de costos, disponibilidad de servicios y transporte, infraestructura y facilidades de arrendamiento.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto. Ver ficha técnica del producto

Cuadro 5. Ficha Técnica del producto

Producto principal	Decoración y diseño adecuado de espacios infantiles que permitan estimular el desarrollar de habilidades a través de las figuras y colores que se instalen es los espacios donde el niño frecuente como habitaciones, guarderías, zonas de juegos.
Diseño	Se desarrollan propuestas para espacios para niños en hogares, teniendo en cuenta y complementando medidas de seguridad que son necesarias para reducir el número de accidentes que a diario se producen en los ambientes y cuartos de los niños; estos espacios serán diseñados y concebidos dentro de las más estrictas medidas de seguridad y el uso de los elementos apropiados.
Especificaciones técnicas	Desarrollo de actividades de decoración y diseño de espacios infantiles dentro de un marco de: Estudio de espacios, diseño de muebles, de elementos de ornato y juegos para generar un ambiente de esparcimiento y desarrollo en dichos espacios infantiles. Esta decoración se basará en los muebles tradicionales: camas, mesas de noches, cunas, bibliotecas, escritorios y comprenderá además, los elementos que decoran y complementan los cuartos de los niños: cenefas, adornos y cuadros. Estos muebles se ofrecerán en materiales como madera y metal, y complementada por otros como los plásticos, acrílicos y aluminios. Los elementos decorativos serán de diversos materiales: foamy, country, macramé, tela, plástico, entre otros, de acuerdo con los gustos y tendencias del mercado, en tonalidades primarias (rojos, blancos, azules, amarillos, naranjas, verdes) y texturas planas.
Vida útil	Cinco años

FUENTE: Autores del Proyecto

3.3.2 Descripción técnica del proceso La primera etapa consiste en contactar al cliente, proceso se inicia cuando el padre de familia interesado en la decoración y diseño de espacios infantiles, acude a la empresa y hace la respectiva solicitud. El decorador solicita al interesado la dirección, teléfono y concerta una cita. Acude

al lugar acompañado estableciendo necesidades, recoge toda la información necesaria sobre el servicio y productos sobre los que está interesado el cliente y lleva dicha información a la empresa.

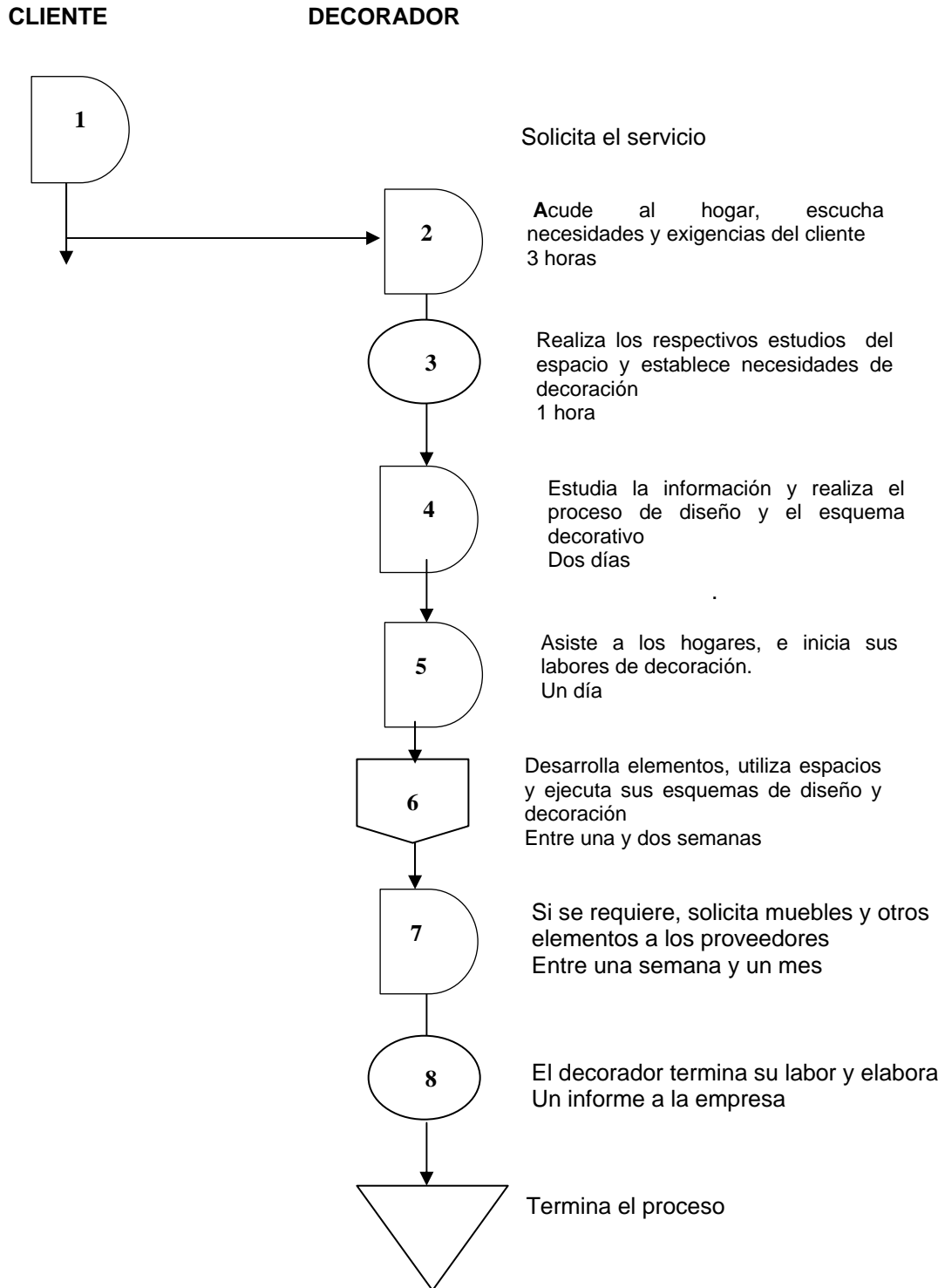
La segunda etapa es el proceso de diseño, para lo cual evalúa la información recopilada, esquematiza el proceso de decoración contemplando elementos decorativo, muebles y juegos didácticos.

La tercera etapa es la de desarrollo del proceso de decoración; el decorador realiza el proceso de decoración de los espacios acordados a plena satisfacción del cliente con el fin de poder desarrollar un servicio con calidad que satisfaga totalmente al cliente y al finalizar su labor elabora un informe sobre el mismo que entrega a la empresa.

3.3.3 Diagrama de Procedimientos

Ver figura 3

Figura 3. Diagrama de procedimientos



3.3.4 Control de Calidad. La empresa va a desarrollar un servicio y entregar unos productos, dentro de un proceso de calidad que tendrá en cuenta los siguientes aspectos:

Calidad del Servicio. La empresa debe hacer un seguimiento constante al servicio prestado y los muebles o elementos que solicite a sus proveedores, para lograr la total satisfacción del cliente.

Calidad del Post - Servicio. La empresa debe prestar un post- servicio al cliente con el propósito de asegurar la garantía y calidad de sus productos y servicios, consistente en atender sus llamados, solicitudes y posibles reclamos.

Calidad de la Atención. La empresa debe prestar una excelente atención a sus clientes durante la preventa, la venta, el desarrollo del servicio y durante sus actividades de post- servicio. Sus cargos administrativos de ventas y el personal en general debe prestar una excelente atención al cliente que acude a la empresa por lo que es necesario realizar una labor de seguimiento y evaluación del desempeño al personal que representa la empresa en sus diferentes labores.

3.3.5 Recursos. El desarrollo de la empresa propuesta requiere una serie de recursos para su desarrollo y operaciones que se relacionan y detallan a continuación:

3.3.5.1 Recurso Humano. Se requiere recurso humano para el período preoperativo y el período operativo. En la Tabla 22. se observa en detalle tales recursos.

Tabla 22. Recurso humano en el período preoperativo y operativo

CONCEPTO	CANTIDAD	TIEMPO
PERIODO PREOPERATIVO		
Asesor Contable	1	Contrato de Servicios
Decorador	1	Contrato de Servicios
PERIODO OPERATIVO		
Gerente	1	Contrato término definido
Asesor Contable	1	Contrato de Servicios
Secretaria	1	Contrato término definido
Empleado de Servicios Varios	1	Contrato término definido
Decorador	4	Contrato término definido

FUENTE: Autores del Proyecto

3.3.5.2 Recursos Físicos. La empresa, para el curso normal de sus operaciones requiere de unos recursos físicos que son los siguientes:

Equipos y elementos. Los equipos requeridos para el desarrollo del Proyecto son aquellos que están específicamente orientados al desarrollo del servicio de diseño y decoración de espacios infantiles que se observan en detalle en la Tabla 23.

Tabla 23. Equipos y elementos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL
4	Mesas para los decoradores	5
	Útiles, elementos y materiales de Decoración Varios	1
4	Brocas, taladros	
4	Elementos para pintar: brochas, rodillos, kits de pintura	2 2

FUENTE: Autores del Proyecto

Equipos de Oficina

(Ver Tabla 24)

Tabla 24. Equipos de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VIDA ÚTIL
3	Computador e Impresora, Cámara Web y Estabilizador, Tecnología 64 Bits, Procesador 2800 mghz, Disco Duro de 80 Gigas, Memoria 512 MB, Multimedia y Quemador de DVD, Monitor Samsung Pantalla Plana 17Telefax	5
6	Escritorios Ejecutivos	5
1	Juego de Muebles de espera con tres (3) sillas y mesa (1) auxiliar.	5
6	Sillas Ejecutivas	5
6	Mesas de Computadores	5
3	Archivadores	5
1	Telefax	5
1	PBX Conmutador	5
1	Útiles de Oficina.	1

FUENTE: Autores del Proyecto

3.3.5.3 Recursos de Insumos. Los insumos dependen del diseño, pero se requieren en líneas generales de los siguientes. Ver Tabla 25.

Tabla 25. Insumos

DESCRIPCIÓN
Cenefas
Adornos
Cuadros
Plásticos
Acrílicos
Aluminio
Elementos decorativos
Pintura
Yeso
Cemento blanco y cemento

FUENTE: Autores del Proyecto

3.3.6 Estudio de proveedores. Los proveedores serán: carpinteros que suministren muebles tradicionales tales como: camas, mesas de noche, cunas, bibliotecas, escritorios.

Distribuidores de diversos materiales: foamy, country, macramé, tela, plástico, tales como La Casa del Foamy, Vivero, entre otros.

Se harán pedidos especiales y se buscará la mejor cotización entendida como tal: precio, calidad y oportunidad en la entrega.

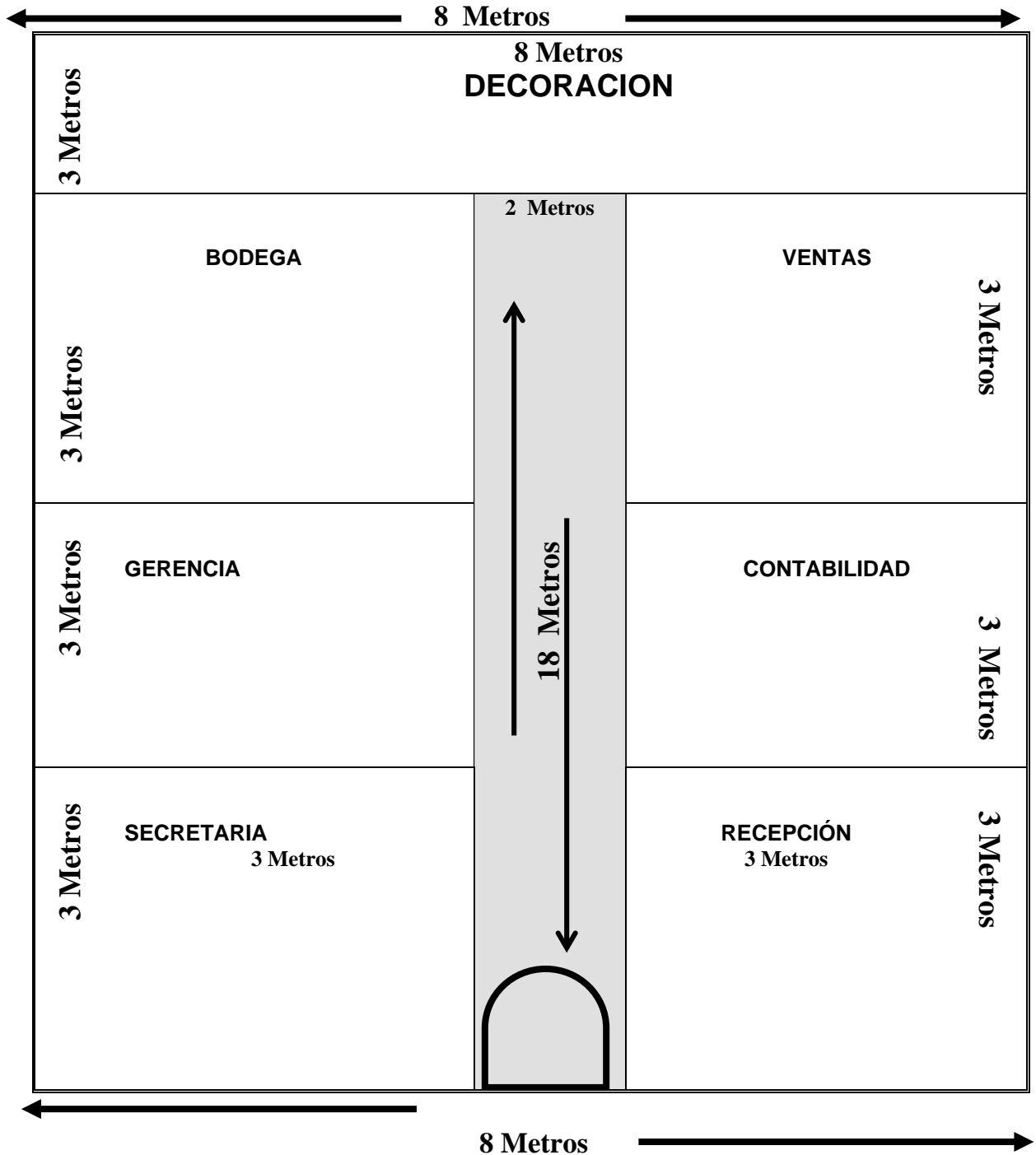
3.3.7 Distribución de planta. La distribución de planta que se establece para el Proyecto, se debe determinar de acuerdo con las características de distribución y arquitectónicas del predio que se vaya a arrendar en el centro de la ciudad de Bucaramanga.

Para obviar la dificultad de que no se cuenta aún con el predio se plantea un modelo de distribución que se observa en el plano adjunto y que tiene en cuenta un área de noventa y seis (96 m²) metros cuadrados. Este predio tendrá un área para Gerencia, un área para la secretaría, un área de recepción, un área para Contabilidad, un área de decoración, un área de bodega para los elementos e insumos utilizados en la decoración y un área para Ventas.

Esta distribución se elabora teniendo en cuenta que la Gerencia y la Secretaría deben ser las zonas adyacentes al ingreso de la empresa que Contabilidad y Ventas son áreas de apoyo y que el área de mayor tamaño debe ser la de decoración: esta área tendrá un total de veinticuatro (24 m².) metros cuadrados, el área de Contabilidad de nueve (9 m².) metros cuadrados, el área de Ventas nueve (9 m².) metros cuadrados, el área de Recepción de nueve (9 m².) metros cuadrados, el área de bodega nueve (9 m².) metros cuadrados, secretaría nueve (9 m².) metros cuadrados y Gerencia nueve (9 m².) metros cuadrados. Las áreas

de circulación tendrán un total de dieciocho (18 m².) metros cuadrados. Ver Figura 4.

Figura 4. Distribución de Planta



3.3.8 Logística de Distribución. La distribución en las instalaciones de la empresa se harán siguiendo un criterio racional de movilidad y agilidad para que se puedan desarrollar las diferentes actividades, por lo que Secretaría y recepción se ubican en la zona de entrada que será vigilada por el celador quién tomará datos y dejará ingresar los visitantes.

Adyacente a la Secretaría debe estar Gerencia, al frente de la cual se ubicará Contabilidad. En la zona adyacente a contabilidad debe estar la zona de Ventas y al fondo de la empresa el área de decoración, con un área de mayor tamaño que las demás zonas y adyacente a la zona de bodega, con el fin de facilita el suministro de materiales y herramientas a los decoradores.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

Teniendo en cuenta lo establecido a lo largo del estudio técnico, se establece que el proyecto desde esta perspectiva es factible, porque se puede desarrollar un proyecto de mediano tamaño que irá incrementando su capacidad diseñada en la medida que se requiera, con una ubicación en la ciudad de Bucaramanga y en una zona de gran movimiento y acceso como el centro de la ciudad donde hay cercanía a todos los mercados, considerados como tales las diferentes concentraciones de empresas potencialmente demandantes de la ciudad de Bucaramanga que se distribuyen entre el Centro, Cabecera, el Sur, San Francisco, la Aurora que son las zonas de mayor núcleo de empresas. Zonas como Piedecuesta, Floridablanca ó Girón pueden accederse fácilmente a través de diferentes vías y la operación en dichas zonas puede realizarse sin mayores dificultades y con amplias comodidades.

El proyecto puede contar con los insumos y recursos físicos y humanos necesarios para su desarrollo y puesta en marcha y no requiere de procesos

complejos, ya que los decoradores deben estar capacitados para diseñar y decorar cualquier tipo de espacios infantiles.

Por ello desde el punto de vista técnico el proyecto se puede desarrollar, sin que la tecnología, el conocimiento, el recurso financiero sean factores que limiten y entorpezcan el desarrollo.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La Empresa se constituirá como una Sociedad Limitada, como un contrato entre dos ó más personas, máximo veinticinco, que se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en dinero, para desarrollar una determinada actividad, con el fin de repartirse entre si las utilidades obtenidas por la empresa.

LA MATRICULA MERCANTIL

Es una obligación legal que tiene la empresa y que consiste en el registro de la sociedad en la Cámara de comercio de su domicilio principal, a través de un formulario especial donde se consignan datos importantes de la sociedad como su dirección, teléfono, actividad económica y situación financiera, entre otros. La sociedad debe presentar la solicitud de matrícula en la Cámara de Comercio con jurisdicción en el lugar donde va a tener su domicilio principal. Como la sociedad está localizada en Bucaramanga, se matriculará en la sede de la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Requisitos para la Constitución. Para constituir la sociedad se requiere: ²⁶

- Elevar el acta de constitución a Escritura Pública

- Registro mercantil en la Cámara De Comercio

²⁶ *Ibíd.* 2006.

- ☑ Inscripción en el registro Nacional de exportadores ante el **MINCOMEX** – Ministerio de Comercio Exterior –.
- ☑ Registro único Tributario en la **DIAN** – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –
- ☑ Obtención de la matricula comercial ante la Alcaldía.
- ☑ Registro ante la Cámara de Comercio: Libro de Acta de junta de socios, Libro Diario Mayor y Balances.

El Registro Único Tributario RUT. Es el mecanismo único para identificar, ubicar y clasificar a los sujetos de obligaciones administradas y controladas por la **DIAN** – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –.

El NIT. El **NIT** es el Número de Identificación Tributaria que asigna la **DIAN** – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales – por una sola vez cuando el obligado se inscribe en el **RUT** – Registro Único Tributario –. La conformación del **NIT** - Número de Identificación Tributaria – es de competencia de la **DIAN** – Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales –.

4.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

A continuación se presentan las bases direccionales y estratégicas para la constitución de la empresa

4.1.1 Visión. “En el año 2.012, la empresa será líder del oriente colombiano en el diseño y decoración de espacios infantiles, con un gran posicionamiento en el área Metropolitana de la ciudad de Bucaramanga y sucursales en las ciudades de mayor población y dinámica de la región “.

4.2.2 Misión. “Para la empresa, el diseño y decoración de espacios infantiles en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana dota a la comunidad de un proyecto novedoso que contribuye al desarrollo y formación integral de los niños. Su compromiso, será por lo tanto con la calidad, satisfacción del cliente y plena garantía de sus productos y servicios, dentro de una sana competencia, organización y desarrollo de todas sus áreas “.

4.2.3 Objetivos. Los objetivos de la empresa son:

- ❖ Ofrecer servicios de diseño y decoración de espacios infantiles a los hogares de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana.
- ❖ Desarrollar una labor comprometida con la comunidad, un esfuerzo para desarrollar y mejorar la calidad de vida de vida de los ciudadanos.
- ❖ Mejorar las condiciones medioambientales a través del uso adecuado de materiales y procesos en la empresa
- ❖ Establecer excelentes relaciones con proveedores y clientes
- ❖ Prestar un servicio con excelencia, continuidad y esfuerzo a los hogares de la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana.
- ❖ Contribuir a los procesos de formación y desarrollo de la niñez, a través del diseño de espacios lúdicos y de aprendizaje en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana
- ❖ Realizar ventas superiores a los \$300.000.000 de pesos anuales.

❖ Extender su campo de acción a otras ciudades y poblaciones del departamento de Santander y del Oriente Colombiano.

4.2.2 Políticas

4.2.4.1 De Personal. La empresa tendrá las siguientes políticas en materia de personal:

✚ Contar con la planta de personal eficiente, capacitada e idónea que permita generar excelencia en productos y servicios en al área de diseño y decoración de espacios infantiles.

✚ Llevar a cabo las actividades de reclutamiento, selección, inducción y capacitación, necesarias para formar su personal en el servicio y atención al cliente.

✚ Ofrecer una asignación salarial acorde al cargo como instrumento para la motivación y el compromiso del empleado.

Llevar a cabo un proceso de evaluación y seguimiento del personal, para optimizar la prestación de su servicio, y lograr el cumplimiento de sus objetivos empresariales.

4.2.4.2 De Compras

✚ Mantener stocks semanales de los materiales y elementos necesarios para prestar sus servicios en forma oportuna y eficiente.

- ✚ Evaluar la oportunidad de diferentes proveedores en cuanto a precios, oportunidad en el despacho y entrega para seleccionar la opción más conveniente para la empresa.
- ✚ Lograr pactos con los proveedores para hacer extensivos los pagos de sus compras con plazos entre treinta (30) y sesenta (60) días.
- ✚ Elaborar una base de datos de los proveedores que cumplen con los requisitos y especificaciones de la empresa, para contar con un suministro adecuado y eficiente.

4.2.4.3 De Ventas

- ✚ Contar con un personal de decoración con experiencia en ventas, diseño y desarrollo de espacios infantiles
- ✚ Llevar a cabo una labor de ventas basada en la calidad de los productos y servicios de la empresa, su imagen, atención y servicio
- ✚ Llevar un registro de necesidades de sus clientes, tendencias y comportamiento del mercado, para orientar la empresa hacia la plena satisfacción de las necesidades de sus clientes.
- ✚ Formalizar el pago del servicio con un anticipo del 50% y el 50% restante contra entrega

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

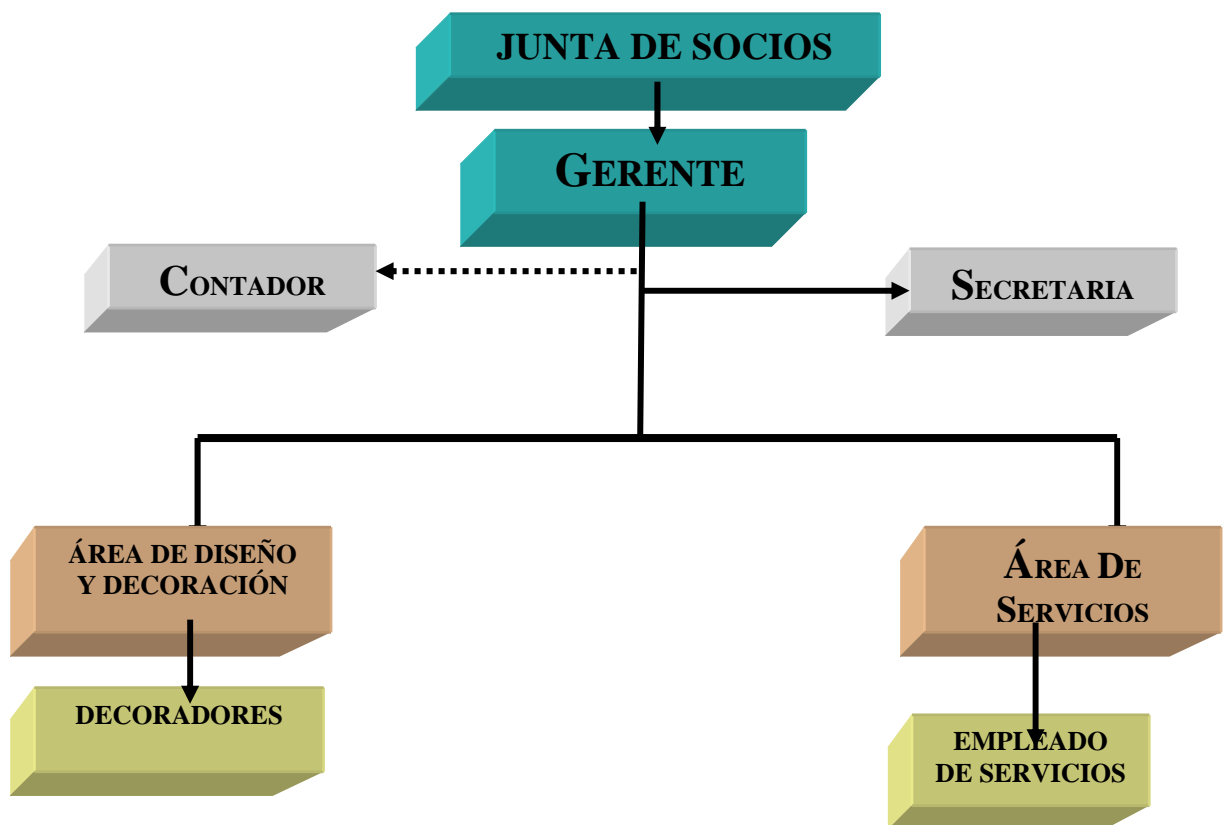
La empresa contará con una planta de personal constituida por: Gerente, Contador, Secretaria, Diseñadores y decoradores de espacios infantiles,

Promotores de Ventas, Empleados de Servicios Varios y vigilantes. La elaboración de muebles y elementos necesarios para decorar los espacios, se hará en forma externa bajo la modalidad de contrato directa.

4.3.1 Organigrama. En la Figura 5, se observa la estructura de la Empresa teniendo en cuenta sus diferentes áreas y cargos, de acuerdo con sus necesidades organizacionales. La empresa tendrá básicamente tres áreas o departamentos:

- Administración: al que pertenecerán Gerente, Secretaria y Contador.
- Diseño y Decoración: al que pertenecen los decoradores.
- Servicios: conformada por el empleado de servicios varios.

Figura 5. Organigrama de la empresa



4.3.1.1 Descripción y Perfil de Cargos

Nombre del Cargo : GERENTE	NOMBRE :
Supervisa a : CONTADOR, SECRETARIA, DECORADORES y EMPLEADO DE SERVICIOS	Departamento : ADMINISTRATIVO
	Jefe Inmediato : JUNTA DE SOCIOS
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
PERFIL: Administrador de Empresas, Economista, o Decorador de Interiores con conocimientos sobre dicha área. Experiencia comprobada de dos (2) en gerencia empresarial.	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Representar legalmente a la empresa en todas sus actuaciones. ❖ Desarrollar los procesos de planeación, control, dirección y ejecución en la empresa. ❖ Encargarse de los procesos de reclutamiento, selección, inducción, capacitación y evaluación del personal. ❖ Plantear los objetivos generales de la empresa en las metas y políticas en materia de servicios, mercados, finanzas y ventas. ❖ Hacer un seguimiento a cada una de las actividades desarrolladas por los diferentes cargos y dependencias de la empresa. ❖ Desarrollar la labor pertinente a presupuestos, evaluación financiera y análisis de resultados y presentar informes a la Junta de Socios. ❖ Coordinar las actividades y diferentes funciones de los cargos y dependencias de la empresa. ❖ Acatar las decisiones tomadas indicadas por la Junta de Socios. ❖ Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo. 	
COMPETENCIAS: Capacidad de decisión, liderazgo, capacidad de negociación, visión empresarial, constancia, empatía, capacidad de conformación y trabajo con grupos.	

Nombre del Cargo : CONTADOR	NOMBRE :
Supervisa a: Ninguno.	Departamento : ADMINISTRATIVO
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
PERFIL: Contador Público, con experiencia mínima de dos (2) años en empresas como Contador.	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Llevar a cabo las labores de supervisión, coordinación y control de todas las labores de registro, producción y suministro de información contable en la empresa. ❖ Asesorar a la Secretaria en forma permanente, para el desarrollo de la función de Auxiliar Contable de este cargo ❖ Llevar a cabo la labor de elaboración de los estados financieros de la empresa y la respectiva revisión de libros mayores y auxiliares. ❖ Presentar informes trimestrales sobre el estado contable y financiero de la empresa a la Gerencia. ❖ Presentar un informe ejecutivo anual sobre la estructura financiera a Gerencia y Junta de Socios. ❖ Velar porque la empresa cumpla con los requisitos exigidos por la Ley, la Cámara de Comercio y la DIAN en materia de contabilidad y tributaria. ❖ Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo. 	
COMPETENCIAS: Capacidad de toma de decisiones, emprendimiento, razonamiento, manejo y producción de información financiera	

Nombre del Cargo : SECRETARIA	NOMBRE :
Supervisa a: Ninguno.	Departamento : ADMINISTRATIVO
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
PERFIL: Secretaria CAP del SENA, con conocimientos de Auxiliar Contable y experiencia de dos (2) años en empresas de servicios.	
<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Realizar las labores de atención, recepción, y servicio al cliente. ❖ Realizar el registro contable de la empresa con sus respectivos sustentos, la elaboración de asientos y el cumplimiento y llenado de los libros auxiliares y mayores. ❖ Presentar en forma oportuna al Contador de la empresa la información que ésta requiera y los documentos necesarios para el ejercicio de su labor. ❖ Realizar las labores de digitación, envío y recepción de correspondencia y registro de documentos. ❖ Atender las visitas a la empresa en forma oportuna y adecuada. ❖ Encargarse de las labores de apoyo a Gerencia cuando éstas sean requeridas. ❖ Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo. 	
COMPETENCIAS: Capacidad comunicativa, capacidad para afrontar retos, desarrollo social, manejo de situaciones conflictivas.	

Nombre del Cargo : DECORADOR	NOMBRE :
Supervisa a: Ninguno.	Departamento : DISEÑO Y DECORACION
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Cuatro (4)
PERFIL: Profesional en Decoración y Diseño de Interiores, dos (2) años de experiencia mínimo en tal labor y un años de experiencia en ventas.	
FUNCIONES :	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Acudir a los hogares o entidades que hayan solicitado sus servicios, realizar el respectivo diagnóstico y propuestas y desarrollarla cuando el cliente contrate los servicios de la empresa. ❖ Llevar a cabo una labor continúa y permanente de Asesoría a los clientes para el adecuado uso de los espacios y elementos decorativos ❖ Prestar un excelente servicio a padres de familia, niños o instituciones y despejar todas las dudas, atendiendo a las sugerencias y reclamos de los mismos. ❖ Presentar informes generales a Gerencia sobre el desarrollo de sus labores. ❖ Visitar y contactar hogares e instituciones con el fin e ofrecer los servicios de la empresa ❖ Desarrollar una labor de seguimiento y control de clientes actuales y potenciales. ❖ Prestar un excelente servicio, post- servicio y atención al cliente de la empresa ❖ Presentar informes a la Gerencia sobre comportamientos y tendencias del mercado y sobre las sugerencias hechas por los clientes actuales ó potenciales. <p>Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo.</p>	
COMPETENCIAS: Creatividad, visión, manejo de formas, texturas y colores; facilidad de adopción al cambio, capacidad comunicativa, desarrollo social.	

Nombre del Cargo : EMPLEADO DE SERVICIOS VARIOS	NOMBRE :
Supervisa a: Ninguno.	Departamento : SERVICIOS
	Jefe Inmediato : GERENTE
	Nº Cargos Iguales : Uno (1)
PERFIL: Educación: Cuarto de Bachillerato y dos (2) años de experiencia en actividades similares.	
<p>FUNCIONES :</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Velar por el aseo, orden y limpieza de las dependencias de la empresa. ❖ Solicitar los elementos necesarios para el cumplimiento oportuno de su labor y presentar informes mensuales sobre el uso racional de los mismos. ❖ Realizar la atención a los clientes cuando lo solicite Gerencia, Secretaría u otra dependencia (Servicio de tintos, agua, etc.). ❖ Velar que los servicios de la empresa permanezcan limpios y tengan todos los elementos necesarios para su uso adecuado. ❖ Las demás que sean de su competencia, de acuerdo con las características del cargo. 	
COMPETENCIAS: Atención, colaboración, constancia y capacidad para aceptar ordenes y sugerencias	

4.3.2 Asignación Salarial. La empresa, para su asignación tiene en cuenta los siguientes aspectos determinantes:

- ✚ Para cargos con funciones y responsabilidades similares, salarios iguales.
- ✚ Los salarios pagados por la empresa tendrán correspondencia con los de empresas que prestan servicios similares.
- ✚ La empresa manejará una política de incentivos y motivación a través de bonificaciones anuales por cumplimiento de los presupuestos de ventas y la excelencia del servicio.
- ✚ La empresa pagará todas las prestaciones sociales y dará cumplimiento a las exigencias en materia de seguridad social, aportes al SENA, al ICBF a una caja de compensación familiar, realizando las retenciones salariales de Ley, siempre y cuando sea competente realizarlo.
- ✚ La empresa afiliará a sus empleados a una EPS de su elección dando cumplimiento a los programas establecidos de Seguridad Social, Pensiones, Salud y Riesgos Profesionales.

Los salarios por cargo son los siguientes: (Ver tabla 26)

Tabla 26. Estructura salarial- valor mensual

CARGO	Valor Mensual	Cesantías (8,33%)	Prima (8,33%)	Vacaciones (4,16%)	Intereses de cesantías (1%)	Aportes parafiscales* (9%)	Salud , seguridad social (20%)	Riesgos profesionales (0,522%)	Total
Gerente	\$2.500.000	208.250	208.250	104.000	25.000	225.000	500.000	13.050	3.783.550
Contador**	500.000	41.650	41.650	20.800	5.000	45.000	100.000	2.610	756.710
Diseñador	1.500.000	124.950	124.950	62.400	15.000	135.000	300.000	7.830	2.270.130
Secretaria	500.000	41.650	41.650	20.800	5.000	45.000	100.000	2.610	756.710
Empleado de Servicios	450.000	37.485	37.485	18.720	4.500	40.500	90.000	2.349	681.039
Total	\$5.450.000	453.985	453.985	226.720	54.500	490.500	1.090.000	28.449	8.248.139

FUENTE: Autores del Proyecto

* Aportes mensuales de 9% para SENA, ICBF y Caja de Compensación Familiar

** Asesoría mensual

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

Las inversiones están constituidas por la inversión fija, la diferida, y el capital de trabajo.

5.1.1 Inversión Fija. La inversión fija de la empresa está constituida por muebles y enseres, herramientas y equipo de oficina, ya que sus características especiales, de empresa de servicio determinan que no exista maquinaria y equipo y como la empresa va a ubicarse en un predio en alquiler no existe inversión en terreno, construcción y adecuación.

5.1.1.1 Terreno. No existe inversión en terreno, el predio es en alquiler

5.1.1.2 Construcción y adecuación. No hay inversión en construcción y adecuación.

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. No hay inversión en maquinaria y equipo.

5.1.1.4 Muebles y enseres. La inversión en muebles y enseres está constituida únicamente por 4 mesas para decoradores con un valor unitario cada mesa de \$350.000 y un valor total de \$1.400.0000

5.1.1.5 Equipo de oficina. La inversión en equipos de oficina se muestra en la Tabla

(Ver Tabla 27)

Tabla 27. Equipos de oficina

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Computador e Impresora, Cámara Web y Estabilizador, Tecnología 64 Bits, Procesador 2800 mghz, Disco Duro de 80 Gigas, Memoria 512 MB, Multimedia y Quemador de DVD, Monitor Samsung Pantalla Plana 17Telefax	1.500.000	4.500.000
6	Escritorios Ejecutivos	300.000	1.800.000
1	Juego de Muebles de espera con tres (3) sillas y mesa (1) auxiliar.	1.500.000	1.500.000
6	Sillas Ejecutivas	150.000	900.000
6	Mesas de Computadores	200.000	1.200.000
3	Archivadores	150.000	450.000
1	Telefax	300.000	300.000
1	PBX Conmutador	800.000	800.000
1	Útiles de Oficina.	500.000	500.000
TOTAL			11.950.000

FUENTE: MegaStore, Metal y Maderas Muebles

5.1.1.6 Herramientas. La inversión en herramientas se muestra en detalle en la tabla 28.

Tabla 28. Herramientas

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Brocas,	250.000	1.000.000
4	taladros	100.000	400.000
8	Kits de pintura	25.000	200.000
4	Pistolas de silicona	20.000	80.000
4	Kits para foamy	30.000	120.000
4	Martillos	12.500	50.000
4	Hombresolo	75.000	300.000
4	Kits de destornilladores	65.000	260.000
4	Alicates	17.500	30.000
TOTAL			\$2.440.000

FUENTE: AISA

5.1.1.7 Total de Inversión fija. El total de la inversión fija se observa en la Tabla 29.

Tabla 29. Total inversión fija

INVERSION	VALOR
Muebles y enseres	\$1.400.000
Equipos de oficina	11.950.000
Herramientas	2.440.000
Total	\$15.790.000

FUENTE: Autores del Proyecto

5.1.2 Inversión diferida. La inversión diferida está constituida por la inversión necesaria para la constitución de la empresa y los gastos preoperacionales, el presupuesto en recurso humano y la inversión de lanzamiento que consiste en un presupuesto publicitario. En las Tablas 30,31 y 32 se observa en detalle dichos rubros y su valor y en la tabla 33 el total de la inversión diferida.

Tabla 30. Gastos preoperacionales y de constitución de la empresa

DIFERIDO	VALOR TOTAL
Gastos de transporte de muebles y enseres, herramientas y equipos de oficina	\$350.000
Gastos de instalación de equipos	\$300.000
Gastos de Constitución	\$1.000.000
Gastos de organización	\$350.000
Subtotal diferidos	\$2.000.000
Imprevistos (10% de la inversión diferida)	\$200.000
Total Inversión Diferida	\$2.200.000

FUENTE: Cámara de Comercio, Notaría Séptima, AISA

Tabla 31. Recurso humano en el período preoperativo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
PERIODO PREOPERATIVO		
Asesor Contable	1	\$2.000.000
Decorador	1	\$3.000.000
TOTAL		\$5.000.000

FUENTE: Autores del Proyecto

Tabla 32. Presupuesto de lanzamiento publicitario

ITEM	VALOR UNITARIO	CANTIDADES	VALOR TOTAL
Folletos	\$7000	100	\$700.000
Volantes	200	5.000	\$1.000.000
Cóctel	\$20.000	100*	\$2.000.000
TOTAL			\$3.700.000

FUENTE: Autores del Proyecto

Tabla 33. Inversión diferida total

ITEM	VALOR UNITARIO
Gastos preoperacionales y de constitución de la empresa	\$2.200.000
Recurso humano en el período preoperativo	\$5.000.000
Presupuesto de lanzamiento publicitario	\$3.700.000
TOTAL	\$10.900.000

FUENTE: Autores del Proyecto

5.1.3 Inversión de capital de trabajo. Se requiere capital de trabajo para los costos de producción que en este caso corresponden a los costos de prestación de servicios, gastos de administración de ventas y gastos financieros.

Se parte de que este capital de trabajo es la suma de dinero que permite cubrir durante un mes los rubros anteriormente reseñados

5.1.3.1 Costos de producción/prestación del servicio. A continuación se relacionan los costos pertinentes a materias primas, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación y el total de costos de producción.

- **Materias Primas.** Ver tabla 34.

Tabla 34. Materia prima

DESCRIPCIÓN	VALOR ESTIMADO
Cenefas	\$500.000
Adornos	600.000
Cuadros	400.000
Plásticos	300.000
Acrílicos	300.000
Aluminio	500.000
Elementos decorativos	700.000
Pintura	600.000
Yeso	100.000
Cemento blanco	200.000
Cemento	300.000
TOTAL	\$4.500.000

FUENTE: Babies Deko

- **Mano obra directa.** Se requiere recurso humano para el período operativo, cuya descripción se observa en detalle en la Tabla 35. Esta mano de obra directa está constituida por los decoradores.

Tabla 35. Estructura salarial- valor mensual

CARGO	Valor Mensual	Cesantías (8,33%)	Prima (8,33%)	Vacaciones (4,16%)	Intereses de cesantías (1%)	Aportes parafiscales* (9%)	Salud , seguridad social (20%)	Riesgos profesionales (0,522%)	Total
Decorador	1.500.000	124.950	124.950	62.400	15.000	135.000	300.000	7.830	2.270.130
Total	1.500.000	124.950	124.950	62.400	15.000	135.000	300.000	7.830	2.270.130

FUENTE: Autores del Proyecto

El valor mensual por decorador es de: S2.270.130, para los 4 decoradores es igual a: \$2.270.130 x 4 = \$9.080.520.

- **Costos indirectos fabricación.** Ver tabla 36.

Tabla 36. CIF

CIF	Valor Total
Arrendamiento	\$600.000
Servicios Públicos:	
Agua	\$80.000
Luz	\$100.000
Teléfono e Internet (Plan de telebucaramanga, con minutos fijos ilimitados)	\$106.000
Papelería (Papel paja, papel cera, foamy, marcadores, escarcha, cenefas, lacas)	\$114.000
Subtotal	\$400.000
Seguros:	
Seguro contra incendio, asonada, robo, terremoto	\$150.000
Seguro de los muebles y enseres	\$150.000
Seguro de los computadores	\$100.000
Subtotal	\$400.000
Mantenimiento y reparaciones:	\$100.000
Subtotal	\$100.000
Total CIF	\$1.500.000

FUENTE: Autores del Proyecto

- **Total costos de producción.** Teniendo en cuenta los rubros anteriores el total de los costos de producción o prestación del servicio es de \$15.080.520.

5. 1.3.2 Gastos de administración y ventas. En la tabla 37 se detalla la mano de obra administrativa y en la tabla 38, el total de los gastos de administración y ventas.

Tabla 37. Valor de la mano de obra administrativa

CARGO	Valor Mensual	Cesantías (8,33%)	Prima (8,33%)	Vacaciones (4,16%)	Intereses de cesantías (1%)	Aportes parafiscales* (9%)	Salud , seguridad social (20%)	Riesgos profesionales (0,522%)	Total
Gerente	\$2.500.000	208.250	208.250	104.000	25.000	225.000	500.000	13.050	3.783.550
Contador**	500.000	41.650	41.650	20.800	5.000	45.000	100.000	2.610	756.710
Secretaria	500.000	41.650	41.650	20.800	5.000	45.000	100.000	2.610	756.710
Empleado de Servicios	450.000	37.485	37.485	18.720	4.500	40.500	90.000	2.349	681.039
Total	\$3.950.000	332.985	329.035	164.320	39.500	355.500	790.000	20.619	5.978.009

FUENTE: Autores del Proyecto

* Aportes mensuales de 9% para SENA, ICBF y Caja de Compensación Familiar

** Asesoría mensual

Tabla 38. Total gastos administración y ventas

Muebles y enseres	\$1.400.000
Equipo de oficina	\$11.950.000
Herramientas	\$2.440.000
- Depreciación acumulada Muebles y enseres	\$280.000
- Depreciación acumulada equipos de oficina	\$2.390.000
- Depreciación acumulada herramientas	\$488.000

FUENTE: Autores del Proyecto

ITEM	VALOR MENSUAL	MESES	VALOR TOTAL
Mano de obra administrativa	\$5.978.009	12	\$71.736.108
Otros gastos administrativos:			
Depreciación acumulada Muebles y enseres	23.333,34		\$280.000
Depreciación acumulada equipos de oficina	199.166,66		\$2.390.000
Depreciación acumulada herramientas	40.666,66		\$488.000
Papelería de oficina (Papel bond, Kimberly)	\$50.000	12	\$600.000
Tinta	\$80.000	12	\$960.000
Útiles de oficina	\$50.000	12	\$600.000
Papelería contable, facturas, recibos	\$56.833,34	12	\$682.000
Total gastos administrativos	\$500.000		\$6.000.000
Fletes	\$500.000	12	\$6.000.000
Publicidad	\$1.500.000	12	\$18.000.000
Promoción	\$1.000.000	6	\$6.000.000
Otros gastos de ventas (Papelería, embalaje, viáticos, transporte de decoradores)	\$250.0000	12	\$1.500.000
TOTAL	\$9.728.009		\$121.236.108

FUENTE: Autores del Proyecto

5.1.3.3 Gastos Financieros. Los gastos financieros, teniendo en cuenta la tabla estimada en el punto 5.1.5. son iguales a: \$7.200.000 anuales, es decir \$600.000 mensuales.

5.1.3.4 Total Capital de trabajo. El capital de trabajo es igual a \$25.408.529: (Ver tabla 39)

Tabla 39. Total capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Costos de producción del servicio	\$15.080.520.
Gastos de administración y ventas	\$9.728.009
Gastos financieros	\$600.000
TOTAL	\$25.408.529

FUENTE: Autores del Proyecto

5.1.4 Inversión total. La inversión total se observa en detalle en la tabla 40 y es igual a \$54.748.529.

Tabla 40. Inversión total

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR
Inversión Fija	\$15.790.000
Inversión Diferida	\$10.900.000
Capital de trabajo	\$25.408.529
TOTAL	\$52.098.529

FUENTE: Autores del Proyecto

5.1.5 Fuentes de financiación. Las fuentes de financiación del proyecto se observan en detalle en la tabla 41.

Tabla 41. Financiación del proyecto

Fuente	Inversión Fija	Inversión diferida	Capital de trabajo	Total
Recursos Propios	0	\$10.900.000	\$11.198.529	\$22.098.529
Crédito Bancario	\$15.790.000.	0	\$14.210.000	\$30.000.000
Total	\$15.790.000	\$10.900.000	\$25.408.529	\$52.098.529

FUENTE: Autores del Proyecto

Se hará un préstamo por \$30.000.000 al 24% anual pagadero en cinco años mediante cuotas anuales, con una amortización anual equivalente para los cinco años. El valor de la cuota anual se calcula mediante el siguiente formato, establecido en la tabla 42:

Tabla 42. Plan de amortización e intereses

AÑO	MONTO	AMORTIZACION	INTERESES	SALDO
1	\$30.000.000	\$6.000.000	7.200.000	\$24.000.000
2	\$24.000.000	\$6.000.000	5.760.000	\$18.000.000
3	\$18.000.000	\$6.000.000	4.320.000	\$12.000.000
4	\$12.000.000	\$6.000.000	2.880.000	\$6.000.000
5	\$6.000.000	\$6.000.000	1.440.000	-0-

FUENTE: Banco Sudameris

5.2 COSTOS

Se establecerán los costos fijos, variables y totales para el proyecto.

5.2.1 Costos fijos. Los costos fijos del proyecto están constituidos por los gastos financieros que son \$600.000, los gastos de ventas que son \$9.728.009 y los CIF que son: \$1.500.000, un total de \$11.828.009.

5.2.2 Costos variables. Los costos variables están constituidos por los costos de las materias primas: \$4.500.000 y mano de obra directa: \$9.080.520.que suman \$13.580.520.

5.2.3 Costos totales unitarios. Los costos totales mensuales son del orden de los \$25.408.529 y por servicio son de $\$25.408.529/39 = \651.500

5.2.4 Precio de venta. De acuerdo con la tabla 14, el presupuesto por hogar es igual a: $\$16.886.016.460/24.508 = \689.000 , promediando: \$700.000. partiendo que es un servicio que tiene una ocurrencia para la mayoría cada vez que lo necesita, una sola vez o anualmente, y si se tiene en cuenta que esta necesidad depende de los nacimientos de los niños (necesidad), significa que el precio que se puede cobrar por servicio se limita a dicha cantidad. Igualmente, de acuerdo con lo establecido en la entrevista con decoradores, un servicio promedio tiene un valor de \$700.000.

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Se estimarán los ingresos y egresos anuales que generará el proyecto en sus primeros cinco años.

5.3.1 Egresos Proyectados. Los egresos del proyecto están constituidos por los costos de producción del servicio que son de \$180.866.240 anuales y los gastos de administración y ventas que son \$116.736.108 anuales para un total de \$297.602.348 para el primer año. Estos egresos se proyectan a un ritmo del 5% anual. Ver Tabla 43.

Tabla 43. Egresos proyectados

	Años				
	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Egresos	297.602.348	312.482.465	328.106.589	344.511.918	361.737.514

FUENTE: Autores del Proyecto

5.3.2 Ingresos Proyectados. Partiendo de los \$27.500.000 mensuales estimados de oferta en el mercado se tiene una oferta de \$330.000.000 para el primer año, estos ingresos se proyectan a un ritmo del 5% anual. Ver Tabla 44.

Tabla 44. Proyección de los ingresos

	Años				
	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
ingresos	330.000.000	346.500.000	363.825.000	382.016.250	401.117.063

FUENTE: Autores del Proyecto

5.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio es igual por fórmula a:

$$Pe = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Cantidad}}}$$

De donde:

Costos Fijos: \$11.828.009

Costos Variables: \$13.580.520.

Cantidad: 39
Precio: \$700.000

Reemplazando la fórmula se tiene lo siguiente:

$$Pe = \frac{11.828.009}{\$700.000 - \frac{13.580.520}{39}} =$$

$$Pe = \frac{11.828.009}{\$700.000 - 348.218,46} =$$

$$Pe = \frac{11.828.009}{351.781,54} = 33,62$$

Se requiere desarrollar al mes 33,62 servicios a \$700.000, es decir generar unas ventas de $33,62 \times \$700.000 = \$23.634.000$, para que no se produzcan ni pérdidas ni ganancias. Como el proyecto venderá \$27.500.000, está generando ganancias que le permiten maniobrar y mantenerse financieramente.

5.3 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

En la tabla 45 se observa el flujo de caja proyectado del proyecto.

Tabla 45. Flujo de caja proyectado

	2.007	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Entradas de efectivo:						
Saldo que pasa		-0-	11.902.544,24	25.612.215,94	41.359.230,76	59.106.316,6
Crédito bancario	30.000.000					
Aportes socios	22.098.529					
Ingresos		330.000.000	346.500.000	363.825.000	382.016.250	401.117.063
Total Ingresos	52.098.529	330.000.000	358.402.544,24	389.437.215,94	423.375.480,76	460.223.379,6
Salidas de efectivo						
Inversión Fija	15.790.000					
Inversión Diferida	10.900.000					
Capital de Trabajo	25.408.529					
Egresos operativos		297.602.348	312.482.465	328.106.589	344.511.918	361.737.514
Intereses		7.200.000	5.760.000	4.320.000	2.880.000	1.440.000
Amortizaciones		6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Impuestos 38%		7.295.107,76	8.457.863,3	9.651.396,18	10.877.246,16	12.137.028,62
Total salida de efectivo	\$52.098.529	318.097.455,76	332.790.328,3	348.077.985,18	364.269.164,16	\$381.294.542,62
Saldo en Caja	-0-	11.902.544,24	25.612.215,94	41.359.230,76	59.106.316,6	78.928.836,98

FUENTE: Autores del Proyecto

5.4 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

En la tabla 46 se observa el Estado de Resultados proyectado del proyecto.

Tabla 46. Estado de resultados proyectado

	Años				
	2.008	2.009	2.010	2.011	2.012
Ventas	330.000.000	346.500.000	363.825.000	382.016.250	401.117.063
- Costos Operativos:	297.602.348	312.482.465	328.106.589	344.511.918	361.737.514
Utilidad bruta	32.397.652	34.017.535	35.718.411	37.504.332	39.379.549
-intereses	7.200.000	5.760.000	4.320.000	2.880.000	1.440.000
-amortizaciones	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
Utilidad antes De impuestos	19.197.652	22.257.535	25.398.411	28.624.332	31.939.549
-impuestos 38%	7.295.107,76	8.457.863,3	9.651.396,18	10.877.246,16	12.137.028,62
Utilidad neta	11.902.544,24	13.799.671,7	15.747.014,82	17.747.085,84	19.802.520,38

FUENTE: Autores del Proyecto

5.5 BALANCE GENERAL (PRIMER AÑO).

Ver tabla 47.

Tabla 47. Balance general primer año

CUENTA	VALOR
ACTIVO:	
Corriente	
Caja y bancos	\$13.105.652
Cuentas por cobrar*	\$13.750.000
Total Corriente	\$26.855.652
Fijo:	
Muebles y enseres	\$1.400.000
Equipo de oficina	\$11.950.000
Herramientas	\$2.440.000
- Depreciación acumulada Muebles y enseres	\$280.000
- Depreciación acumulada equipos de oficina	\$2.390.000
- Depreciación acumulada herramientas	\$488.000
Total Fijo	\$12.632.000
Otros activos:	
Diferidos	\$10.900.000
Capital de trabajo	\$25.408.529
Total otros activos	\$36.308.529
TOTAL ACTIVO	\$75.796.181
PASIVO	
Pasivo corriente:	
Cuentas por pagar	\$4.500.000
Total pasivo corriente	\$4.500.000
Pasivo a largo plazo	
Obligaciones bancarias	\$30.000.000
Impuesto por pagar	\$7.295.107,76
Total pasivo a largo plazo	\$37.295.107,76
TOTAL PASIVO	\$41.795.107,76
PATRIMONIO	
Capital social	\$22.098.529
Utilidad del ejercicio	\$11.902.544,24
TOTAL PATRIMONIO	\$34.001.073,24
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$75.796.181

FUENTE: Autores del Proyecto

*50% de las ventas mensuales

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 IMPACTO SOCIAL

El proyecto aspira en su vida útil a mejorar la calidad de vida de sus vinculados; socios y empleados, a través de la generación de sus ingresos que le permitirán satisfacer las necesidades más básicas como son: alimentos, vestido y vivienda, necesarios para vivir dignamente.

Además se ofrecen mejores alternativas para que los habitantes de la ciudad de Bucaramanga adquieran servicios con los que no se cuenta con una oferta adecuada: diseño y decoración de espacios infantiles, aspecto que genera la satisfacción de muchos potenciales usuarios del servicio.

El proyecto permitirá emplear inicialmente y en forma directa ocho empleos, pero podrá emplear un mayor número de personas en la medida que haya una buena respuesta en el mercado y sea necesario aumentar su planta de personal.

Igualmente generará unos mayores ingresos a los proveedores, a los intermediarios de dichos productos, que tendrán en la empresa una gran demanda, lo que generará una mayor dinámica de ventas e ingresos, que mejorará sustancialmente sus ingresos, el bienestar y calidad de vida de su familia.

El proyecto no generará obras de infraestructura, ni contribuirá al desarrollo de la red existente, pero si permitirá que el diseño y decoración de espacios infantiles sea considerado como un servicio de mayor importancia.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

La empresa solo genera residuos sólidos que se manejan dentro del proceso normal de adecuación de un lugar para depositarlos y manipularlos, para su posterior transporte, a través de una empresa de servicio de aseo.

No genera emisiones ni vertimientos, por lo que las actividades a desarrollar por el proyecto son normales y tienen un impacto ambiental mínimo, ya que este tipo de empresa no se encuentra clasificada entre las generadoras de desechos que perjudican el medio ambiente, por cuanto el impacto que genera se controla con el manejo adecuado de residuos sólidos.

Por lo tanto el impacto ambiental generado por la empresa podrá controlarse porque en el desarrollo del proyecto, se utilizará una tecnología adecuada y la planta física se distribuirá lógicamente, con buena iluminación y ventilación, para que el recurso humano que allí labore, no tenga consecuencias irreparables en su vida futura.

En general se puede concluir que el proyecto busca minimizar los riesgos que pueden perjudicar la salud humana y al medio ambiente, haciendo más agradable el trabajo para los empleados del área administrativa y los decoradores.

Los residuos sólidos y los sobrantes que produzca la empresa deben ser seleccionados previamente y entregados a cooperativas de recicladores que reutilicen estos productos.

6.3 EVALUACION FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto. El valor presente neto es igual a:

$$\text{VPN (24\%)} = 11.902.544,24 (1+ 0,24)^{-1} + 25.612.215,94 (1+ 0,24)^{-2} + 41.359.230,76 (1+ 0,24)^{-3} + 59.106.316,6 (1+0,24)^{-4} + 78.928.836,98 (1+0,24)^{-5} - \$52.098.529 =$$

$$\text{VPN (24\%)} = 11.902.544,24 (0,8064) + 25.612.215,94 (0,6503) + 41.359.230,76 (0,5244) + 59.106.316,6 (0,4229) + 78.928.836,98 (0,3411) - \$52.098.529 =$$

$$\text{VPN (24\%)} = 9.598.211,67+ 16.655.624,02 + 21.688.780,61+ 24.994.792,59+ 26.922.626,29 - \$52.098.529 = \$47.761.506,18$$

$$\text{VPN (24\%)} = \$47.761.506,18$$

El proyecto genera unas ganancias extraordinarias de \$47.761.506, 18 en sus cinco años y a valores actuales, por lo que es un proyecto factible de realizar que produce beneficios.

6.3.2 Tasa interna retorno TIR. La tasa interna de retorno es la tasa de interés esperada sobre el saldo no recuperado de una inversión, de tal forma que el ingreso final lleva el saldo a cero, lo que indica que el V.P.N se acerca o es igual a cero.

Su fórmula es:

$$\text{T.I.R} = \left[\sum_{n=1}^5 (Y_n - C_n) (1 + \text{T.I.R})^{-n} \right] = I_0 + V_s = 0$$

$$\text{TIR (36,12\%)} = 11.902.544,24 (1+ 0,3612)^{-1} + 25.612.215,94 (1+ 0,3612)^{-2} + 41.359.230,76 (1+ 0,3612)^{-3} + 59.106.316,6 (0,3612)^{-4} + 78.928.836,98 (0,3612)^{-5} - \$52.098.529 = 0$$

$$\text{T.I.R} = 36,12\%$$

La T.I.R de 36,12% indica que el proyecto genera una tasa que está por encima del costo de oportunidad del dinero que es del 24%, por lo que es más factible y rentable generar la actividad que no desarrollarla, desde el punto de vista financiero.

6.3.3 Período de recuperación. El período de recuperación de la inversión es el tiempo que se requiere para recuperar con los flujos retornados la suma invertida en el Proyecto. En la Tabla 48., se observa en detalle dicho período de recuperación.

Tabla 48. Período de recuperación de la inversión

PROYECTO	CANTIDAD RETORNADA	SALDO
Inversión inicial	\$52.098.529	
Retorno Año 1	11.902.544,24	40.195.984,76
Retorno Año 2	13.799.671,7	26.396.313,06
Retorno Año 3	15.747.014,82	10.649.227,22
Retorno Año 4	17.747.085,84	10.649.227,22/17.747.085,84 =0.60 x 360 = 216

FUENTE: Autores del Proyecto

Significa que la inversión se recupera en tres años y doscientos dieciséis días. Por lo que el proyecto propuesto genera beneficios para el retorno de la inversión en el corto plazo, por lo que es atractivo desde el punto de vista financiero.

6.3.4 Análisis de las razones financieras. Para calcular las razones financieras se tienen en cuenta las características del Proyecto, y las cuentas del Balance General y del Estado de Resultados, desarrollando una serie de razones de liquidez, actividad y rentabilidad que se observan a continuación en la Tabla 49.

Tabla 49. Razones financieras

RAZONES	FÓRMULA	RESULTADO	INTERPRETACIÓN
Liquidez	Activo Corriente/ Pasivo corriente	$26.855.652/4.500.000= 5,96$	Una liquidez de 5,96 que le permite a la empresa puede sufragar sus deudas del corto plazo sin mayores dificultades.
Endeudamiento	Pasivo Total/Activo Total	$41.795.107,76/75.796.181= 55,14\%$	La empresa tiene mediana capacidad para endeudarse porque inicialmente tiene comprometidos un 55,14% de sus activos.
Capital de Trabajo	Activo Corriente – Pasivo Corriente	$26.855.652- 4.500.000= \$22.355.652$	La empresa cuenta con un capital de trabajo que le permite desarrollar sus operaciones durante sin mayores contratiempos durante el primer año.
Rotación de Cartera	Utilidad Bruta / Cuentas Cobrar Promedio	$32.397.652/13.750.000=2,35$	La cartera se rota inicialmente 2,35 veces, por lo que hay una mediana recuperación de la misma, rotación que implica que la empresa la recupera cada cinco meses.
Pasivo Financiero/Ventas	Pasivo Financiero / Ventas	$30.000.000/330.000.000= 9,09\%$	Para la empresa la participación de su pasivo financiero sobre las ventas es 9,09% inicialmente lo que implica que a la empresa se le facilita cancelar sus pasivos con sus ventas.
Gasto Financiero/Ventas	Gasto Financiero / Ventas	$7.200.000/330.000.000=2.18\%$	Los gastos financieros no afectan la empresa, ya que constituyen un porcentaje reducido de las ventas, un 2,18%.

FUENTE: Autores del Proyecto

CONCLUSIONES

El presente Proyecto se constituye en una propuesta novedosa, para el desarrollo del diseño y decoración de espacios infantiles en la ciudad de Bucaramanga y satisfacer la demanda de dichos servicios, lo que permite dinamizar una nueva actividad de negocio en la ciudad y aprovechar en forma sustancial la existencia de un mercado y demanda insatisfecha.

El proyecto, desde el punto de vista de mercados, es de grandes potencialidades, porque existe una demanda insatisfecha de \$16.526.016.460, un mercado amplio y la oferta de este servicio se reduce a una empresa que factura \$360.000.000 al año.

Desde el punto de vista técnico, no existen restricciones o dificultades para el manejo de los procesos de prestación del servicios y operativos, por lo que el proyecto es factible y realizable, dentro de un marco de desarrollo y crecimiento con incorporación de la tecnología disponible para el sector, que se puede utilizar y manejar, sin mayores dificultades por el personal decorador.

El valor presente neto es igual a: \$47.761.506,18 y la TIR a 36,12%, lo que implica que existen unos flujos financieros, que permiten justificar el proyecto y generar rentabilidad para los inversionistas, lo que motiva a la ejecución y puesta en marcha del mismo.

Desde una perspectiva social, el desarrollo del presente proyecto genera una dinámica económica que permite el afianzamiento de nuevas actividades entre las que se destaca una propuesta novedosa, que genera ingresos, empleo y crecimiento del PIB.

Desde el punto de vista ambiental, el proyecto es factible, porque aunque se generan procesos contaminantes, se pueden controlar mediante el manejo adecuado de residuos sólidos y la manipulación de los materiales sobrantes de las actividades de decoración, sin que se afecte el medio ambiente o la salud humana.

En líneas generales el proyecto es viable desde una perspectiva de mercados, técnica, financiera, económica, social y ambiental y representa una propuesta que implica una nueva perspectiva de diversificación de la actividad económica en Bucaramanga, restringida en lo pertinente a servicios de diseño y decoración de espacios infantiles.

RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente:

- Desarrollar la actividad de diseño y decoración de espacios infantiles con una propuesta novedosa, impactante, de gran calidad, con un distintivo de garantía, para generar una demanda dinámica y leal con el servicio.
- Desarrollar nuevas prácticas que impliquen mejoramiento del servicio, eficiencia o eficacia para la empresa
- Realizar investigaciones de mercado y de producción para establecer la factibilidad de desarrollar y comercializar nuevos servicios que amplíen la oferta de la empresa
- Incursionar en mercados de otras zonas del país para dar a conocer los servicios y mejorar los niveles de ventas y de ingresos de la empresa
- Actualizar, innovar y dinamizar los servicios teniendo en cuenta los nuevos formatos, diseños, materiales y tendencias del mercado.

BIBLIOGRAFIA

Cámara de Comercio de Bucaramanga. Dirección de proyección y desarrollo.2006
CARBONELL, Pablo. El desarrollo del diseño de espacios y superficies. Ediciones La Espada. Caracas. 2.005.

DANE Regional Centro Oriental. EFICACIA. Logro de objetivos propuestos. Encuesta Nacional de Hogares.2.006

GOMEZ, Sandra. Muebles y diseños- Documento. Medellín. 2.006.

MARTINEZ, Aura. Espacios, Tendencias y Estilos. Ediciones Mujevar. Bogotá. 2.003.

MENDEZ A, Carlos E. Metodología. MC Graw Hill. 2a Edición. Bogotá 2.003

MUEBLES Y SEGURIDAD. NORMAS INTERNACIONALES. U.S.A. Baton Rouge. 2.005.

NARVAEZ GARCIA, José Ignacio. Derecho Mercantil Colombiano. Legis. Bucaramanga. 2.001

Nuevo Diccionario Enciclopédico Esparza. Editorial Esparza. Barcelona. 1999.

PINEDA, Eleonora. Nuevas Tendencias en el mobiliario y decoración infantil. Ediciones La Estrella. Santa Fe de Bogota. 2.002.

SIMOSA, Bogotá. Documento, página 32.

VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y evaluación de proyectos de inversión. UIS- INSED. Bucaramanga 1999.

www.jpma.org y www.cpssc.gov

www.metrocuadrado.com

ANEXOS

ANEXO A. ENCUESTA

Agradecemos de antemano su amable atención y las respuestas dadas para el desarrollo de la presente investigación.

La presente encuesta se desarrolla con el fin de establecer la factibilidad de creación de una empresa especializada en el diseño y decoración de espacios infantiles en la ciudad de Bucaramanga

NOMBRE: _____

DIRECCIÓN: _____ TELÉFONO: _____

BARRIO _____ ESTRATO _____

EDAD _____

1. ¿Tiene UD hijos menores de doce años?

___ SÍ ___ NO. Si la respuesta es no, por favor termine la encuesta

2. Decora UD los cuartos de sus niños

SI _____ NO _____. Si la respuesta es no, pase a la pregunta 12.

3 ¿Con qué frecuencia los decora?

___ Anualmente

___ Cada dos años

___ Una sola vez

___ Otro _____ Cuál?

4. Los decora UD a través de:

a. ___ UD mismo

b. ___ Un decorador

c. ___ Una empresa especializada en decoración _____ ¿Cuál?

d. ___ Otros _____ ¿Cuáles?

5. ¿Por qué motivos decora UD los cuartos de sus niños?

- a) ___ Siente la necesidad de decorarlos
- b) ___ Lo hace para que se sientan bien
- c) ___ Es una forma para integrarlos socialmente
- d) ___ Es parte de su diversión
- e) ___ Otros _____ ¿Cuál?

6. ¿Para qué ocasiones decora UD los cuartos de sus niños?

- a) ___ Para su nacimiento
- b) ___ Cuando estrenan nueva casa o apartamento
- c) ___ Cuando crecen y se hace necesario cambiar los motivos de la habitación
- d) ___ Otros _____ Cual?

7. UD. decide comprar un tipo específico de materiales para decorar, porque:

- a) ___ El precio se ajusta a su presupuesto
- b) ___ Está en promoción
- c) ___ Es su tipo de material favorito
- d) ___ Está de moda, le da status
- e) ___ Otro _____ ¿Cuál?

8. Cuando usted compra elementos de decoración para sus niños, ante todo tiene en cuenta:

- a) ___ Que sean seguros
- b) ___ El precio de dichos elementos
- c) ___ La calidad de los elementos
- d) ___ Que sean formativos y propicien su desarrollo
- e) ___ Otros _____ Cual

9. ¿Que problemas se le han presentado con los productos o servicios recibidos?

- a) ___ Incumplimiento
- b) ___ Mala calidad
- c) ___ Se ha incrementado el costo
- d) ___ Otros _____ Cuáles
- e) ___ Ninguno

10. ¿Anualmente, cuál es el presupuesto que UD destina para decorar los cuartos de sus niños?

- a) ___ Menos de \$100.000
- b) ___ Entre \$100.001 y 400.000
- c) ___ De \$400.001 a 600.000
- d) ___ De \$600.001 a 800.000
- e) ___ De \$800.001 a 1.000.000
- f) ___ De \$1.000.001 a 1.200.000
- g) ___ De \$1200.001 a 1.500.000
- h) ___ Mas de \$1.500.000

11. ¿Cuando requiere productos o servicios de decoración, cómo se entera de la existencia de los mismos?

12. ¿Le gustaría a usted que en Bucaramanga ofreciera sus servicios una empresa especializada en el diseño y decoración de espacios infantiles?

___ SI ___ NO _____ Porqué

13. Que factores considera UD que debe cumplir dicha empresa, para que UD contrate sus servicios:

- a ___ Precio
- b ___ Excelencia en el servicio
- c ___ Calidad en los materiales
- d ___ Excelente post- servicio
- e ___ Facilidades de crédito
- f ___ Otros _____ Cuáles

¡MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO B. ENTREVISTA

- ❖ Tipo de empresa que posee.
- ❖ Tipo de actividades que desarrolla.
- ❖ Clientes habituales
- ❖ Forma de darse a conocer en el mercado
- ❖ Precio promedio que cobra
- ❖ Cantidad y frecuencia de sus servicios
- ❖ Calidad en el servicio y el post servicio.
- ❖ Estimativo de los ingresos mensuales del sector.