

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MUEBLES EN MADERA EN
EL MUNICIPIO DE CAICEDONIA VALLE.

JHON EIMAR BAENA SALAZAR

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CAICEDONIA

2013

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA MUEBLES EN MADERA EN EL
MUNICIPIO DE CAICEDONIA VALLE.

JHON EIMAR BAENA SALAZAR

Trabajo de grado para optar por el
Título de administrador de empresas

Asesora:

Especialista en finanzas

MARIA FERNANDA GRANADA ROMERO

UNIVERSIDAD DEL VALLE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CAICEDONIA

2013

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a todas las personas que con su conocimiento y compromiso ayudaron al desarrollo de este proyecto; especialmente a los profesores María Fenarda Granada, Hoover Helago Gaviria, Fernando Moreno Betancourt, Sandra Lorena Aguirre Méndez y las compañeras Erika Lorena Serna Calle y Patricia Zapata Ovando.

De igual manera agradezco a todas aquellas personas que con su apoyo directo e indirecto brindaron su colaboración.

Por último agradezco a mis familiares, compañeros de clase y conocidos que siempre me apoyaron y me motivaron, para iniciar y culminar este proceso educativo; por esta razón deseo compartir este triunfo con ellos.

DEDICATORIA

Dedico este triunfo a mi padre Clímaco Baena Villa, porque es la única persona que tiene el interés verdadero de que algún día sea una persona integra con una imagen respetuosa y responsable ante la sociedad. De igual manera agradezco a mi familia por la motivación que me brindaron en todo este proceso educativo.

Por último agradezco a mis tres pilares fundamentales; Eliana Marcela López, Yenny Alexandra García y Patricia Zapata: que me mantuvieron en el camino e insistieron para que culminara de la mejor manera esta carrera.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	17
1 PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.1 PRESENTACIÓN DEL TEMA	18
1.2 PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA	19
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	21
2. OBJETIVOS	22
2.1 OBJETIVO GENERAL	22
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
3 JUSTIFICACIÓN	23
4 MARCO HISTÓRICO	24
4.1 ANTECEDENTES	24
4.2 MARCO REFERENCIAL	42
4.2.1 Emprendimiento	42
4.2.2 Empresario	42
4.2.3 Mitos sobre el empresario y las acciones del empresario	43
4.2.4 Cultura empresarial	44
4.3 MARCO CONCEPTUAL	46
4.3.1 Análisis estructural del sector	46
4.3.2 La organización y su entorno	46
4.3.3 Percepciones y evidencias acerca del entorno	49
4.3.4 La organización	49
4.3.5 Entorno estratégico y empresarial	49
4.3.6 Capas del entorno	50
4.3.7 Entorno general o contextual	50
4.3.8 Entorno medio, sectorial y competitivo	50
4.3.9 Entorno próximo	50
4.3.10 Entorno global y entorno territorial	50
4.3.11 Planeación estratégica: misión, objetivos y estrategia	34
4.3.12 Estrategias competitivas genéricas	55
4.3.13 Segmentación de mercados	56
4.3.14 Requisitos para efectuar una segmentación eficaz	58

4.3.15 Determinación del mercado meta	58
4.3.16 Estudio de factibilidad	61
4.3.17 Estudio de mercado	61
4.3.18 Estudio técnico	62
4.3.19 Estudio administrativo	62
4.3.20 Estudio financiero	63
 4.4 MARCO CONTEXTUAL	 64
4.4.1 Historia de Caicedonia	64
4.4.2 Características topográficas del municipio	67
4.4.3 Información general de Caicedonia Valle	68
 5. METODOLOGÍA	 69
5.1 TIPO DE ESTUDIO	69
5.2 MÉTODO	69
5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	70
5.4 CALCULAR LA MUESTRA	71
5.4.1 Tipo de muestra	71
5.5 CALCULAR LA MUESTRA CORRECTA	72
 6. ANÁLISIS DE ENTORNOS	 75
6.1. ENTORNO ECONÓMICO	75
6.1.1. PIB	75
6.1.2. El PIB del Valle del Cauca	77
6.1.3. Economía de Caicedonia Valle	79
6.1.4. Inflación	81
6.1.5. tasa de interés	82
6.1.6. tasa de desempleo	83
6.1.7. balanza comercial	85
6.1.8. Índice de precios al productor	88
6.1.9. Índices de precios al consumidor	89
 6.2. Entorno demográfico	 89
6.2.1 Tamaño de la población colombiana	89
6.2.2 La población estimada para el departamento del Valle	90
6.2.3 Análisis Demográfico Municipio de Caicedonia	92
6.2.4 Tasa de natalidad	95
6.2.5 Tasa de mortalidad	96
6.2.6 Tasa de migración	97

6.2.7 Esperanza de vida	98
6.2.8 Tasa de alfabetismo	98
6.2.9 Ingreso promedio	99
6.3 ENTORNO JURÍDICO	100
6.3.1. Derecho comercial	100
6.3.2. Derecho laboral	101
6.3.3. Derecho ecológico	102
6.4 ENTORNO POLÍTICO	103
6.4.1.Sectores locomotora	105
6.4.2. Colombia exporta	106
6.4.3. Apoyo a las mipymes	106
6.4.4. Menos impuestos para crear empleo formal	106
6.4.5. Buen gobierno y lucha anticorrupción	107
6.4.6. Lineamientos de política del Valle del Cauca 2012-2015	107
6.4.7. Programa de gobierno	108
6.5. ENTORNO SOCIO- CULTURAL	110
6.5.1. Composición social de la población	110
6.5.2. Análisis de ocupación	111
6.5.3.Condiciones de vida de los colombianos	111
6.5.4. Caracterización de la cultura	113
6.5.5. Manifestaciones culturales	114
6.5.5.1.Manifestaciones culturales en el Valle del Cauca	115
6.5.5.2.Manifestaciones culturales en Caicedonia Valle	115
6.6. ENTORNO TECNOLÓGICO	116
6.6.1. Maquinaria y equipo requerido para ejecutar las tareas y los procesos	116
6.6.2. Calificación del personal requerido para ejecutar las tareas	122
6.6.4. Tecnología disponible en el mercado	122
6.6.5. Tecnología avanzada	123
6.7.ENTORNO AMBIENTAL	126
6.7.1. Descripción Geografía	126
6.7.2. Disponibilidad de recursos naturales	129
6.7.3. Restricciones ambientales de la actividad económica	132
6.7.3.1. Impactos ambientales originados por el proceso de productoras muebles en madera en Colombia	132

6.8. MATRIZ DE ANÁLISIS DE ENTORNOS	135
6.9. ANÁLISIS DEL SECTOR	139
6.9.1. Intensidad de la rivalidad entre los competidores existentes	139
6.9.2. El número de competidores	139
6.9.3. Crecimiento del sector	140
6.9.4. Costo de almacenajes	141
6.9.5. Capacidad de diferenciación del producto	141
6.9.6. Barreras de salida	141
6.9.7. Barreras de entrada	142
6.9.8. Amenazas de nuevos competidores	142
6.9.9. Diferenciación de otros productores	142
6.9.10. Costos de cambio para el comprador	142
6.9.11. Necesidades de capital	143
6.9.12. Poder de negociación de los proveedores	143
6.9.13. Concentración de proveedores	144
6.9.14. Diferenciación de los productos y servicios del proveedor	144
6.9.15. Costos por cambiar de proveedor	144
6.9.16. Poder de negociación de los compradores	144
6.9.17. concentración de los compradores	145
6.9.18. la diferenciación del producto o servicio	145
6.9.19. Información del comprador	146
6.9.20. Capacidad de integrarse hacia atrás	146
6.9.21. Productos de sustitución	146
6.9.22. Diferencia de productos.	146
6.9.23. Identidad de marca	147
6.9.24. Impacto sobre la calidad/desempeño.	147
6.9.25. Productos sustitutos	147
6.9.26. Desempeño relativo precio del sustituto	148
6.9.27. Propensión del comprador a sustituir	148
6.10. MATRIZ ANÁLISIS DEL SECTOR	149
6.11. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	153
6.11.1 Estrategias a implementar en los posibles escenarios	154
6.11.2. Productos traicionales y mercados tradicionales	154
6.11.3. La estrategia a implementar en los productos tradicionales y los mercados tradicionales	155

6.11.4. Nuevos mercados y productos actuales	155
6.11.5. La estrategia a implementar en los mercados nuevos con los productos actuales	155
6.11.6. Producto nuevo y mercado actual	155
6.11.7. La estrategia a implementar en los mercados actuales con producto nuevo	156
6.11.8. Cuando el producto es nuevo y el mercado es nuevo	156
6.11.9. La estrategia a implementar en los mercados nuevos con producto nuevo	156
6.11.10. Matriz de Thompson-strickland	157
6.11.11. Estrategias a implementar según Matriz de Thompson-strickland	158
6.11.12. concentración desarrollo de mercado y de producto	158
6.11.13. integración vertical	158
6.11.14. diversificación concéntrica	158
6.11.15. Selección de la estrategia	158
6.11.16. Estrategias a implementar la empresa de muebles en madera	159
6.11.17. Herramientas de Boston consulting group Matriz de Crecimiento – Participación, Herramientas de Análisis Estratégico	159
6.11.18. mercado potencial	161
6.11.19. Definición del mercado objetivo	161
6.11.20. Perfil de consumidor	161
 6.12.OBJETIVOS DE LA ENCUESTA	 148
6.12.1. Resultados de la encuesta realizada	149
6.12.2. Rango de edades	149
6.12.3. Número de personas que conforman un hogar	163
6.12.4. estrato socioeconómicos	164
6.12.5. rango de ingresos mensuales	164
6.12.6. En alguna ocasión ha comprado un mueble	165
6.12.7. decisión de compra de muebles en su hogar	165
6.12.8. lugares en que compran muebles	166
6.12.9. materiales en que están hechos los muebles para el hogar	166
6.12.10. Que artículos o muebles compra	167
6.12.11. rango de precios de los muebles en madera	167
6.12.12. frecuencia de compra de muebles en madera	168
6.12.13. características importantes de los muebles en madera	168
6.12.14. Si en Caicedonia Valle surge una empresa productora de muebles en madera comprara sus productos	169
6.12.15. Porqué si compraría en la empresa productora de muebles	169
6.12.16. Porqué no compraría en la empresa productora de muebles	170

6.13 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	171
6.14. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	173
6.15. Estrategia de producto	175
6.15.1. Definición del producto	175
6.15.2. Tipo de producto	176
6.15.3. Productos sustitutos de la madera	177
6.15.4. Productos complementarios	180
6.16. MARCA Y LOGO	184
6.17. ESTRATEGIA DE PRECIO	185
6.17.1 Análisis del punto de equilibrio	185
6.17.2 Tipo de mercado y su incidencia en el precio	185
6.17.3 Cálculo y sustentación del precio	185
6.17.4 Calculo total de costos por producto	187
6.17.5 Costo total producto terminado	188
6.17.6 Estrategia de distribución	188
6.17.7 Proveedores	189
6.17.8 Estrategia de promoción	189
6.17.8.1. Publicidad radial	189
6.17.8.2 Publicada impresa	189
6.17.8.3 Publicidad masiva	189
7. ESTUDIO TÉCNICO	190
7.1. Ficha técnica del producto o servicio	191
7.1.1. Cama estilo deco de 1.40 cm	191
7.1.2. Cama estilo deco de 1.20 cm	192
7.1.3. Cama sencilla estilo Windsor 1.40	193
7.1.4. Cama sencilla Windsor 1.20cm	194
7.1.5. Silla sencilla	195
7.1.6. Pata y cubierta de mesa	196
7.2. ESTADO DE DESARROLLO	197
7.3. ESTADO DE DESARROLLO DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MUEBLES EN MADERA	198

7.4. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	199
7.5 PASO PARA LA PRODUCCIÓN	200
7.5.1 recepción de los materiales y la madera	200
7.5.2. Área de corte	200
7.5.3. área de enderezado	200
7.5.4. armado	201
7.5.5. lijado y resane	201
7.5.6. Pintura	201
7.5.7. almacenamientos	202
7.5.8 despacho	202
7.6. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS	203
7.6.1 Herramientas de trabajo y sus características	204
7.6.2.Cierra de banco metálica	204
7.6.3. Cepilladora industrial	204
7.6.4. Canteadora	205
7.6.5. Compresor	205
7.6.6. Herramientas básicas para la transformación de la madera	206
7.6.7. Banco de carpintero	206
7.6.8. Brocas	206
7.6.9. Destornillador	206
7.6.10. Escuadras	207
7.6.11. Formón	207
7.6.12. Lijadora orbital	207
7.6.13. Taladro	208
7.6.14. Sierras y serruchos manuales	208
7.6.15. Sierra de calar o de vaivén	208
7.6.16. Pistola Para Pintar	209
7.6.17.Espátula	209
7.6.18. Pistola de grapas	209
7.7 PLAN DE PRODUCCIÓN	210
7.8 PLAN DE COMPRAS	210
7.9 COSTOS DE PRODUCCIÓN	210
7.10 INFRAESTRUCTURA	213

7.10.1 Diseño de planta Medidas y descripciones	213
7.10.2 Detalles	214
7.10.3 Diseño de planta y activos fijos	214
7.11 Plan operativo	215
7.12 Localización	216
 8 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	 217
8.1. Estructura organizacional	217
8.1.1 Organigrama	217
8.1.2 Descripción de cargos	218
8.2.3.1 Misión	221
8.2.3.2 Visión	221
8.3 Análisis DOFA de la empresa productora y comercializadora de muebles en madera de Caicedonia Valle.	222
8.3.5 Matriz DOFA	227
 9. COSTOS ADMINISTRATIVOS	 228
9.1 Ejercicio de Salarios y Carga Prestaciones anual	228
9.2 costo del personal	229
9.3 costos de puesta en marcha	229
 10. MODULO FINANCIERO	 230
10.1 CAPITAL DE TRABAJO	230
10.2 TABLA DEL PRÉSTAMO	230
10.3 INGRESOS	231
10.4 COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	231
10.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	232
10.5.1 Estado de resultados	232
10.4.2 Flujo de caja	233
10.4.3 Flujo de fondos	234
10.4.4 Balance general proyectado a 5 años	235
10.5 ANÁLISIS FINANCIERO	236
10.5.1 Tasa Interna de Retorno	236
10.5.2 Cálculo TIO	236
10.5.3 Valor Presente Neto	236
10.5.4 El beneficio costo	237
10.5.5 wacc: Promedio Ponderado del Costo de Capital	238
10.5.6 Valor Económico Agregado o Valor Económico Añadido	239

11. CONCLUSIÓN	240
12. RECOMENDACIONES	242
WEBGRAFIA	245
BIBLIOGRAFÍA	251
ANEXOS	252

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1 Cinco fuerzas de porter	48
Cuadro 2 Información general de Caicedonia Valle	68
Cuadro 3 Nivel de confiabilidad	73
Cuadro 4 Calculo de la muestra	74
Cuadro 5 Comportamiento del PIB por Ramas de Actividad Económica 2011 - / 2010	75
Cuadro 6 Proyecciones nacionales y departamentales de población 2005-2020	91
Cuadro 7 Relación genero y edades; Hombres	92
Cuadro 8 Relación genero y edades; Mujeres	92
Cuadro 9 Base de proyección de población de Caicedonia Valle	93
Cuadro 10 Proyección por estratos socio económicos	94
Cuadro 11 Población proyectada de Caicedonia Valle	94
Cuadro 12 Trámites y procedimientos administrativos para la creación de una empresa	101
Cuadro 13 Matriz de análisis de entornos	135
Cuadro 14 Matriz Análisis del sector	148
Cuadro 15 matriz de segmentación	153
Cuadro 16 Estrategias a implementar en los posibles escenarios	154
Cuadro 17 Matriz de Thompson-strickland	157
Cuadro 18 Herramientas de Boston consulting group Matriz de Crecimiento – Participación, Herramientas de Análisis Estratégico	160
Cuadro 19 Tabulación y análisis de la información	171

Cuadro 20 Análisis de la información	173
Cuadro 21 costo total producto terminado	186
Cuadro 22 mano de obra directa	186
Cuadro 23 gastos de funcionamiento	186
Cuadro 24 costo indirecto de fabricación	187
Cuadro 25 Calculo total de costos por producto	187
Cuadro 26 precio de venta total producto terminado	182
Cuadro 27 Necesidades y requerimientos	203
Cuadro 28 material para una Cama estilo deco de 1.40 cm	210
Cuadro 29 material para una Cama estilo deco 1.20cm	211
Cuadro 30 material para una Cama sencilla Windsor 1.40	211
Cuadro 31 material para una Cama sencilla Windsor 1.20	212
Cuadro 32 material para una Silla sencilla	212
Cuadro 33 material para una Pata y cubierta	213
Cuadro 34 detalles Infraestructura	214
Cuadro 35 tiempo estipulado para crear una cama	215
Cuadro 36 El tiempo estipulado para crear una silla	215
Cuadro 37 Tiempo estipulado para crear un comedor	216
Cuadro 38 Matriz DOFA	227
Cuadro 39 Ejercicio de Salarios y Carga Prestaciones anual	228
Cuadro 40 ejercicios de salarios Honorarios por horas	230
Cuadro 41 costos del personal	230

Cuadro 42 costos de puesta en marcha	231
Cuadro 43 amortizaciones	232
Cuadro 44 Líneas de productos y unidades a vender	232
Cuadro 45 Líneas de productos y unidades a vendidas	233
Cuadro 46 Costos directos e indirectos de fabricación	233
Cuadro 47 estado de resultados	234
Cuadro 48 Estado de flujo de efectivo	235
Cuadro 49 Flujo de fondos	236
Cuadro 50 Balance general proyectado a 5 años	237

INTRODUCCIÓN

Como alternativa para poder desarrollar los conocimientos que se adquirieron a través de la formación académica y profesional que brinda la Universidad del Valle; se presenta la creación de empresa como una herramienta para poder desarrollar afondo el conocimiento necesario y requerido para poder afrontar el mundo real el cual esta llenos de oportunidades de negocio que puede cambiarle la calidad y las condiciones de vida de personas visionarias y con iniciativa empresarial.

El presente proyecto está enfocado en determinar la factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle; tomando como mercado la región de Caicedonia Valle; la propuesta tiene como finalidad el aprovechamiento de materias primas abundantes en el medio local y regional, con fines de desarrollo económico y social para la región, fomentando y manteniendo la cultura de la fabricación de muebles en madera en el municipio, con el objetivo de mejorar las condiciones de vidas de las personas que participen en el desarrollo del proyecto.

Por lo tanto, es necesario realizar un estudio que contenga aspectos que analicen a profundidad el área financiera, administrativa y los componentes del mercado que nos llevan a determinar la viabilidad de este proyecto.

1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 PRESENTACIÓN DEL TEMA

Teniendo como base el crecimiento que está teniendo el sector manufacturero en Colombia el cual creció 3.9% y de igual manera el sector de la construcción presentó un crecimiento en 5,7% durante el año 2011¹; Esto es una gran oportunidad para aquellas empresas productoras de muebles en madera del país; debido a que posiblemente, las nuevas obras civiles necesita ser amobladas con diferentes elementos en madera y todo tipo de muebles con el objetivo, de ser habitadas por la población colombiana, dado que esta industria es un sector poco explorado y explotado en la región es pertinente considerar las posibilidades de establecer una empresa productora y comercializado de muebles en madera, en el municipio de Caicedonia Valle considerando las posibles oportunidades que este tipo de empresa le puede generar a la región.

El objetivo de este proyecto es realizar un estudio donde demuestre la gran importancia que tienen los muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle; para ello es necesario realizar unos estudios pertinentes para poder realizar este proyecto; por esta razón se realizara un estudio de mercado, análisis de entornos, análisis competitivo, un estudio técnico, un estudio financiero así como un estudio administrativos y legal, que permitan estimar la viabilidad de este proyecto.

De igual manera es necesario abordar temas como antecedentes históricos de los muebles en madera; elementos referenciales como Emprendimiento; Mitos sobre el empresario; Cultura empresarial, Entorno estratégico y empresarial, Planeación estratégica y Estrategias organizacionales. Con el objetivo de tener una idea clara sobre las implicaciones que tienen el desarrollo de una idea para la creación de una empresa.

Este proyecto se desarrollará en el municipio de Caicedonia Valle y se acudirá a un estudio exploratorio y descriptivo; soportado con método mixto puesto que reúne los dos niveles de la investigación cualitativo y cuantitativo; con fuentes primarias como análisis de información y resultados encontrados en encuestas, entrevistas, y sondeos y además fuentes secundarias de información ya publicada y recolectadas de revistas, informes de censos y cuentas industriales,

¹¹ Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf/ extraído el 13 de septiembre

perspectivas históricas, tesis y trabajos de grado, bases de datos e internet que soporten los temas mencionados.

Finalmente, el objetivo de este proyecto es crear una empresa productora de muebles en madera en el municipio Caicedonia Valle.

1.2 PLANTEAMIENTO EL PROBLEMA

En la actualidad la globalización ha ocasionado grandes desarrollos en la economía mundial. Muchos países como Alemania, Inglaterra y España, con el objetivo de seguir adelante y ser cada vez más competitivos; han buscado desarrollar los sectores productivos donde son más fuertes, acelerando su desarrollo económico y mejorando las condiciones de vida de los habitantes del país.

Colombia no es ajena a esta dinámica, por ejemplo uno de los sectores de la economía más fuertes, es el de la construcción; puesto que es un factor relevante de la economía, debido a que requiere de maquinarias, herramientas, materia prima, insumos y mano de obra, lo que su vez impulsa la producción de sectores encadenados a estas industrias y por lo tanto la generación de empleo. A su vez el sector de las maderas y el sector de la construcción están extremadamente relacionados; de ahí que la mayoría de los productos de madera son destinados a las construcciones.²

“Un dato relevante en la industria de las maderas en Colombia mostro un crecimiento de 8.4 % en agosto del 2011, comparado con el mes del año pasado, por esta razón los precios de los materiales para la construcción, incluida la madera han crecido un 7.3%; lo cual de muestra que este sector está creciendo debido a que las personas están utilizando todo tipo de muebles y piezas de madera para dotar los distintos ambientes de las nuevas casas, alcobas, baños, cocinas, salas y comedores de los nuevos hogares; de igual forma sucede con las construcciones de superficies comerciales y oficinas que necesitan equipamientos en madera”.³

² Disponible en internet <http://www.revista-mm.com/mmflip/index.html> Revista M&M, EL MUEBLE Y LA MADERA n° 74 diciembre 2011-febrero 2012 pagina 10 párrafo 2

³ Ibíd. pág. 19

En el mundo las nuevas tendencias en la construcción de interiores de hogar están cambiando la infraestructura del hogar, desde diseños clásicos hasta contemporáneos y modernos, los cuales incluyen accesorio en madera como; puertas, closet, camas, cocinas integrales, muebles; por lo tanto estas nuevas tendencias en la fabricación de muebles, hacen que estos sean fabricados totalmente en madera o pueden ser muebles hechos con madera y complementados con otros materiales como aluminio, hierro, vidrio y aglomerados como el MDF y el triples, los cuales son muy utilizados en la industria carpintera.

En el municipio de Caicedonia el sector de producción y comercialización de muebles en madera es muy competitivo; Puesto que de las 1035 pequeñas y medianas empresas que hay en el municipio; 9 son empresas dedicadas la producción y comercialización de muebles en madera; además hay que tener en cuenta, que hay otra empresas, que no se encuentran registradas en la base de datos de la Cámara y comercio del municipio.⁴

Caicedonia es municipio con grandes riquezas naturales; minerales y materiales como lo es la madera. Por lo tanto, puede tener un gran oportunidad en sector de los muebles debido a que el municipio, cuenta gran variedad de arboles los cuales son utilizados para construir muebles de alta calidad y gran demanda.

Ante esta situación se hace necesario realizar un estudio de factibilidad para la puesta en marcha de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle, el cual permita identificar las fortalezas y debilidades de la empresa; así como su mercado objetivo y potencial.

⁴ Base de datos 2012 de cámara y comercio Caicedonia valle del cauca.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la factibilidad de la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia-Valle?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1 ¿si se realizara un análisis del sector de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle, para determinar si existen las condiciones necesarias para la creación de una empresa productora de muebles en madera?

2 ¿es posible realizar un estudio de mercado, aplicado al municipio de Caicedonia Valle, para determinar la existencia o no de un mercado objetivo, para los muebles en madera?

3 ¿a través de la realización de un estudio técnico financiero y organizacional se puede identificar el tamaño, la distribución y la estructura organizacional de una empresa productora de muebles en madera?

4 ¿es posible realizar un análisis de entorno y sector?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia- Valle.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Efectuar un estudio de mercadeo para determinar la oferta y la demanda de muebles en madera en Caicedonia - Valle.
- Realizar el estudio técnico y tecnológico del proyecto para determinar las necesidades de maquinaria y equipos para el funcionamiento de la empresa.
- Ejecutar un estudio económico y financiero para calcular la rentabilidad del proyecto.
- Elaborar un análisis del entorno y del sector.

3 JUSTIFICACIÓN

La iniciativa del estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera, surge con la idea de impulsar el potencial industrial y comercial de Caicedonia Valle; debido a que en el municipio el 50,6% de las actividades económicas⁵ están regidas por el comercio, el 31.4% por los servicios, el 10% por otras actividades y un 8% de los establecimientos se dedica a la industria; esto indica que muchas de las actividades del municipio no generan un verdadero valor agregado; por lo tanto muchas de las actividades económicas no generan beneficios para la comunidad y la región, por esta razón se plantea esta idea de proyecto para aportar al desarrollo industrial que genera grandes beneficios económicos y sociales para la región.

Realizar un estudio de factibilidad es una de las herramientas más útiles para el manejo y uso de los recursos, ya sea de dinero, tiempo o materias primas; debido a que son necesarios para el desarrollo de proyectos; además este tipo de estudio contempla todo los elementos para evaluar si un proyecto es viable o no y cuáles son las condiciones necesarias para poder desarrollarlo y tenga éxito.

Además es una manera de fortalecer y fomentar la transformación y comercialización de la madera y sus derivados, para aprovechar los recursos naturales del municipio con el objetivo de desarrollar actividades que generen beneficios sociales y económicos para las personas del municipio y la región.

Con la creación de esta empresa se busca mantener una tradición cultural en la creación de muebles en madera; debido a que esta ha sido el sustento y medio de ingreso, durante mucho tiempo para algunas familias del municipio.

Por último con el desarrollo de este proyecto se busca aplicar el conocimiento y la experiencia adquirida a través de la carrera de administración de empresas, además señalar las cualidades y las habilidades que debe tener un estudiante que tenga como objetivo constituir una empresa en el municipio de Caicedonia.

⁵ departamento nacional de planeacion-caicedonia- valle

4 MARCO HISTÓRICO

4.1 ANTECEDENTES

Historia del mueble⁶

El mueble se originó como un objeto funcional y utilitario, debido a que había que satisfacer ciertas necesidades como; donde dormir, algo donde sentarse y eventualmente algo donde almacenar cosas. Luego, en un tiempo tan remoto que no puede ser señalado, la gente comenzó a desear objetos que fueran utilitarios y decorados atractivamente.

Los muebles han existido al menos desde el neolítico (7000 a. de C.), aunque no se conserva ningún ejemplar. Una historia del mobiliario debe empezar estudiando las piezas más antiguas que se conservan, que son las de las IV y V Dinastías del antiguo Egipto (2680-2255 a. de C.).

Los científicos, principalmente alemanes, han dividido las creaciones artísticas en los pueblos de Europa desde el comienzo de la Edad Media hasta los tiempos modernos, en épocas de estilo (o secciones de estilo).

Esencialmente, el estudio de los estilos se divide en las siguientes épocas:

Románico	del año 1000 al 1250	Barroco	del año 1600 al 1750
Gótico	1250 al 1500	Clasicismo	1750 al 1850
Renacimiento	1500 al 1600	Actual	1850 hasta hoy

Los periodos de tiempo, dados para las diferentes épocas de estilo deben tomarse únicamente, como punto de partida aproximado, pues la transición de una época a otra tiene lugar de forma progresiva y el comienzo de un nuevo estilo casi siempre va desarrollándose en las últimas décadas del precedente. Además, las nuevas formas pueden ir imponiéndose en los distintos países; no siempre al mismo tiempo y dentro de cada pueblo, tampoco se imponen a la vez en todas las clases sociales. Algunos estilos, apenas fueron aceptados porque no se acomodaban a

⁶ Disponible en internet <http://restamueble.galeon.com/aficiones475630.html> extraído 01 de marzo del 2012
Disponible en internet <http://www.platasdesign.com/biblioteca/Historia%20del%20Mueble.pdf> extraído 01 de marzo del 2012

su utilidad diaria, resultando antieconómicos. Además, la mayor parte de los artesanos no estaban en situación de llevar a cabo, las a veces difíciles formas de los estilos, algunos de los cuales se modificaron o transformaron por esta razón (Nutsch, 1992).

Los diseños del mobiliario han reflejado siempre el estilo característico de cada época, desde la antigüedad hasta nuestros días. Aunque la mayoría de los periodos se identificaban con un solo estilo, en el diseño actual están presentes unas amplias variedades de ellos, antiguas y modernas. Es por ello la importancia de conocer los diferentes estilos y momentos históricos, puesto que aún persisten dentro de la Industria del Mueble en el mundo, ya sea porque el mueble representa una forma de poder y de status para el consumidor o porque sencillamente estas empresas no tienen diseñadores o departamentos de diseño propios, lo que les impide ofrecer diseños originales.

Mobiliario Egipcio

El mueble egipcio, cuyas piezas pertenecen a las IV y V Dinastías del antiguo Egipto (2680-2255 a. de C), ofrece una gran sencillez de estructuras. Es completamente cúbico y liso, dando la impresión de solidez, sobriedad y un gran sentido de la estilización en su copia de formas naturalistas, desde plantas (sobre todo el loto y el papiro) hasta las maravillosas interpretaciones de animales como el león, escarabajos, halcones y patos, etc. La madera es el material casi insustituible para la construcción del mueble, entre las cuales se encuentran el cedro, ciprés y el fresno. Se utilizaba al descubierto en los muebles modestos y populares, en los muebles lujosos de la corte iban recubiertos con otros materiales más ricos como el oro y la plata, el hueso y el marfil; otros, aún más delicados, como las telas, cueros, bordados y almohadones de plumas tenían un mayor empleo en los lechos y muebles de asientos. La decoración en relieve de algunos muebles, muestran símbolos de dioses y escenas con significado religioso.

Las ensambladuras se hacen por caja y espiga con muy pocas clavijas de madera y los cofres y arcones más delicados se fabricaron con cola de milano. Los acabados barnizados y encerados fueron aplicados a la madera; la talla era muy común. Para el pulimento de las maderas usaban ya la piedra pómez y encolaban mediante el empleo de vísceras de pez. Curvaban la madera mediante el empleo del calor, empleando la gola como única moldura. Los apoyos verticales más corrientes son los de imitación de las patas del león o del buey, para los muebles de asiento, los cuales se apoyan en cilindros, preservando de este modo el deterioro del roce. En relación con la época, la técnica es perfecta, aunque no se

conocieron el torno ni el cepillo; las taraceas se fijaban con clavos diminutos de madera (Feduchi, 1975).

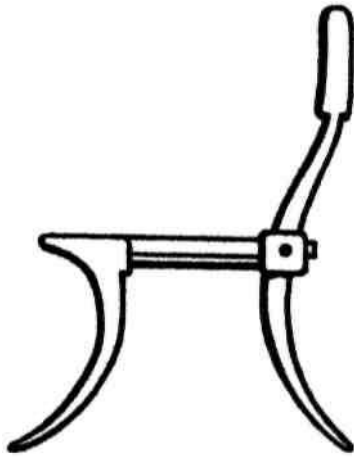


Silla egipcia. Trono de Sitamun.
Bellamente tallada de la XVIII dinastía
1567-1320 a. de C. (Jonson, 1978).

Mobiliario Griego

Grecia, entre 1200 y 300 a. de C., produjo una gran variedad de mueble decorativo. En los muebles griegos se nota la influencia de los primeros diseños egipcios pero las patas de los asientos, en forma de pata de animal, fueron desapareciendo gradualmente para ser reemplazados por formas rectangulares y torneadas (Johnson, 1978). En los muebles se empleaba, principalmente madera (cedro, pino, ciprés), para la vida pública y privada, desarrolladas al aire libre, obligaba a buscar materiales de mayor resistencia como la piedra, el mármol o el bronce. La madera se recubría y taraceaba con materiales más ricos, como láminas de metales preciosos, marfil y maderas finas, y la ornamentación del mobiliario se basaba en decoraciones arquitectónicas (Feduchi, 1975).

La estructura de los muebles griegos es muy sencilla y mejor adaptada al cuerpo humano, como no lo fue la de los egipcios. Los soportes y elementos verticales suelen ser tallados o torneados y el mueble en general tiene un aspecto más ligero, racional y gracioso que el que vimos anteriormente (Arola, 1966). Las piezas se fijaban y sujetaban con clavijas y los tableros iban embarrotados, es decir, con barras en la cara posterior para evitar los movimientos de la madera. También aquí se conoce la técnica para curvar la madera por el calor (Feduchi, 1975). Los ejemplos funcionales y sencillos convivían con otros más elaborados. La innovación más distintiva de los diseñadores griegos fue la silla conocida como klismos, que era ligera y con respaldo (Encarta, 98)



Silla “Klismos”. Con respaldo cóncavo y soportes curvados al fuego que dan a la silla una gran elegancia de línea, construido por los griegos en el siglo V a. de C. (Arola, 1966)

Mobiliario Romano

La influencia de Grecia es tan extraordinaria que llegan a repetirse exactamente algunos prototipos del siglo lo demuestran; pero el empleo del bronce da lugar a una nueva técnica que produce como resultado ejemplares con detalles y elementos originales. Los muebles primitivos fueron muy rígidos y en su estructura se adivina.

Los muebles de bronce son tan importantes que de este material se hacen casi todos los de lujo, mientras que los de madera (cedro, arce, tejo, acebo, roble, sauce y haya) quedan para los tipos en que es imprescindible este material como en armarios y mesas.

También se construyen muebles de piedra y mármol, y son de estos materiales precisamente, los que corresponden a la trascendental vida pública de la época, de foros y coliseos.

Los muebles de bronce, cuya decoración es muy rica, unas veces se cincelan y otras se recubren o incrustan de plata y metales preciosos. Todos los elementos verticales de las sillas y camas son generalmente torneados, con los perfiles exagerados y violentos. En los muebles de madera se advierten bien las tallas y molduras (Feduchi, 1975).

Mobiliario Bizantino

El mueble, desde el punto de vista artístico, no es todavía más que un objeto cuyo fin parece exclusivamente utilitario, tanto que muchas veces se resuelve con simples armaduras o esqueletos recubiertos de tapicerías más o menos ricas, según su destino, pero en general, son pobres, modestos y desprovistos de interés artístico.

La madera es el material más importante empleado en la construcción del mueble, pero el marfil fue el material más usado para los muebles de importancia. Por otra parte, muchos muebles eran totalmente metálicos o enriquecidos al menos con aplicaciones de metal y cubiertos luego con tapicerías (Feduchi, 1975).

Contrario al estilo romano, las figura humanas y animales fueron menos frecuentemente; los elementos decorativos tendieron a ser rígidos y convencionales (Grolier, 1997). Los asientos con soporte torneados van siempre cubiertos de ricas telas de seda, tapices y almohadones que proporciona un mullido a los muebles.

El mobiliario bizantino se caracteriza, por asimilar los modelos romanos revestidos de lujo oriental (Arola, 1966).

Mobiliario Medieval Románico

El periodo entre el siglo XI y principios del siglo XIII se conoce por la regeneración de la espiritualidad cristiana. Se trata de muebles fuertes y pesados, macizos, con una decoración a base de condicionales estilizaciones de flora y de fauna o de figuras fantásticas. Como siempre, la madera (pino, nogal, roble y castaño) es el material imprescindible y característico del mobiliario (Feduchi, 1975).

Las piezas esenciales eran el arca o cofre y el banco de piedra o de madera. Por lo que mejor se conoce el diseño románico, es por la variedad de representaciones de muebles en la escultura francesa del siglo XII, en la que se utilizaron interpretaciones esquemáticas y simplificadas de la ornamentación grecorromana (Encarta, 98).

La rudeza de su estructura y la tosquedad de los materiales empleados viene atenuada por el frecuente uso de almohadones y telas que las recubrían por completo en la mayoría de los casos (Arola, 1966).

Como consecuencia del espíritu nómada de la época de la conquista y las invasiones; muchos muebles se construían para ser desarmados para facilitar su rápido transporte. Por eso es frecuente, que los largueros atraviesan los montantes, asegurándose con clavijas y pasadores, lo que permite desmontarlo fácilmente.

El empleo de la marquetería es ya corriente, así como las aplicaciones de hierro forjado, sobre todo en tronos y sillas episcopales. Pero este material se usa constantemente, sobre todo como refuerzo, aunque en algunos casos

Llega incluso a emplearse como material estructural (Feduchi, 1975).

Durante los siglos que van del V al XI, las ensambladuras son a tope y escuadra, mantenidas por grandes hierros que le dan aspecto rudo y fuerte de objeto expuesto a fuertes desplazamientos.

Las tallas son abundantes, constituyendo, en el mueble religioso el motivo de decoración más profusamente empleado. Al efectuarse la talla sobre gruesos tablones permite un relieve profundo, abundando los motivos geométricos y vegetales, derivados de la escuela bizantina. En los soportes verticales abundan los elementos torneados, de tono simple, a base de anillos y óvalos, discos, esferas, patas torneadas con estrías en espiral. (Arola, 1966).



Cama del siglo XV. Magnífico modelo de cama gótica, oriundo del Castillo de Villeneuve (Arola, 1966).

Mobiliario del Renacimiento

El estilo gótico, popularmente extendido en el norte de Europa, progresó poco en Italia y por el año 140, un nuevo estilo estaba desarrollándose rápidamente. Este fue el estilo renacentista, una mezcla de formas grecorromanas nativas e ideas orientales derivado de Constantinopla, el cual persistió hasta mediados del siglo XVII (Grolier, 1997). Si el mueble era eminentemente religioso, sillerías de coro, sillones abaciales, faldistorios, armarios y bancos de iglesia; con el Renacimiento nace el mueble civil y crece su importancia rápidamente. Los entalladores, únicos artesanos del gótico, encuentran ahora para embellecer el mueble, la ayuda de otros artistas y sus obras se enriquecen con multitud de procedimientos decorativos (Feduchi, 1975).

En el mueble del renacimiento ha desaparecido, en parte a la unidad de conjunto del mueble gótico. La influencia del mueble italiano, rico, lujoso y el gusto por la decoración suntuosa (propia de los palacios y cortes europeas) hicieron que entrado el siglo XVI la escultura desborde, las líneas estructurales del mueble, pasando a ocupar el primer plano, lo que antes constituía el complemento. La medida serena de austeridad y proporción.

El dibujo, el boceto, se convirtió para el Renacimiento en algo importante, no sólo como forma artística; sino también como documento. Se apreciaba en él la invención artística en su punto de origen.

Cabe destacar que si la decoración consiste en motivos escultóricos o elementos arquitectónicos de angulosidad fuertemente pronunciada, el principio estético es siempre el mismo; acentuación del relieve, de la creación de un modelo acusando el juego de luces y sombras, la búsqueda siempre de la vida y el movimiento. La rica presentación que les confiere la decoración de talla, no dejará ya lugar para los hierros artísticos.

Los perfiles adquieren una importancia extremada, rigurosamente equilibrada, tomando como modelo la arquitectura clásica; en su logrado diseño estriba precisamente, la perfección del mueble. La rica marquetería, la talla imaginativa y la utilización de la madera de nogal en lugar de la de roble (que era el material más utilizado en los primeros trabajos de este periodo) caracterizaron los más llamativos esfuerzos del siglo XVI (Encarta, 1998). El mueble se construía a base de armazón o vigueta, con piezas de madera de roble o pino, según el país, y esta armazón va recubierta con paneles más ligeros de madera.

Generalmente en los muebles cubiertos de tela o cuero no se acusa al exterior la estructura, puesto que, en estos casos, carece de interés, por lo tanto pasa a ser en ellos solamente un esqueleto para armar el tapizado.

Las aplicaciones metálicas en tiradores, asas y remates son forjadas, cinceladas y doradas al fuego y llegan a alcanzar un gran valor esencial. También el mueble se enriquece en la incrustación de marfil, nácar y hueso (Feduchi, 1975).



Tipo de silla de tijera muy

Frecuentemente usada en la época renacentista “arola 1966 “

Mobiliario Luis XIII: Transición al Barroco

Durante el reinado de Luis XIII (1610-43) el estilo Manierista italiano favorecido por su madre, Marie de Medecis, continuó dominando el arte francés (Grolier, 1997). En este periodo de transición, el mueble adquiere paulatinamente nuevas características y una cierta novedad, pero también algunos defectos, entre ellos la pesadez. La curva y la recta se disputan la supremacía en la ornamentación.

El chapado que es muy apreciado obliga a suprimir las superficies curvas. Los muebles de ébano tienen un aspecto geométrico cuya rigidez y serenidad se intenta compensar con soportes torneados y profusos adornos en débil relieve.

Con Luis XIII empieza el tapizado mullido de los asientos y respaldos. En diversos tipos de sillones se emplean los gruesos clavos ornamentales de influencia española; así como los cueros cordobeses gofrados y repujados (Arola, 1966).

La novedad más importante en la técnica de los muebles Luis XIII, es el torneado de la madera que apareció ya tímidamente en el reinado anterior, el uso en

Francia de las taraceas e incrustaciones italianas y el chapado de ébano (Arola, 1966). Se emplea la marquetería de cobre y estaño; muy típicas del reinado de Luis XIII son las molduras rizadas de origen flamenco, utilizadas para guarnecer cajones y marcos. La talla, de relieves muy acusados, es la ornamentación más frecuente. Las estructuras son claras; aunque se recubren por maderas ricas como el ébano, acusan siempre sus líneas renacentistas al exterior (Feduchi, 1975).

Este suntuoso y quizás algo triste estilo presenta nuevos procedimientos y singularidades propias, que preparan el advenimiento del Barroco en Francia (Arola, 1966).



“Cabinet” de ébano Luis XIII.
Es el mueble más característico
de principios del siglo XVII
(Arola, 1966).

Mobiliario Barroco

A mediados del siglo XVI un nuevo estilo estaba emergiendo, el Barroco, primero en Italia y más tarde en Francia, bajo el reinado de Luis XIV (Grolier, 1997). El Barroco vino a dar una nueva vida, en forma impetuosa y exuberante, a fórmulas existentes antes del Renacimiento, desbordando normas clásicas y rompiendo estructuras tradicionales. Este estilo tiene a considerarse como un ordenador de masas y conjuntos, estructurador de accesorios y detalles para lograr la obra armoniosamente completa.

El mobiliario más elegante y elaborado del barroco se realizó para la corte de Luis XIV. El excelente artesano André Charles Boulle creó formas y detalles inusuales con taraceas que combinan metal (peltre, oro, bronce o plata), carey y ébano en

diseños que formaban yuxtaposiciones imaginativas de motivos clásicos: parecía como si la inspiración básica fuera antiguos frescos romanos. Las patas con formas de columnas, ricas en adornos, se utilizaron para sostener mesas, sillas y arcones (Encarta, 1998).

El mueble se hace más confortable y elegante, decorado con una gran riqueza que ha heredado la nobleza de las formas anteriores y adquiridas gracia y majestad.

El estilo Luis XIV (1638-1715) combina la curva con elementos rectilíneos y marca francamente los ángulos rectos. El nuevo estilo ama la plenitud formal y la magnificencia, entre ellas, abundancia de detalles, uso del dorado y riqueza de los materiales, todo ello con sentido suntuario, desdeñando fácilmente, los elementos constructivos (Arola, 1966). Abundan las aplicaciones de bronce para reforzar los ángulos y las molduras que sustituyen a la talla, hasta ocultar muchas veces la madera; el mueble llega a ser una escultura que constituye su estructura propiamente dicha. También las tapicerías alcanzan una extraordinaria importancia.

Podemos distinguir tres clases de muebles: los dorados, los tallados en su totalidad y los que llevan aplicaciones de bronce y marquetería (Feduchi, 1975).

La marquetería y chapado se reserva para los muebles de gran superficie: armarios y cómodas, mientras que en sillas, mesas y consolas, se usa la talla. La madera se dora al temple y los muebles de asiento se tapizan todos.

Los bronce dorados refuerzan con escuadras los ángulos de las puertas y dan carácter a los muebles durante todo el siglo XVIII; quedan como un importante elemento decorativo.

Gracias a la línea curva los asientos pierden rigidez y toman un aspecto más grato y familiar. En los muebles de lujo se abandona por completo el torneado, tan usado en el estilo Luis XIII. Mucho más confortables que el estilo anterior, son de madera tallada, con espalda ancha, alta y rectangular, inclinada hacia atrás y buscando siempre la comodidad del que los usa (Arola, 1966).

Mobiliario de los Estilos Ingleses de los Siglos XVII y XVIII

Al llegar el siglo XVIII son ya dos las naciones que influyen en sentidos opuestos en la creación del mueble; de un lado el mueble cortesano de gran lujo de la corte francesa, estilos Regencia, Luis XV y Luis XVI, paralelamente los estilos ingleses,

la Reina Ana, Adam, Chippendales que destacan precisamente por su sobriedad, sentido práctico y elegancia (Arola, 1966).

Hasta este momento los estilos siempre tomaron el nombre de los monarcas o épocas que rigieron su norma; en cambio, desde ahora se les conocerá por el de los artistas creadores y así, el nombre de Chippendale, caracteriza toda una época del mueble inglés (Feduchi, 1975).

Las incrustaciones se utilizaron muy poco debido a que los ebanistas preferían usar madera fina de nogal y caoba, que se trabajaba con mucha destreza, para sacar el máximo partido a las vetas (Encarta, 1998).

Se designa estilo Reina Ana, al mobiliario inglés de los dos primeros decenios de siglo XVIII. Sus características principales es el uso de la laca y la marquetería son diseños sobrios, elegantes aunque con algo de empaque y el empleo de maderas claras como el nogal, fresno y chapeado con maderas preciosas.

En este periodo encontramos ya las patas curvadas, tipo pata cabriolé (claw and wall), de origen oriental. En dicho estilo escasea la labor de talla y no son empleados elementos arquitectónicos ni molduras para realizar separaciones en la fachada de los muebles tales como armarios o credencias. La proporción y la simetría son factores dominantes en el aspecto del mobiliario de este periodo.

Hacia el final del periodo rococó en Inglaterra, el ebanista londinense Thomas Chippendale, fue el primero en categorizar las variedades del rococó como francés, chino o gótico y ofrecer ejemplos de cada una. Los innovadores diseños franceses de la década de 1750 fueron traducidos por Chippendale a diseños muy elaborados, sin utilizar oro molido ni taraceas como hacían los franceses. El elemento del estilo rococó más subrayado por Chippendale y por la mayoría de los artesanos ingleses, fue su aire de capricho, inspirado en los diseños franceses por la utilización de nuevos motivos clásicos (Encarta, 1998).

Silla "Queen Anne" (Arola,

Silla Chippendale

Sillón inglés siglo XVIII. Adam



Mobiliario Regencia y Luis XV. Rococó

La transición entre el barroco majestuoso y frío de Luis XIV, al gracioso rococó de Luis XV, tiene lugar a través del estilo Regencia que durará escasamente diez años (1715-1725). Este estilo sirve de transición entre uno y otro estilo y en él se encuentran mezclados los distintos elementos que componen el Luis XIV y el Luis XV, presentando en algunos muebles elementos rectilíneos y severos y en otras superficies cóncavas y convexas con ondulaciones totalmente inéditas.

En ambos estilos, tanto el Regencia como el Luis XV, acusa como características principales: la reducción de proporciones adaptando el mobiliario a las estancias más pequeñas y más acogedoras; el empleo casi exclusivo de la línea curva, tanto en estructuras como en la ornamentación; la estilización de las formas, y la aparición de diversos tipos de muebles más cómodos que responderán a nuevas necesidades y preferencias. "Igualmente cabe señalar la separación total del mueble con la arquitectura, caso totalmente nuevo en la historia del mueble, puesto que con anterioridad y en los diversos estilos, desde los tiempos medievales, siempre había reinado una estrecha relación entre ambos"



Sillón Luis XV. El modelo de sillón “bergere” con el asiento bajo y brazos unidos al respaldo, todo cómodamente mullido, es una pieza muy en boga (Arola, 1966).

Con el Luis XV se aprecian grandes innovaciones en la técnica y una transformación profunda en las estructuras. Antes se acusaban al exterior los elementos constructivos horizontales y verticales, ahora se disimulan estos mismos elementos; los respaldos y asientos rígidos se redondean, las patas firmes y sólidas se arquean y parecen doblarse; las estructuras definidas y claras se pierden ahora en un mar de ondulaciones. Las telas cubren por completo paredes y muebles de asiento. En estos muchas veces las estructuras queden al exterior y son llamadas de maderas vistas (Feduchi, 1975). Los muebles de asiento Luis XV presentan una silueta movida y graciosa con toda la elegancia que le presta una curva armónica e ininterrumpida. La madera es siempre aparente sin que el armazón quede nunca escondido por la tapicería, como ocurría en los dos estilos Luis XIII y Luis XIV.

Los muebles no acusarán divisiones marcadas, por el contrario, la misma curva que empieza en los soportes subirá hasta el respaldo enmarcándolo por entero (Arola, 1966).

El estilo rococó, cuyo punto álgido se alcanzó a mediados del siglo XVIII, fue muy adecuado para el arte de la talla (se utilizaban las maderas de castaño, nogal, haya, caoba, palosanto y palo rosa). Los muebles formaban parte integrante de la decoración, por lo que el motivo que, por ejemplo, estaba tallado en el respaldo de una silla, se repetía en el entrepañó de la pared a la que estaba adosada (Johnson, 1978).

"El estilo rococó designa exactamente un capricho o una fantasía del estilo Luis XV, un desbordamiento de la decoración hasta un extremo que roza muchas veces la extravagancia. Dicho estilo se inspira en motivos campestres; rocas,

conchas, grutas y toda clase de combinaciones concoideas. El periodo del rococó que alcanza mayor exquizez lo encontramos comprendido entre los años 1735 a 1765 y sus piezas de mobiliario pueden ser consideradas como de las más suntuosas, graciosas y elegantes de toda la historia del mueble" (Arola, 1966).

Mobiliario del Siglo XIX

En el siglo XIX el mueble, influido todavía por el Imperio, continúa con un carácter más aburguesado, aparente y evoluciona hacia un arte sin trascendencia, adormecido entre la mecanización (verdadera revolución del siglo XIX y la industrialización (Feduchi, 1975).

El estilo Isabelino (1833-1870), durante el reinado de Isabel II, sigue en un principio, la herencia del ya diluido estilo Imperio. Los muebles son todavía macizos, de estructuras cúbicas o bien estructuradas con pino y enchapados de caoba, con fletes de marquetería y aplicaciones de bronce o de chapa de latón con relieves troquelados representando cisnes, góndolas y jarrones.

Paralelamente al reinado de Isabel II, en España, tiene lugar en Inglaterra el de la Reina Victoria (1837-1901) y en Francia con el rey Luis Felipe, la más grande proliferación de mueble decorativo nunca visto. En vez de trabajar dentro de un solo estilo (como había sido la costumbre) los fabricantes de muebles tomaron y adaptaron elementos de numerosas eras previas, usándolas intercambiabilmente en combinaciones desconcertantes. La proliferación del mueble victoriano fue también hecha posible debido a la mecanización en la fabricación del mueble, el cual toma lugar en la década de 1840 (Grolier, 1997).

Los primeros muebles victorianos fueron bastantes lisos, pero después de la gran exposición de 1851 los diseñadores se lanzaron a la aventura empleando gran variedad de maderas e innumerables tallas (Johnson, 1978).

Los métodos constructivos y técnicas, que han llegado a su máximo desarrollo y perfección en el siglo XVIII, se industrializan y con la fabricación en serie de modelos económicos, se pierde la mano de obra y la perfección del acabado (Feduchi, 1975).

En la primera mitad del siglo XIX tuvo lugar en Inglaterra, años antes que en el continente europeo, un cambio a través de la revolución industrial que transformó todos los ámbitos de la vida humana. Tanto la conciencia creciente de la burguesía frente a la nobleza reinante como la invención de la máquina de vapor, llevaron desde el siglo XVII a una reestructuración paulatina de la sociedad y el

mundo laboral (Vitra, 1997). La máquina convierte la delicada artesanía del mueble en una industria que repite, sin interrupción, modelos e interpretaciones vulgares de los estilos históricos (Feduchi, 1975).

El rápido empleo del hierro y más tarde, el del acero, influyó en la construcción del mueble. A causa de su resistencia a la intemperie se construyeron sillas de jardín hechas de piezas de hierro fundidas o de hierro curvado (Vitra, 1997).

La artesanía del mueble va desapareciendo, sustituida por estos nuevos sistemas que sólo emplean la máquina, eliminando la mano de obra especializada, sin estudiar las posibilidades que la máquina lleva en sí misma (Feduchi, 1975).

La invención y la industrialización proveyeron las potencialidades para un nuevo tipo de mueble; asqueados de las ridiculeces de las imitaciones estilísticas; un grupo de artistas, arquitectos y diseñadores se dedican afanosamente al estudio de las posibilidades de los nuevos materiales y sistemas (Pile, 1991).

No obstante, del renacimiento ecléctico del siglo XIX, ciertos importantes avances fueron hechos; el estadounidense John Belter creó muebles de madera laminada en los comienzos de 1845; y en 1841, Michael Thonet de Viena patentó la técnica de la madera curvada. Esas nuevas técnicas tendrían luego una profunda influencia en la producción y diseño del mueble (Grolier, 1997).



Silla victoriana de diseño

Mobiliario del Siglo XX

La revolución en las artes, que también afectó al diseño de muebles, marcó el paso de siglo. En un lugar destacado entre los máximos representantes de esta revolución artística se encuentra el arquitecto y diseñador austriaco Josef Hoffman (1870-1955) que, junto a otros artistas, fundó el estilo Sezession en Viena, en 1897, y el Wiener Werkstätte (Taller de Viena) en 1903. El Werkstätte realizó, entre otros tipos de artes decorativas, mobiliario de formas cúbicas que contrastaban de

modo radical con la obsesión por las formas curvilíneas del art Nouveau, el ángulo recto se utilizaba de forma constante y los detalles eran austeros (Encarta, 1998). Junto con Joseff Hoffman, otros arquitectos vieneses como Josef Olbrich (1867-1908), Otto Wagner (1841-1918) y Kolo Moser (1868-1918) fueron los primeros que se dedicaron a diseñar muebles para la fabricación en masa. Esta separación de diseño y producción en dos procesos de fabricación básicamente diferentes el uno del otro, realizados por personas diferentes, es considerada hoy en día como la hora de nacimiento del diseño Vitral, En la silla tienen una gran influencia los adelantos técnicos y el empleo de nuevos materiales; la utilización de materiales metálicos, como el hierro, el acero y el aluminio; la aplicación de los plásticos, en plena evolución, no sólo como elementos estructurales, sino como revestimientos rígidos o elásticos, así como la goma, los nuevos sistemas de resortes, muelles o elementos neumáticos; el empleo de las maderas en tableros contrachapeados, aglomerados o de fibras; los tratamientos de secado, esterilización, impermeabilización, de la madera, y la utilización de las maderas africanas y asiáticas; las técnicas nuevas de pinturas y barnices impermeables y sus formas de aplicación. Esta ligera enumeración, unida a la introducción de ciertos mecanismos en algunos muebles, para permitir variarlos de forma y de utilización, son suficientes para que se pueda comprender su importancia (Feduchi, 1975).



Silla de la Serie Fledermaus. 1906.
Madera y tela. Diseñada por Josef
Hoffmann (Sato, 1997).

Mobiliario Moderno

A causa de la II Guerra Mundial, la vida artística y cultural en los países europeos es prácticamente inexistente. Los artistas, diseñadores y arquitectos que no se han exiliado, no disponen ni de los medios financieros ni del material necesario para la realización de sus ideas (Vitra, 1997).

Excepto por los muebles de oficina, hechos con acero de superficies planas y esquinas redondeadas, ningún otro mueble moderno estaba disponible en los Estados Unidos hasta la II Guerra Mundial. Durante la guerra, cuando la

producción estaba muy reducida, la firma de H. G. Knoll comenzó la producción de un pequeño grupo de diseños desarrollados para dicha firma por Jens Risom (1916), Un danés que había aprendido el arte y diseño del mueble en Copenhague, y más tarde la firma contaría con los trabajos del arquitecto Eero Saarinen y Harry Bertoia.

Al final de la II Guerra Mundial la firma Herman Miller, estaba dirigida por el arquitecto George Nelson (n. 1907). Una de las mayores contribuciones de Nelson al desarrollo del mueble moderno resultó de su introducción de los diseños de Charles Eames (n. 1907) dentro de la firma H. Miller. Eames logró reconocimiento en el campo del diseño cuando él y Eero Saarinen (1919-1961) ganaron dos primeros premios en una competición organizada por el Museo de Arte Moderno de Nueva York en 1940, titulada “Organic Design in Home Furnishings”, con su diseño de silla, utilizando por primera vez para el asiento madera estratificada conformada tridimensionalmente (Pile, 1991).



Silla LCW. 1945. Madera laminada.
Diseñada por Charles Eames (Sato,
1997).

Mobiliario Post-moderno

Si el modernismo es visto como un estilo perteneciente a un periodo que comienza en los primeros años del siglo XX, todo lo que siguiera a ese estilo, debe ser lógicamente llamado post-moderno. En la práctica, el término ha sido relacionado a un desarrollo estilístico particularmente caracterizado por un alejamiento de la lógica del funcionalismo y hacia una aceptación más abierta que trate conscientemente los estilos y tradiciones ya existentes, en lugar de perseguir de forma consecuyente la innovación. A finales de la década de 1970, en el mueble post-moderno comienza a aparecer la incorporación de ornamentos y el uso de formas que no están relacionadas con la lógica funcional junto con materiales ricos, colores inesperados y sugiriendo el estilo Manierista tradicional. Los diseños

de mueble de Michael Graves (1934), un arquitecto cuyo trabajo ha llegado a ser bien conocido por su carácter post-moderno.

El trabajo del grupo de diseñadores Memphis, fundado en 1980 en Milán y que cuenta con protagonistas como Ettore Sottsass y Michele De Lucchi, supone uno de los últimos intentos exitosos de establecer un concepto de diseño predominante. Mientras que Sottsass, con sus diseños de formas marcadas, es considerado desde los años cincuenta como uno de los diseñadores mundialmente importantes, Michele de Lucchi proviene del movimiento radical del diseño de principios de los setenta. Memphis adopta el concepto de la sociedad de comunicación y propugna la idea de que un objeto debe tener la función de medio, como otros medios, transmite un mensaje. Por lo tanto, su calidad material tiene menos importancia que su significado semántico como portador de expresiones. En este sentido, los diseños de Memphis provocan con sus formas naïf y abstractas, así como con la creación de superficies mediante laminados multicolor y con dibujos (Vitra, 1997). Si el diseño Memphis es un aspecto del post-modernismo o separado, pero de desarrollo paralelo, aún no está muy claro. En verdad, todavía está en debate si este nuevo estilo llegará a ser dominante en estos últimos años del siglo XX o si en cambio se trata de una desviación menor dentro de la línea modernista.

Los diseños de Richard Meier (n. 1934), Charles Gwathmy (n. 1938) o Massimo Vignelli (n. 1931) en los Estados Unidos y los de Mario Botta (n. 1943) en Suiza, pueden ser vistos como trabajos del late modern, aunque el termino no ha logrado estar en vigencia dentro del diseño del mueble como si lo está en la arquitectura.

Hoy en día, el mueble moderno, post-moderno y el late modern son ampliamente aceptados en oficinas, comercios y en instituciones donde arquitectos y decoradores de interiores profesionales están envueltos en la selección del mueble. En cambio en las residencias existe una cierta nostalgia conservadora que hace que el consumidor escoja muebles que intentan reproducir períodos históricos como lo son los estilos luses, victoriano, coloniales (Pile, 1991).

4.2 MARCO REFERENCIAL

4.2.1 Emprendimiento

Debido a la carencia de oportunidades en el ambiente laboral y el aumento sustancial del desempleo, hay personas que encuentran en la creación de una empresa, la oportunidad de mejorar sus condiciones de vida y obtener un sustento con el objetivo de sobrevivir en un ambiente tan cambiante y competitivo.

El emprendimiento es el término utilizado para denominar las iniciativas de algunas personas que visualizan una idea, en un campo irreal y que tratan de plasmarla en el plano real; sin tener garantía de que la idea pueda funcionar como se espera.

El emprendedor es un individuo con la mentalidad de un artista, el cual imagina una obra y después la plasma en un lienzo, el emprendedor tiene la capacidad de imaginar, visualizar, desarrollar y poner en marcha una idea de proyecto, ya sea para mejorar sus condiciones de vida o simplemente, sea necesidad de obtener reconocimiento; por la creación un bien o un servicio que satisfaga la necesidad de unas cuantas personas.

“Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente y de esta manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita. A su vez, a este individuo no solo surgen ideas, sino que también es lo suficientemente flexible para poder adaptarse; además posee la creatividad necesaria para transformar cada acontecimiento, ya sea positivo o negativo, en una oportunidad”⁷

El emprendedor puede ser considerado como un buscador de oportunidades que está en contacto con su ambiente y con los fenómenos que están pasando en tiempo real, además es un prospector por que este visualiza realidades alternas y posibles eventos que pueden suceder en un futuro cercano.

4.2.2 Empresario

Un empresario puede ser considerado como persona que elabora y ofrece bienes y servicio con un valor económico y con finalidad de lucro o con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida y de las personas que le colaboran en el desarrollo de su actividad empresarial.

⁷ FORMICHELLA, María Martha, economía y sociedad, enero 2006 publicado por la universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, facultad de la economía “vasco de Quiroga” 2006.

“El empresario es la persona o el conjunto de personas capaces de percibir oportunidades y ante ella formular libre e independientemente una decisión en la cual es necesario asignar recursos, personas, materia prima, tecnología y talento humano, necesario para poner en marcha una idea empresarial, con el propósito de generar un producto, un bien o un servicio que genere valor económico y trabajo para otras personas.”⁸

El empresario debe ser una persona que tenga actitud de líder, debe ser creativo e innovador, el empresario invertir energía, dinero, tiempo y conocimiento en el desarrollo de su idea empresarial además debe estar consciente de las consecuencias y riesgos que asume al momento de poner en marcha su idea empresarial; Puesto que arriesga recursos propios y ajenos y a su vez arriesga su prestigio como empresario.

La creación empresarial es el proceso de extraer y volver realidad una idea de una nueva empresa; por lo tanto el empresario al tomar la iniciativa de poner en marcha su proyecto empresarial debe conocer su entorno social, económico, legal, político y tecnológico, con el objetivo de anticiparse y reconocer las posibles oportunidades de negocio que se presentan esporádicamente y que pueden tener grandes beneficios para el empresario.

4.2.3 Mitos sobre el empresario y las acciones del empresario ⁹

Como en todo proceso de desarrollo humano existen diferentes versiones o formas, de cómo las personas hacen o desarrollar una actividad productiva. La cual brinde beneficios económicos y sociales; de igual manera existen mitos sobre cómo crear una empresa; estos mitos se conocen casi siempre cuando al empresario le funcionan o no le funcionan los proyectos de la manera que el espera.

Los mitos como todos saben son rumores repetitivos que al escucharlos se empieza a darle validez y crédito, sin ni siquiera comprobar si son reales y ficticios o si existen o no evidencias que justifiquen su validez sobre su razón de causalidad, la repetición del mito es una forma poco científica de justificarlo o de verificarlo, Por esta razón el mito generalmente es aceptado por las personas que lo escuchan.

⁸ RODRIGO VARELA V. arte y ciencia en la creación de empresas tercera edición /editorial MC,GRAW,HILL/ año 1998 página 126

⁹ RODRIGO VARELA V. arte y ciencia en la creación de empresas tercera edición/editorial MC,GRAW,HILL/ año 1998 página 128,135

Ejemplo de esto es que los empresarios nacen, no se hacen, hay que tener en cuenta de que los grandes empresarios en el mundo no tienen un historial familiar que sustente su éxito empresarial pero de igual manera, hay que considerar que los empresarios actuales son formados mediante procesos educativos de aprendizaje, además de elementos con el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación y la habilidad de algunos cuantos empresario que aprende a analizar y evaluar el riesgo, gracias a su conocimiento e inteligencia y experiencias adquiridas de fracasos y triunfos.

Además también se tienen el mito de que todo lo que necesita un empresario es dinero, estas son las disculpas más comunes de los empresarios para justificar la falta de creatividad; un buen empresario puede ser aquella persona que identifica y gestiona recursos de la mejor manera que los demás empresarios.

En muchas ocasiones la abundancia de los recursos puede ser un perjuicio para los empresarios; pues no valoran verdaderamente el esfuerzo que se necesita para obtener y conseguir el éxito empresarial.

Debido a esto se hace la pregunta ¿al empresario le falta preparación? Hoy en día más que nunca los empresarios deben estar más preparados; Puesto que la experticia de la globalización, los libres mercados, los efectos de la internet y las megas tendencias le han proporcionado a los empresarios experiencias y maneras de afrontar los cambios volátiles y acelerados de los nuevos mercados los cuales pueden brindar amenazas o pueden ser grandes oportunidades de negocio.

En muchas ocasiones se escucha de que no son empresarios, si no que solo son personas que estuvieron en el lugar adecuado, en el momento indicado y fueron capaces de captar las oportunidades o simplemente, el trabajo serio y constante el cual les ofreció la oportunidad de maximizar sus resultados.

4.2.4 Cultura empresarial

“GEERT HOFSTEDE , define la cultura como la programación mental colectiva de una comunidad en un ambiente específico”¹⁰, la cultura es considerada como un conjunto de símbolos , lenguajes, señales, ritos, valores y creencias que rigen el comportamiento de un empresario; además es la forma o la manera de actuar ante un grupo determinado de personas o grupos sociales.

¹⁰ RODRIGO VARELA V. arte y ciencia en la creación de empresas tercera edición/editorial MC,GRAW,HILL/ año 1998 página 16

La cultura de las personas está ligada a la experiencia adquirida por aprendizajes familiares, educativos y religiosos que forman una estructura cultural que adopta la persona como propia.

Una buena cultura empresarial esta casi siempre ligada a algunos elementos como:

Fuerza vital: es energía, fuerza y otros elementos que motivan a las personas a desarrollar una idea empresarial.

Deseo de superación: es simplemente mejorar continuamente cada vez más.

Capacidad de identificar oportunidades: se entiende como aquella persona que está en contacto con su entorno y por lo tanto puede visionar posibles cambios que le pueden favorecer en bien propio.

Habilidad de crear e innovar: es aquella persona que usa sus múltiples habilidades personales para resolver sus problemas.

Capacidad de tomar decisiones: se entiende por algunas pocas personas que tienen la autoridad y el poder para escoger entre diferentes alternativas de cambio.

Capacidad de administrar recursos: es el uso eficiente de los recursos disponibles de la organización.

Ético: se entiende como la capacidad de algunas personas de hacer lo correcto, lo cual beneficie al mayor número de personas.

Liderazgo: se entiende como la capacidad de influir positiva o negativamente en el mayor número de personas, con el objetivo de que realicen y desarrollen las ideas que él desea.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

4.3.1 Análisis estructural del sector ¹¹

Cinco fuerzas competitivas de Michael Porter (1980)

1. Amenazas de ingreso de nuevos competidores
2. Intensidad de la rivalidad entre los competidores existentes
3. La presión de los productos sustitutos
4. El poder de negociación de los compradores
5. El poder de negociación de los proveedores

Si una empresa analiza estos elementos, puede determinar fácilmente las oportunidades y las posibles amenazas del sector en que se encuentra; debido a que conoce muy bien su mercado y su competencia; por lo tanto esto puede ser considerado como una metodología de análisis para investigar oportunidades y amenazas que emergen en los sectores.

4.3.2 Intensidad de la rivalidad

Es el grado de intensidad entre los competidores que se encuentran en un mercado; estos pueden ser determinados por:

El número de competidores: el número de empresas que se dedican a la misma actividad empresarial, si son demasiadas son propensas a competir entre ellas mismas.

Crecimiento del sector: un crecimiento rápido del sector implica un mayor número de competencia y más especializada.

Costo de almacenajes: algunas materias primas son difíciles de conseguir o son escasas; por lo tanto hay que tener un gran volumen de mercancía en bodega para la producción, lo cual ocasiona un aumento sustancialmente en los gastos de producción.

Capacidad de diferenciación del producto: los clientes son muy influenciado por el costo de algunos productos, más no por los beneficios que obtienen del producto.

Barreras de salida; en algunas ocasiones cuando el mercado o el sector comienza a disminuir o a deteriorarse, muchas empresas se ven obligadas a vender sus maquinarias y activos para tratar de pagar algunos gastos; en algunos casos las

¹¹ Porter Michael. competitive, strategy, techniques for análisis industries and competitor (new york) fred prereg.

empresas cuentan con maquinaria especializada, la cual es difícil de vender y por lo tanto se pierde dinero al tratar de vender la maquinaria lo más rápido posible.

Barreras de entrada

En algunos mercados puede haber algunas restricciones.

Proteccionismos gubernamentales: políticas establecidas por algunos estados para favorecer algunas empresas del mercado.

Amenazas de nuevos competidores

Economías de escala: producción de altos volúmenes de mercancía para disminuir costos de producción.

Diferenciación de otros productores: diferenciación de algunos productos ya sea por marcas o por beneficios que ofrecen los productos.

Costos de cambio para el comprador: los costos ocasionados por modernización de maquinaria y de procesos para ser competitivos y mantenerse en el mercado.

Necesidades de capital: una gran inversión en publicidad y en implementación de nuevas tecnologías.

Poder de negociación de los proveedores

Algunos proveedores pueden tener poder cuando:

Hay pocos proveedores o hay un monopolio

No hay sustitutos para los productos que ofrecen

Los proveedores venden productos importantes para el sector

Poder de negociación de los compradores

Algunos compradores pueden tener poder cuando:

El volumen de sus comprar es alto

Los proveedores de su sector son poco diferenciados

Los productos que compra influyen poco o no son muy importantes para los procesos y no afecta casi la calidad del producto.

Productos sustitutos

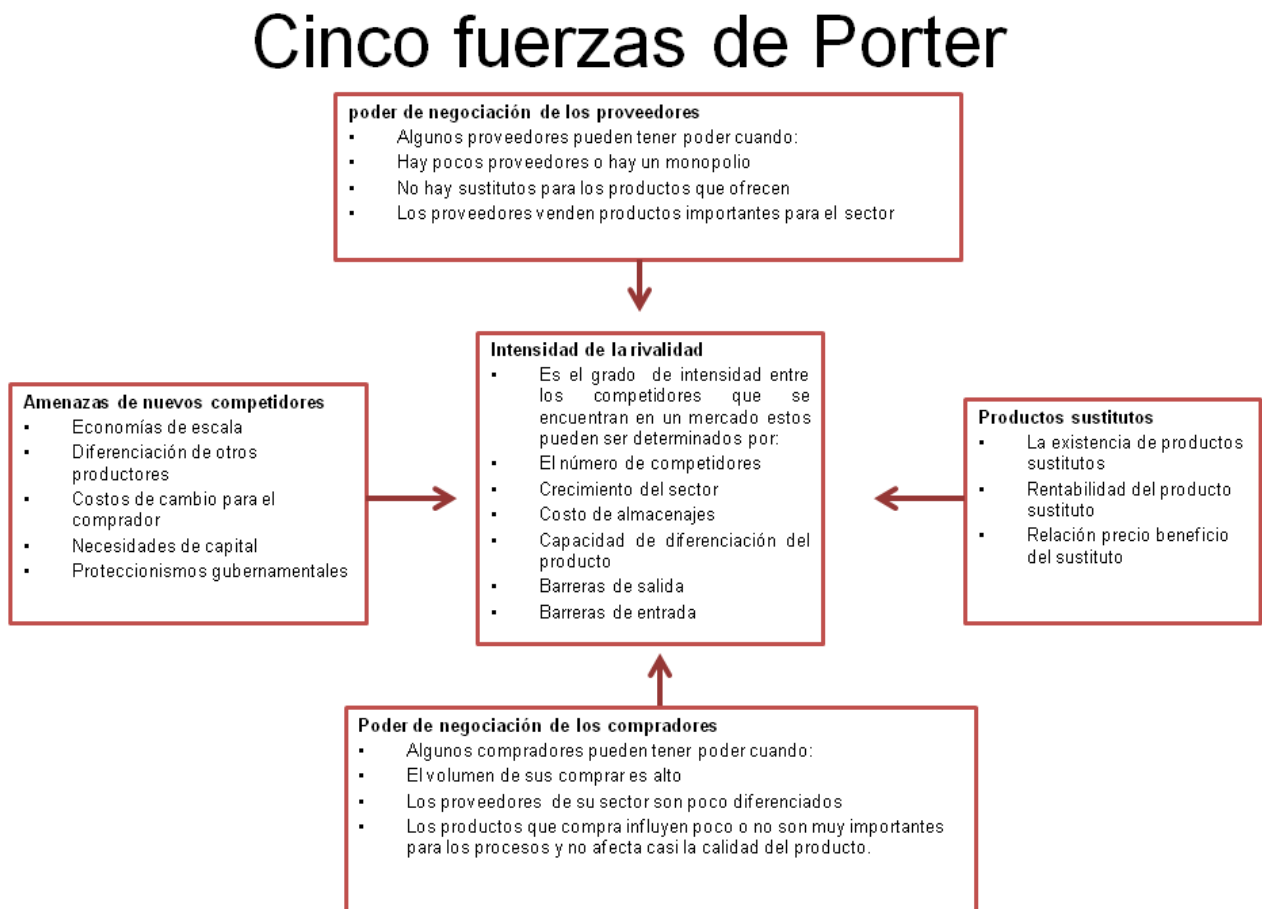
La existencia de productos sustitutos limita el desarrollo de la demanda y el precio de algunos productos y su influencia en el mercado dependerá de lo siguiente:

Disponibilidad de productos actuales y en un futuro

Rentabilidad del producto sustituto

Relación precio beneficio del sustituto

Cuadro 1. Cinco fuerzas de Porter



Fuente: Porter Michael.competitive, strategy, techniques for análisis industries and competitor (new york) fred prereq

La organización y su entorno

El entorno es lo que está alrededor de un objeto o cosa, que pueden afectar positiva o negativamente, el desarrollo de objeto e influyen en el desarrollo de las actividades propias del objeto.

El entorno de una organización se puede definir por diferentes dimensiones tales como entornos económicos, políticos, tecnológicos, culturales y sociales los cuales se comportan como un todo integrado donde cada uno tiene sus propias características.

El entorno busca conocer y evaluar el impacto sobre las empresas y los cambios que pueden generar oportunidades o posibles amenazas del ambiente que rodea una organización

“toda organización constituye un sistema socioeconómico abierto que se caracteriza, por intercambios o transacciones con el medio ambiente” (GUIOT 1985)

4.3.3 Percepciones y evidencias acerca del entorno

Para identificar que ocurre en el entorno de una organización se requiere tomar información y analizarla para poder darle un sentido sobre lo que está sucediendo en el entorno; en la medida que los datos obtenidos soporten los sucesos del ambiente se transforman en evidencia real que puede ser utilizada para tomar decisiones estratégicas, con el objetivo de que la organización esté preparada para los sucesos futuros que le esperan.

4.3.4 La organización

En el enfoque sistemático considera a la organización como un sistema abierto que interactúa con su ambiente; esta organización tienen entradas de información, insumos, materiales, maquinarias y otros elementos que son transformados en productos y servicios acabados; los cuales son salidas que resultan del proceso organizacional, con el objetivo de satisfacer las necesidades del propio ambiente.

4.3.5 Entorno estratégico y empresarial

La influencia del ambiente puede afectar a las decisiones estratégicas; por lo tanto los ejecutivos tienen que estar enterados de aquellos factores del entorno de la empresa es susceptible a la clase de cambios que pueden afectar el futuro de la organización.

4.3.6 Capas del entorno

Todos los entornos están conformados por diferentes capas, las cuales contienen una serie de variables que pueden ser identificadas y analizadas para determinar, cómo se encuentra la organización en relación con su ambiente.

4.3.7 Entorno general o contextual

En este entorno o capa contextual se encuentra situada las macro fuerzas del ambiente que no afecta directamente el desarrollo de la empresa pero a largo plazo puede afectar el desarrollo normal de la misma; entre esta fuerza se encuentra fuerzas y tendencias económicas, socioculturales, demográficas, tecnológicas, jurídicas, ecológicas y jurídicas, las cuales están presentes en la ambiente organizacional.

4.3.8 Entorno medio, sectorial y competitivo

Está constituida por distintas áreas de actividad económica en la cual opera la empresa, en este entorno se encuentran las los proveedores y los compradores del sector, la competencia, el gobierno y entes de control.

4.3.9 Entorno próximo

Es una porción del entorno medio que poseen vínculos estrechos con la empresa como competencia, clientes y los proveedores similares o cercanos a la empresa.

4.3.10 Entorno global y entorno territorial

Son las distintas dimensiones del mercado en su totalidad como la economía, información, la tecnología los conflictos sociales y otros elementos que afectan el ambiente de una nación o un país.

Las organizaciones deben conocer las diferentes capas del entorno medio ambiental con el objetivo de tomar decisiones acertadas que le puedan brindar oportunidades del ambiente que lo rodea.

4.3.11 Planeación estratégica: misión, objetivos y estrategia¹²

Misión de la organización

La misión de una organización nos indica que va a producir, a quien le va a vender y que tecnología van a utilizar

Toda organización tiene una razón de ser, cada organización ha sido creada para algún objetivo en específico, ya sea para ofrecer bienes o servicios; las organizaciones están diseñadas satisfacer las necesidades de los consumidores o clientes.

“PEARCE y ROBINSON establece que una organización en su misión debe contener; el tipo de producto, bienes o servicios que va ofrecer, los tipos de clientes cuyas necesidades va a satisfacer, la tecnología que va utilizar en la producción del producto o servicio; la preocupación básica para sobrevivir por medio del crecimiento y las utilidades, la filosofía administrativa de la organización, la imagen que la organización quiere tener ante el público”¹³

Los objetivos de la organización

Los objetivos son los resultados específicos que se quieren lograr cuando se quiere obtener la misión de una organización. Los objetivos deben indicar de forma clara que se quiere obtener y en qué tiempo se pueden obtener resultados, estos resultados deben ser medibles y verificables.

Al establecer los objetivos se puede saber si se cuenta con el personal necesario y calificado para obtener los resultados propuestos, si hay los recursos suficientes, si se puede producir lo que se ha fijado, si se puede vender lo que se ha establecido como objetivo de venta.

Clases de objetivos

Toda organización tiene objetivos que no están especificados, pero que son básicos para la organización y sirven como bases de los demás objetivos; esta clase de objetivos se llaman inherentes, las organizaciones tienen dos objetivos inherentes, uno es sobrevivir y otro es producir beneficios.

¹² León Blank bubis, la administración de la organización, un enfoque estratégico, tercera edición, facultad de ciencias de la administración, universidad del valle, p 143-170

¹³ Parce, J.A. II, y R.B. ROBINSON Jr. op.cit, p.83

Objetivos de supervivencia; “el aspecto más fundamental de una organizaciones es sobrevivir, porque si no sobrevive la empresa desaparece o se acaba “dice SALLENAVE¹⁴.

Objetivos de producir beneficios; una organización debe producir beneficios que justifiquen la existencia de la empresa; en las organizaciones con ánimo de lucro producir beneficios involucra obtener utilidades y rentabilidad.

Objetivos oficiales y operativos

Son los objetivos que la organización va a obtener y que aparecen en las publicaciones oficiales.

Los objetivos operativos son los que en realidad la organización está tratando de lograr y en los que se encuentra empeñada alcanzar.

Objetivos a largo plazo

Los objetivos a largo plazo expresan los resultados que la organización que quiere obtener en un periodo determinado de tiempo que generalmente se expresa en una línea de tiempo de 5 a 10 años.

Los objetivos a largo plazo se determinan en 7 áreas:

Productividad: este objetivo se representa en función de entrada y salida de productos

Posicionamiento competitivo: esto indica posicionamiento competitivo en el mercado en relación con la competencia y relativo dominio en el mercado.

Desarrollo del personal: el capital humano en la organización es valioso para la organización y por lo tanto debe ser capacitado para mejorar el rendimiento productivo.

Relación con el personal: la relación con el personal debe ser excelente con el fin de mejorar el bienestar social dentro de la organización y tratar de satisfacer las necesidades y expectativas del personal.

Utilidades: las organizaciones deben obtener beneficios expresados en utilidades, rentabilidad o beneficios para el mayor número de personas que integren e intervengan en la organización.

¹⁴ SALLENAVE, J, P gerencia y planeación estratégica .Cali edit. norma, 1985, p 48.

Liderazgo tecnológico: esto es importante pues, muestra si la organización quiere ser un líder y marchar a la cabeza de la competencia en materia de tecnología para poder ser alguien que sigue a los que imponen el paso.

Responsabilidad social: la organización debe ser consciente que debe cuidar el medio en el que se encuentra ubicada; esta debe procurar por minimizar las externalidades negativas a su medio ambiente con el objetivo de proyectar una buena imagen ante la sociedad.

El objetivo de corto plazo debe estar relacionado con los objetivos de largo plazo; debido a que los objetivos de corto plazo hacen posible que los objetivos a largo plazo puedan ser alcanzados fácilmente.

Estrategia de la organización

La estrategia organizacional indica que tipo de acciones es necesario realizar para obtener resultados deseables.

“Define la estrategia como un enfoque general y amplio que guía las acciones principales diseñadas para obtener los objetivos a largo plazo” ¹⁵

Clase de estrategias

Estrategia concéntrica

La organización se concentra en producir un solo producto, en un solo mercado, en una sola tecnología, la característica de esta estrategia es hacer una cosa muy bien.

Desarrollo de mercado

Esta estrategia consiste en conseguir nuevos clientes para los productos actuales de la organización, expandirse en la regional, nación o en el mercado internacional.

Desarrollo de producto

Esta estrategia consiste en desarrollar un nuevo producto para los clientes actuales o realizar cambios fundamentales a los productos actuales, la base de la estrategia es atraer clientes satisfechos que han utilizado productos de la organización para que consuma o utilicen los nuevos productos de la empresa

¹⁵ Parce, J.A., Y R.B ROBINSON Jr.op.cit,p 189

Integración vertical

Esta estrategia consiste en que una determinada organización adquiere o controla otra organización que le suministra entradas; esta estrategia es también llamada integración vertical hacia atrás porque controla la fuente de suministros de la organización.

Integración horizontal

Esta estrategia consiste en adquirir o controlar otras empresas que producen productos similares o sustitutos y están en el mismo mercado o en mercados diferentes.

Diversificación

Esta estrategia consiste en añadir nuevos negocios o líneas de productos al ya existente.

Proyecto compartido

También llama estrategia de riesgos compartidos; esta estrategia es utilizada cuando una organización no cuenta con los recursos suficientes para desarrollar un proyecto; por lo tanto se asocia con otra para poder desarrollar el proyecto y comparten los riesgos, como las ganancias.

Innovación

Esta estrategia consiste en introducir nuevos productos que causen un impacto en el medio externo; debe tenerse en cuenta que mejorar un producto o lanzar al mercado nuevas tallas del producto, no es innovar.

Innovar es crear algo nuevo que nadie haya creado y tenga una utilidad para las personas o satisfaga una necesidad.

Repliegue

También se conoce con el nombre de reubicación o re atrincheramiento

Esta estrategia consiste en retroceder a posiciones más propias y reordenar las fuerzas; se utiliza en periodos de incertidumbre o recesiones económicas.

Esta estrategia consiste en tres pasos

La fase de contracción, se trata de reducir todo tipo de costos que no ofrezcan un verdadero beneficio a la organización.

La fase de consolidación se establece un programa de mejoramiento y de auditorías para examinar las fallas de la organización.

La fase de recuperación, significa que la organización ya se ha restableció y esta lista para seguir su curso normal.

Desinversión

Esta estrategia consiste en efectuar la venta de una línea de negocios de la empresa, la cual no ofrezca los rendimientos esperados y pueda ser vendida en el mejor precio posible.

Liquidación

Esta estrategia consiste en deshacerse de una de las divisiones o línea de negocio, la cual esté produciendo pérdidas; se utiliza como último recurso para reducir las pérdidas que se han producido.

4.3.12 Estrategias competitivas genéricas ¹⁶

Hay tres estrategias genéricas de éxito potencial para desempeñarse mejor que otras empresas, en el sector industrial.

Estrategia de liderazgo en costos

El liderazgo en costos requiere la construcción agresiva de instalaciones capaces de producir grandes volúmenes en forma más eficiente con rígidos controles de costos y de gastos indirectos; para evitar las cuentas marginales y minimizar los costos en el área de investigación y desarrollo; pero sin perder de lado la calidad del producto o del servicio y la atención al cliente.

La estrategia de liderazgo en costos, pone a la organización en defensa contra los rivales; puesto que los costos más bajos significa que todavía puede obtener rendimientos después de que sus competidores se deshicieron de sus utilidades, por la fuerte competencia; una posición de bajos costos defiende a la empresa contra los compradores poderoso, De ahí que solo puede ejercer poder para hacer bajar los precios a nivel del competidor.

¹⁶ Michael e. porter técnicas para el análisis de los sectores industrial y la competencia capítulo 2 p 55-60

La implementación de una estrategia de bajos costos puede requerir de una inversión inicial alta para obtener tecnología de punta; la cual puede ser recuperada en un futuro.

Estrategia de diferenciación

Consiste en la diferenciación del producto o servicio que la empresa ofrece, creando en el mercado un producto único; la diferenciación proporciona un aislamiento contra la rivalidad competitiva a causa de la lealtad de los clientes hacia la marca y a la menor sensibilidad al precio, resultante de un producto con mejores características para el consumidor.

Enfoque o alta segmentación

La última estrategia genérica consiste en enfocarse, en un grupo de compradores en particular, en un segmento de línea de productos o en un mercado geográfico.

4.3.13 Segmentación de mercados ¹⁷

El primer paso de la segmentación es dividir un mercado en grupos definidos con necesidades, características o comportamientos distintos, los cuales podrían requerir productos o mezcla de marketing distintos.

El segundo paso es la determinación de un mercado meta este proceso evalúa los atractivos de cada segmento de mercado y selecciona los segmentos en los que se ingresa.

Mediante la segmentación de mercado las compañías dividen mercados grandes y heterogéneos en segmentos más pequeños, a los cuales se puede llegar de manera más eficaz con servicios y productos acorde a las necesidades de los segmentos.

La segmentación de mercado tiene variables como:

Segmentación geográfica

Es dividir un mercado en diferentes unidades geográficas tales como naciones, regiones, estados, municipios, ciudades o vecindarios.

¹⁷ Kotler, Philip, 1931, Fundamentos de marketing. – 8 ,cap. segmentación, mercados, meta, y posicionamiento para construir las relaciones adecuadas con los clientes correctos /pag 163-195

Segmentación demográfica

Es dividir al mercado en grupos con base en variables demográficas tales como edad, sexo, tamaño de familia, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad.

Segmentación psicográfica

Es dividir un mercado en diferentes grupos con bases en la clase social, estilos de vida o características de personalidad.

Segmentación conductual

Es dividir un mercado en grupos con bases en el conocimiento, las actitudes, el uso o la respuesta de los consumidores a un producto.

Segmentación por ocasiones

Es dividir el mercado en grupos según la ocasión en que los compradores tienen la idea de comprar, realizan realmente su compra o usan el artículo adquirido, ejemplo de esto son los días comerciales como el día de la madre el día del padre, el día del amor y la amistad, navidad y muchos otros días que son ocasiones donde las personas comprar todo tipo de artículos para celebrar la ocasión.

Segmentación por beneficios

Es dividir al mercado en grupos de compradores de acuerdo con los diferentes beneficios que buscan obtener de un producto.

Estatus de usuario

Los mercados se puede segmentar en grupos de no usuarios, es usuarios, usuarios potenciales, usuarios primerizos y usuarios habituales de un producto.

Frecuencia de uso

Los mercados también pueden ser segmentados en usuarios ocasionales, medios e intensos de un producto.

Estatus de lealtad

Los mercados también pueden ser segmentados de acuerdo con la lealtad del consumidor .los consumidores puede ser leales a las marcas, totalmente leales

siempre compran la misma marca o pueden ser más o menos leales compra 2 de 3 marcas de un producto dado.

4.3.14 Requisitos para efectuar una segmentación eficaz

Hay muchas formas de segmentar un mercado, pero no todas las segmentaciones son eficaces, para que resulte útil es, los segmentos del mercado debe ser

Mesurables: el tamaño, el poder de compra y los perfiles de los segmentos deben poder medirse.

Accesibles: debe ser posible llegar y servir eficazmente a los segmentos de mercado.

Sustancial: los segmentos de mercados tienen que ser lo bastante grandes o rentables como para servirlos.

Diferenciables: los segmentos debe poder distinguirse conceptualmente y responder de manera diferente a los distintos elementos y programas de la mezcla de marketing.

4.3.15 Determinación del mercado meta

Los segmentos de mercado, revelan los segmentos donde una empresa pudiera tener oportunidades; en este caso la empresa tiene que evaluar los distintos segmentos y decir cuántas y cuáles serán sus metas.

Determinación de segmentos de mercados metas

Después de evaluar los diferentes segmentos, la compañía debería decidir a cuales y a cuantos se dirigirá; un mercado meta consiste en conjunto de compradores que tienen necesidades o características comunes y los cuales la empresa debe servir.

Estrategias de determinación de mercado

Marketing no diferenciado: esta estrategia consiste en una cobertura de mercado en la que la compañía decide hacer caso omiso de las diferencias entre los segmentos de mercado y trata de llegar a todos los compradores con una oferta única.

Marketing diferenciado: esta estrategia consiste en que la compañía decide dirigirse a varios segmentos del mercado y diseña ofertas individuales para cada uno de los posibles clientes; al ofrecer variaciones del producto y de marketing,

esta compañía espera obtener mayores ventas y una posición más firme dentro de cada segmento de mercado.

Marketing concentrado en nichos: esta estrategia de cobertura de mercado en la que la compañía busca la participación de uno o varios segmentos o nichos de mercado

Micro marketing: esta estrategia consiste en adaptar los productos de la compañía a los gustos de individuos y lugares específicos, en vez de ver un cliente en todos los individuos; incluye al marketing local y al marketing individual.

Marketing local: esta estrategia consiste en adaptar marcas y promociones a las necesidades y los deseos de grupos locales de clientes, ciudades, barrios e incluso tiendas específicas.

Marketing individual esta estrategia consiste en adaptar productos y programas de marketing a las necesidades y preferencias de clientes individuales; también se le conoce como marketing de mercado unitario o marketing uno a uno.

Estrategia de selección de mercados metas; las compañías debe considerar muchos factores al elegir una estrategia de determinación de mercado meta, la estrategia óptima depende de los recursos de la compañía; la estrategia óptima también depende del grado de variabilidad del producto y es importante considerar la etapa de ciclo de vida del producto.

Posicionamiento para obtener ventajas competitivas

El posicionamiento de un producto, es la forma en que los consumidores definen el producto con bases en sus atributos importantes; de igual manera el posicionamiento se establece como el lugar que ocupa en la mente de los consumidores en relación con los productos de la competencia.

Selección de una estrategia de posicionamiento

La tarea de posicionamiento consta de tres pasos; identificar un conjunto de posibles ventajas competitivas sobre las cuales cimentar una posición; seleccionar la ventaja competitiva correcta y elegir una estrategia global de posicionamiento. Después, la compañía deberá comunicar y presentar eficazmente al mercado la posición elegida.

Ventaja competitiva es la ventaja que tiene una organización comparada con los demás competidores; esta se adquiere al ofrecer al consumidor un producto con

mejores características, ya sea, mediante precio más bajo o por mayores beneficios que justifique el precio más alto.

¿Qué diferencia se debe promover?

No todas las diferencias de marca tienen sentido o son valiosas y no todas son buenos diferenciadores. Cada diferencia podría crear un costo para la compañía además de beneficios para el cliente; para que valga la pena establecer una diferenciación, debe cumplir con los siguientes requisitos:

Importante: la diferencia proporcionara a los compradores meta un beneficio altamente valorado por ellos.

Distintiva: los competidores no ofrecen la diferencia o la compañía la puede ofrecer de maneras distintas.

Superior: la diferencia es superior a otras formas en que los clientes podrían obtener el mismo beneficio.

Comunicable: la diferencia se puede comunicar a los compradores y ellos la pueden percibir.

Exclusiva: los competidores no pueden copiar fácilmente la diferencia.

Costeable: los compradores pueden pagar la diferencia.

Rentable: para la compañía es redituable introducir la diferencia.

El posicionamiento total de una marca es su propuesta de valor, es decir es la mezcla completa de beneficios con base en los cuales se posiciona.

Estrategia de posicionamiento **más por más** implica ofrecer los mejor productos o servicios y cobrar un precio más alto para cubrir los costos elevados.

Estrategia de posicionamiento **más por mismo** la compañía puede atacar el posicionamiento de más por más de un competidor al introducir una marca que ofrece una calidad comparable pero a menor precio que el de la competencia.

Estrategia de posicionamiento **lo mismo por menos** ofrecer lo mismo por menos puede ser una solida propuesta de valor, no afirma ofrecer productos diferentes ni mejores si no que ofrecen casi lo mismo pero a un precio menor.

Estrategia de posicionamiento **menos por mucho menos** casi siempre hay un mercado para productos que ofrecen menos y por ello cuenta con menos, pocas

personas, quieren o pueden pagar lo mejor de lo mejor, en todo lo que compran en mucho caso los consumidores se conforman de buena gana con un producto que tenga un desempeño inferior o renuncian a algunas funciones adicionales a cambio de un precio más bajo.

Estrategia de posicionamiento **más por menos** la puesta más atractiva de valor sería ofrecer más por menos; muchas compañías aseguran hacer precisamente esto y a corto plazo le puede funcionar la estrategia; pero a largo plazo no resulta sostener semejante posición; debido a que la competencia puede ofrecer mejores beneficios a un menor costo.

4.3.16 Estudio de factibilidad ¹⁸

4.3.17 Estudio de mercado

Este estudio describe los productos o servicios que genera el proyecto, a que mercado va dirigido, donde se ubicara la empresa geográficamente en el mercado, cual es la oferta y la demanda existente de productos y de materia prima.

El estudio de mercado analiza:

Producto: descripción en forma detallada del producto o servicio y sus especificaciones técnicas.

Mercado: lugar o área geográfica donde se establecen los clientes potenciales, reales y próximos y el mercado meta en una línea de tiempo establecida.

Oferta y demanda del mercado: análisis de la posible demanda de un producto en un mercado, localización física de los productores y los posibles consumidores; así como determinar cuáles son las estrategias más adecuadas para comercializar el producto en el mercado.

Materia prima: definir la existencia y las características de los posibles proveedores de insumos y materia prima, precios, costos y acceso a estos.

Precio del producto: el precio del producto puede ser obtenido de diferentes maneras, la primera el precio puede ser fijado con base en un promedio de los precios de los productos similares de la competencia, la segunda es determinar por medio de un estudio o una encuesta cual es el precio que los posibles compradores están dispuestos a pagar por el producto o servicio que pretenden introducir en el mercado.

¹⁸ FERNANDEZ ESPINOZA, Saul. Los proyectos de inversión. Cartago: editorial tecnológica de Costa Rica, 2007.

El estudio de mercado es quizás la más importante investigación de todo el proyecto, porque esta define la existencia de un posible mercado para un producto, los posibles ingresos por ventas, lo cual será la base para estimar los flujos para pagar la inversión.

4.3.18 Estudio técnico

Esta investigación define y justifica el proceso de producción y la tecnología necesaria para poder desarrollar el producto; además define el tamaño y los alcances del proyecto y los costos relacionados con la producción, además establece el monto necesario para poder realizar el proyecto.

El estudio debe contemplar los siguientes aspectos:

Localización, definir la macro localización y la micro localización del proyecto en función de la ubicación del mercado meta, la disposición de materias primas, mano de obra y tecnología, así como la infraestructura necesaria.

Tamaño del proyecto: el tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la infraestructura del mercado que se desea satisfacer.

Inversión: se describe detalladamente la construcción y las adecuaciones necesarias para el funcionamiento de la planta para la puesta en marcha de los procesos de producción, se deben incluir las obras necesarias la operación del proyecto, además se debe especificar claramente las cantidades y el tipo de maquinaria, equipo y mobiliarios así como la vida útil y tablas de depreciación.

Materia prima: se debe estimar los requerimientos y costos de materia prima para un determinado nivel de producción, cantidad de inventarios, productos en proceso y terminados.

Costos de operación se debe estimar los requerimientos y costos de mano de obra, tanto a nivel operativo, administrativo, gerencial además establecer gastos de transporte de suministros e insumos.

Plan de ejecución del proyecto se refiere a un programa donde se especifique en detalle todas las actividades necesarias para la construcción y equipamiento y puesta en marcha del proyecto.

4.3.19 Estudio administrativo

Es la fase de ejecución donde se hace necesario diseñar una estructura organizacional dentro de la empresa que permita administrar los procesos de

contratación, compras, adquisiciones, construcciones y tecnología necesaria para la puesta en marcha del proyecto, en algunos casos se hace necesario consultorías con especialista para desarrollar posibles problemas los proceso organizacionales. Como parte de este estudio se definen las relaciones de dependencias entre los diferentes niveles organizacionales (organigrama) así como las funciones y las relaciones, internas entre ellas y externas al sector que pertenecen el proyecto.

4.3.20 Estudio financiero

El objetivo de esta apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, las rentas del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos operativos del proyecto.

La información utilizada en este apartado proviene de dos grandes fuentes: el estudio de mercado por medio del que se determinan los posibles ingresos del proyecto. En función de las ventas proyectas por el precio; el estudio técnico nos suministra información relevante a las inversiones, costos de operaciones, producción y depreciación de la maquinaria.

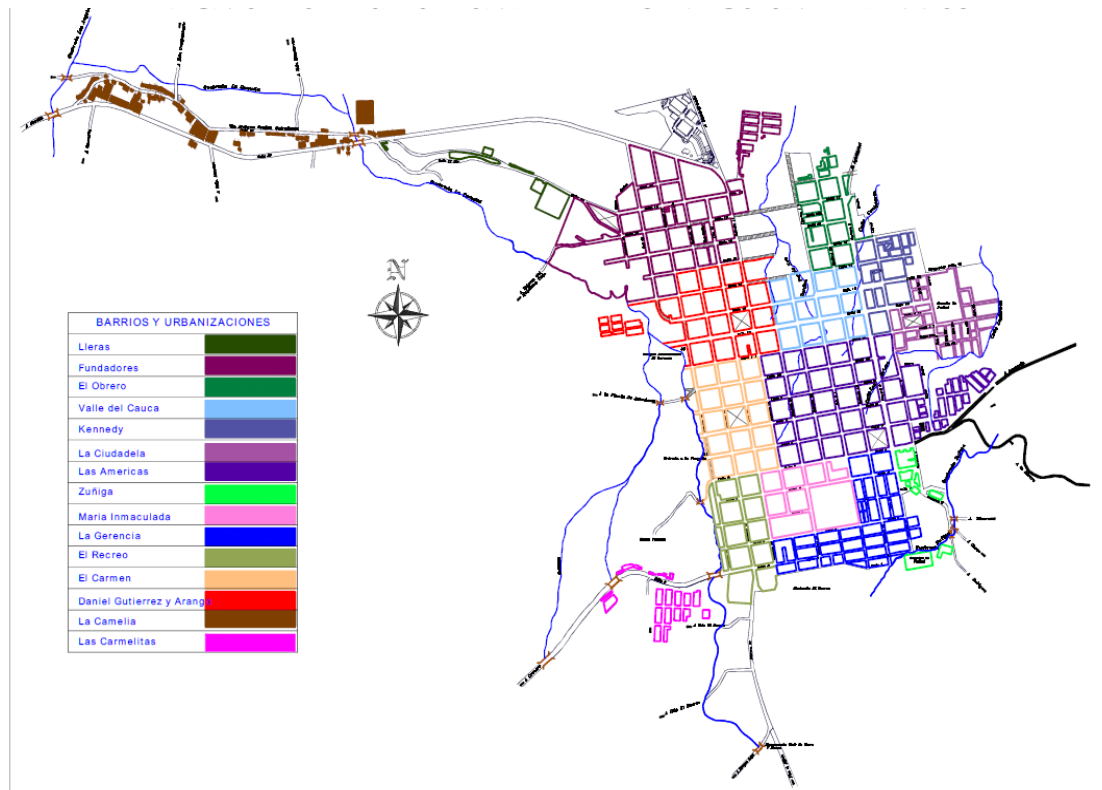
4.4 MARCO CONTEXTUAL

4.4.1 Historia de Caicedonia¹⁹

Fecha de fundación: 03 de agosto de 1910

Caicedonia es uno de los municipios más jóvenes del departamento, fue asiento de tribus Pijaos. En 1910 tomó el nombre de Caicedonia en honor del Doctor Lisandro Caicedo, quien fuera uno de sus fundadores, y en 1923 se elevó a categoría de municipio. Es territorio montañoso y bañado por los ríos La Vieja, Pijao y Barragán.

BARRIOS Lleras, Fundadores Daniel Gutiérrez y Arango, Alonso Gutiérrez, José Jota Londoño, Manuel Jaramillo, Joaquim Parra, Jesús María Ramírez, José María Zapata, Rafael A. Hurtado, Calixto Laverde, Cayetano Ayala, Jorge Moreno, Juan Francisco Díaz.



Fuente www.caicedonia-Valle.gov.co

¹⁹ Disponible en internet en <http://www.caicedonia-valle.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mfx-1-&m=f#historia> extraído 01 de marzo del 2012

Caicedonia es un hermoso municipio ubicado en el Departamento del Valle del Cauca, denominado como la Ciudad Centinela del Valle, se ubica en el Norte del departamento y en el Occidente Colombiano.

La historia de Caicedonia se despliega en diferentes épocas históricas, reconociendo que fue tierra ancestral de los Burilas, a quienes debemos la tenacidad y laboriosidad de su gente.

A la llegada de los conquistadores españoles al Nuevo Reino de Granada, el territorio donde hoy se levanta el municipio, estaba habitado por tribus salvajes que descendían directamente de la gran nación Chibcha, por línea de los Pijaos, cuya vida transcurría sin ninguna norma más o menos preestablecida que indicara características de construir una civilización precolombina.

La tribu más sobresaliente de estos pueblos indígenas era la Bulira o Burila, miembros de los pijaos cuyos dominios se habían localizado en la Cordillera Central y regiones adyacentes y constituía una avanzada hacia occidente .

Por su ferocidad era muy temida y sus miembros tenían como principal ocupación la guerra, de la que hicieron su pasatiempo favorito para hostigar constantemente a sus vecinos, los Gorriones y los Quimbayas. La principal característica de los Buliras ó Buriles, era la antropofagia, luego de matar a sus adversarios, comían su carne. A parte del consumo de carne humana, esta tribu se alimentaba también de maíz, fríjoles, yuca, ahuyama y animales silvestres, productos que cultivaban de vez en cuando, o robaban a sus enemigos.

La tribu Burila tuvo jefes sobresalientes, pero el más valiente de todos, como también el más cruel y sanguinario, fue el cacique Chanama. Temido por sus enemigos y obedecido por todo su pueblo, desató contra los conquistadores españoles la más cruenta guerra. Hoy en día se le rinde homenaje a este gran cacique con un monumento en el Parque de Las Palmas o Daniel Gutiérrez y Arango.

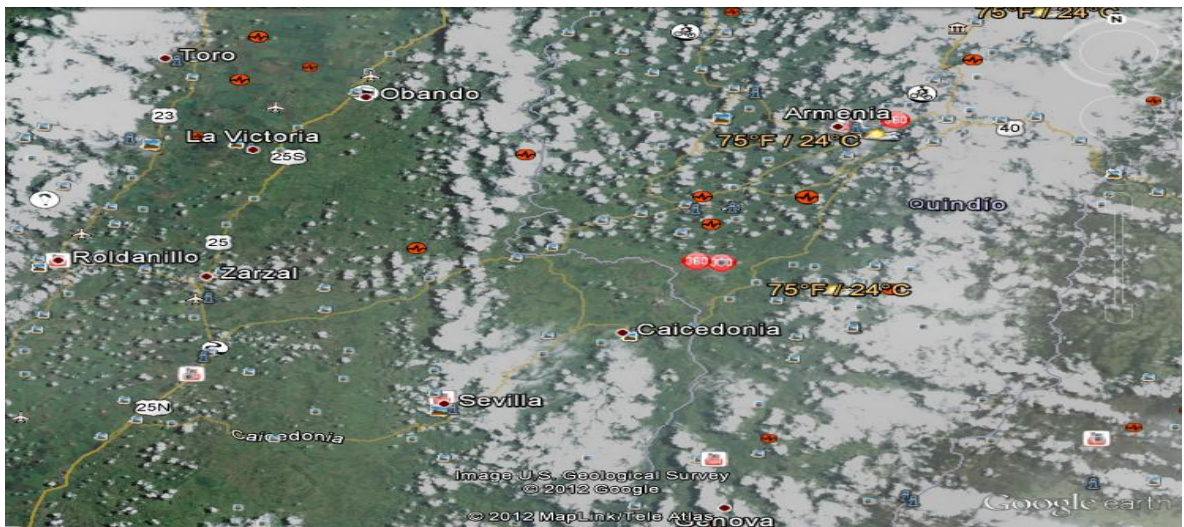
Los primeros colonos llegados al territorio de Caicedonia provenían, la mayoría de los municipios de Guatapé, San Rafael, San Roque y no pocos de Medellín. Inicialmente se establecieron en el llamado plan de Cuba, toda vez que su topografía les ofrecía ventajosas condiciones para levantar un caserío.

Desafortunadamente no hay datos precisos sobre la fecha en que arribaron estos colonos a Cuba, pero se cree fundamentalmente que fue en los años de 1903 a

1906. Otros colonos llegaron al plan de cuba procedentes de Armenia (Quindío y Antioquia), Manizales y Pereira y junto con los de Guatapé iniciaron la derriba con el permiso de la "Sociedad de Burila", propietaria de tales terrenos y cuyo gerente era el doctor Daniel Gutiérrez y Arango, una de las personas que más influyó en la colonización y alentó permanentemente a quienes se habían comprometido en esta aventura para que protocolizaran la fundación de la población.

Aunque a la población la pudieron fundar con la llegada de los primeros colonos, estos decidieron esperar algunos años con la esperanza de que el número de habitantes aumentara.

La principal actividad económica es la agricultura, en la que sobresalen los cultivos de café. No obstante se ha diversificado con cultivos de: plátano, caña panelera, yuca, maíz, banano, sorgo, soya, aguacate, frutas en especial los cítricos y hortalizas como el tomate. Otras actividades son la ganadería el comercio y la industria.



Fuente Imagen disponible en internet GOOGLE EARTH

Extensión total: 169,62 km²

Extensión área urbana: 3,02 km²

Extensión área rural: 166,6 km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar):

Temperatura media: oscila entre 17° y 28° °C ²⁰

²⁰ Disponible en internet <http://www.caicedonia-valle.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mfx-1-&m=f#historia> extraída el 10 de mayo del 2012

4.4.2 Características topográficas del municipio

La región norte, entre los ríos Pijao y Barragán, con pendientes de cero a tres grados, es un área de un relieve plano, matizado por alturas entre los 1.050 y 1.200 metros sobre el nivel del mar.

Este tipo de topografía corresponde a las veredas La Rivera, Barragán, Montegrande, La Camelia, Bosque Bajo y Limones. Se trata de una superficie de, aproximadamente, el cuarenta y cinco por ciento de área total del Municipio.

Las regiones central, suroriental y suroccidental del Municipio están conformadas por un paisaje de colinas altas y montañas, con pendientes entre el doce, veinticinco y cincuenta por ciento de inclinación, con elevaciones fluctuantes entre los 1.200 y 1.800 metros sobre el nivel del mar. Este tipo de topografía corresponde a, más o menos, el treinta y cinco por ciento del territorio.

El veinte por ciento restante de la superficie de Caicedonia varía entre los 1.800 y 2.200 metros sobre el nivel del mar, con paisajes de montaña alta, de relieve escarpado y fuertemente quebrado, los cuales prevalecen en la zona sur central del Municipio.

El sistema montañoso de Caicedonia se desprende, en el extremo sur, en los límites con el Municipio de Sevilla, del conjunto que forman los cerros Sinaí, Capotes y Manizales.

De este conjunto montañoso, parte la ramificación de La Cimitarra, la cual forma los cerros Las Guacas, Teodolito y Manzanillo. Más adelante, de Las Guacas se desprenden los ramales de Barroblanco y San Gerardo y de éste los ramales de La Pava y La Leona. Del cerro Teodolito se desprende un pequeño ramal, hacia la vertiente del río Pijao, que va a terminar en la quebrada La Morelia, después de formar el cerro de El Frontino. Del cerro Manzanillo se desprenden tres ramales: el primero de ellos, llamado de La Rivera, cruza la región de Palogrande y forma el alto de Morroseco y, luego, se parte en dos cuchillas que van a morir al río Barragán; el segundo ramal, llamado de El Topacio, forma el cerro del mismo nombre y desciende entre la quebradas La Rivera y Zúñiga; el tercero, llamado ramal de La Quebra, forma el cerro del mismo nombre y se extiende por El Crucero y Fuente Hermosa hasta el río Pijao y el plan de Cuba.

Del cerro de Capotes sale una ramificación en dirección a El Castillo y Samaria y se extiende hasta las riberas de las quebradas Bolivia y La Morelia y llega hasta el

río Pijao, después de formar el cerro de El Castillo. También del cerro Capotes se desprende el ramal de Miravalles, del cual forman parte Morropelao y el cerro de Puerto Rico, hasta terminar entre las quebradas Dabeiba y La Pava. Del cerro Sinaí se desprenden el ramal que formará los cerros de El Paraíso y el de Barcinales, hasta terminar en las riberas de la quebrada Dabeiba y el río Barragán.²¹

4.4.3 Información general de Caicedonia Valle

Cuadro 2 Información general de Caicedonia Valle

altitud:	1,100 0,m.s.n.m.
temperatura	22 grados centígrados
Extensión	219 km2
población total	30434
población urbana	24323
población rural	6018
estratos socioeconómico	
estrato 1	3725
estrato 2	13005
estrato 3	11343
estrato 4	1952
estrato 5	238
estrato 6	76
características geográficas	la mayor parte del territorio es montañoso
actividades económicas	agricultura ganadería industria y comercio
infraestructura básica	disposición de todo los servicios públicos banco correo biblioteca

Fuente: departamento nacional de planeación de Caicedonia Valle del Cauca.

²¹ Información disponible en internet <http://www.caicedonia-valle.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mfx-1-&m=f#historia> extraída el 10 de mayo del 2012

5. METODOLOGÍA

5.1 TIPO DE ESTUDIO

Es indispensable la utilización de un estudio que reúna los dos niveles principales de investigación exploratoria y descriptiva.

Exploratoria, porque aunque se pueden encontrar investigaciones de creación de empresas no hay información que indique la creación de empresas dedicadas a la producción y comercialización de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle.²²

La investigación descriptiva, porque dentro del desarrollo de la investigación se realizaran consultorías y asesorías con el objetivo de conocer el punto de vista de otras personas, acerca del comportamiento, las tendencias y los gustos de las personas que producen y compran muebles en madera.²³

5.2 MÉTODO

El método utilizado para recolectar los datos necesarios para el desarrollo de la investigación es un método mixto; puesto que reúne los dos niveles de la investigación cualitativo y cuantitativo.

Es cuantitativo, porque se hace necesaria la utilización de encuestas con el objetivo de obtener datos numéricos y estadísticos, sobre muestra de personas que va dirigida el producto, además conocer estratos socioeconómicos y tendencias sobre la producción de muebles en madera en Caicedonia-Valle.

Es cualitativo, porque se hace necesario realizar consultorías y asesorías con el objetivo de conocer el punto de vista de otras personas, acerca del comportamiento, las tendencias y los gustos de las personas que producen y compran muebles en madera en Caicedonia-Valle.

²² Investigación de mercados edición 5 kinnear/Taylor/ editorial Pearson Educación /año 2008/página 300/ desarrollo de procedimiento de recolección de datos

²³ Investigación de mercados edición 5 kinnear /Taylor/editorial Pearson Educación /año 2008/página 140/ determinar el diseño de la investigación y fuentes de datos

5.3 FUENTES Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Fuentes primarias

Para efectuar la recolección de los datos se analizará la información y los resultados encontrados en encuestas, entrevistas, y sondeos; que permita evaluar cada uno de los objetivos del proyecto; de igual manera se investigaran y consultaran textos, libros, revistas, tesis, trabajos de grado, bases de datos e internet, con el objetivo de analizar la oferta, la demanda y los precios de los muebles en madera en Caicedonia Valle y sus alrededores; además se buscaran las causas y efectos del nivel descriptivo de este estudio, para poder sustentar la necesidad de realizar un estudio de factibilidad para creación de una empresa productora y comercializadora de muebles de madera en el municipio de Caicedonia- Valle.”²⁴Se recolecta información de fuentes primarias y secundarias; con el objetivo de suministrar información sobre problemas gerenciales e identificar cursos de acción.

Fuentes secundarias

Los datos secundarios son información ya publicada y recolectadas para propósitos diferentes de la necesidad inmediata y específica de la investigación”; por lo tanto, para efectuar la recolección de la información se hace necesario investigar fuentes bibliográficas, publicaciones de revistas, informes de censos y cuentas industriales, perspectivas históricas, tesis y trabajos de grado, bases de datos e internet y búsquedas en bases de datos de fuentes oficiales de información; puesto que esta puede proporcionar información básica y muy útil sobre un problema gerencial. Además se utilizará información de características demográficas, socioeconómicas, geográficas y psicográficas, así como también tasas de consumo; “los estudios descriptivos determinan las percepciones de los compradores acerca de las características del producto; asimismo describen los patrones de ventas por regiones geográficas, tipo de productos; determina el grado de asociación, entre las ventas de un producto y las características del comprador como ingresos y edad.”²⁵

²⁴ Investigación de mercados edición 5 kinneer /Taylor/ editorial Pearson Educación /año 2008/página 136/ determinar el diseño de la investigación y fuentes de datos

²⁵ Investigación de mercados edición 5 kinneer /Taylor/ editorial Pearson Educación /año 2008/página 129 y130/ diseño de la investigación y fuentes de datos

5.4 CALCULAR LA MUESTRA

5.4.1 Tipo de muestra

“El tipo de muestra utilizado para realizar la investigación fue la muestra probabilística”

El muestreo probabilístico es un método utilizado en unidades seleccionadas para la muestra, tienen una probabilidad conocida de inclusión en ella y su selección se realiza mediante procesos aleatorios.

Es un proceso de selección aplicado a un conjunto de datos o unidades se dice que es aleatorio, si este da a cada uno oportunidad igual de ser elegido; esto puede lograrse mediante el uso de una tabla de números aleatorios, dispositivos manuales o dispositivos electrónicos.

Propiedades del muestreo probabilístico

Los métodos de selección probabilístico cumplen las siguientes propiedades básicas:

Dada una población de tamaño N y apoyándose en un marco de muestreo es posible definir un conjunto de K muestra de tamaño n ($n < N$)

A cada una de las K muestras es posible asignarle una probabilidad conocida de selección.

El proceso de selección de una muestra garantiza que todo elemento de la población tenga una probabilidad diferente de cero de pertenecer a una muestra seleccionada.

El procedimiento para obtener cualquier estimación con base en la muestra, debe estar definido y conducir a un único valor respecto de dicha muestra.

Principales métodos de muestreo probabilístico

Muestreo aleatorio simple, consiste en seleccionar una muestra de n elementos uno a uno de una población N , de tal forma que cada unidad poblacional tenga una probabilidad y idéntica y conocida de pertenecer a la muestra, aquí cada elemento se selecciona en forma independiente de los demás y su extracción se realiza mediante un proceso aleatorio a partir de un marco de muestreo.

Muestreo aleatorio estratificado, este muestreo se divide de la población en estratos socioeconómicos, los cuales se deben buscar la homogeneidad de sus

unidades y la heterogeneidad entre grupos. Posteriormente se selecciona en forma independiente de cada uno de los estratos, una muestra aleatoria simple y finalmente la muestra total será la suma de las muestras de cada uno de los estratos.

Muestreo sistemático, las unidades elementales aparecen en la lista p se presentan una secuencia que permite la selección de una muestra a saltos. Para ellos, se elige un punto aleatorio dentro de las primeras K unidades y posteriormente las restantes unidades se escogen a saltos cada K unidades de la lista o secuencia”²⁶

“Error de muestreo, las muestras se emplean para determinar características de la población o partes representativas de la población, es probable que la información recolectada no sea exactamente igual, por lo tanto se puede esperar una diferencia entre las estadísticas, esta diferencia recibe el nombre de error de muestreo.”²⁷

5.5 CALCULAR LA MUESTRA CORRECTA

Universo o población

La población o el objeto de análisis es Caicedonia Valle del Cauca, el cual cuenta con 30434 habitantes, divididos en estratos socioeconómicos así; estrato 1, 3725, estrato 2, 13009, estrato 3, 11434, estrato 4, 1952, estrato 5, 238y estratos 6, 76.²⁸

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad los resultados obtenidos.

Para poder realizar la encuesta se hizo necesario una prueba piloto de 29 encuesta con el objetivo de establecer si la encuesta estaba bien estructurada.

Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente

²⁶ Estadísticas, conceptos y aplicaciones de los métodos de muestreo/pagina 35-37/numero 2 – enero de 2006 Cali –Colombia/Rafael klinger angarita/programa editorial universidad del valle

²⁷ Estadística aplicada a los negocios y la economía/lind marchal wanthen edición 15/editorial MC GRAW HILL/año de edición 2012/página 247

²⁸ Departamento nacional de planeación de Caicedonia valle del cauca /agosto 20/2012

$$n = \left(\frac{z_{\alpha/2}}{H} \sigma \right)^2$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados).

Z: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95% de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5%.

Los valores z más utilizados y sus niveles de confianza son:

La extensión del uso de Internet y la comodidad que proporciona, tanto para el encuestador como para el encuestado, hacen que este método sea muy atractivo.

Cuadro 3 niveles de confianza

Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Fuente; estadística aplicada a los negocios y la economía

H: El error de la muestra es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que

O desviación estándar en un conjunto de datos o medida de dispersión, que nos indica cuánto pueden alejarse los valores respecto al promedio (media)

$$n = \left(\frac{z_{\alpha/2}}{H} \sigma \right)^2$$

Cuadro 4 cálculo de la muestra

CALCULO DE LA MUESTRA	
N	30434
CONFIANZA	95%
ALFA	5%
ALFA/2	0,025
Z ALFA/2	-1,95996398
ERROR H	0,55
DESVIACION	3,43590144
n	149,917454
no	150

Fuente: estadística aplicada a los negocios y la economía

El número de encuesta que se deben aplicar es de 150 encuestas

6 ANÁLISIS DE ENTORNOS

6.1. ENTORNO ECONÓMICO

6.1.1 pib²⁹

“El producto interno bruto (PIB), es el valor total de la producción corriente todos los de bienes y servicios de un país, durante un período de tiempo determinado, que por lo general de es un trimestre o un año”³⁰; Durante el año 2011 la economía colombiana creció en 1,9% con relación al PIB del año 2010 que era de 4.0 y en el 2011 el PIB creció hasta 5.9%.lo que indica que hubo un crecimiento sustancial de la economía Colombiana.

Un crecimiento en el PIB colombiano, genera una mayor demanda y consumo, de bienes y servicios; de igual manera genera confiabilidad para aquellas personas que desean invertir en proyectos productivos.

Cuadro 5.Comportamiento del PIB por Ramas³¹ de Actividad Económica 2011 - / 2010

Ramas de actividad	2010	2011
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1.0	2.2
Explotación de minas y canteras	12.3	14.3
Industrias manufactureras	2.9	3.9
Suministro de electricidad, gas y agua	1.2	1.8
Construcción	-1.7	5.7
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	5.1	5.9
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	5.0	5.9
Establecimientos financieros, seguros, actividades	2.9	5.8
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	4.8	3.1
Subtotal valor agregado	3.8	5.8
Producto Interno Bruto	4.0	5.9

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

²⁹Disponible en [http:// www.dane.gov.co/ files/investigaciones/ boletines/ pib/ cp_PIB_IVtrim11. pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf)/extraído el 13 de septiembre

³⁰ Disponible en <http://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html>extraído el 26 de octubre

³¹Disponible http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_Itrim11.pdf extraído el 17 de septiembre de 2012

Al analizar los resultados del PIB de 2011 por grandes ramas de actividades económicas comparados con los del año 2010, se observaron las siguientes variaciones: 14,3% en explotación de minas y canteras; 6,9% en transporte, almacenamiento y comunicaciones; 5,9% en comercio, servicios de reparación, restaurantes y hoteles; 5,9% en establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas; 5,8% en construcción; 5,7% en industrias manufactureras; 3,9% en servicios sociales, comunales y personales; 3,1% en agropecuario, silvicultura, caza y pesca y 2,2% en electricidad, gas de ciudad y agua 1,8%.³²

El valor agregado del sector manufacturero creció 3,9% y de igual manera el sector de la construcción presentó un crecimiento en 5,7% durante el año 2011; lo cual puede ser una oportunidad de crecimiento y desarrollo para aquellas empresas, que se encuentran en este tipo de sectores.

Un crecimiento del sector manufacturero y de la construcción puede ser una gran oportunidad, para aquellas personas que tengan iniciativas de desarrollar proyectos productivos que estén en marcados en estos tipos de sector económico, como las empresas productoras y comercializadoras de muebles en madera.

Para las empresas productoras de muebles en madera el crecimiento del sector de la construcción, muestra grandes oportunidades debido a que las nuevas obras civiles necesitan ser amobladas con diferentes elementos en madera como puertas, camas y diferente tipo de muebles con el objetivo de ser habitadas por la población colombiana.

Por consiguiente el crecimiento del PIB; provoca una ampliación en el flujo de ingresos para los compradores colombianos; Además estos ingresos son utilizados para comprar bienes y/o servicios con el objetivo de mejorar la calidad de vida y la comodidad de los habitantes del país; Sumando lo anterior esto puede ocasionar un aumento en el consumo de muebles y elementos de lujo para los consumidores; Por esta razón esto ocasiona una mayor demanda y un crecimiento en las ventas de las empresas que venden servicios y productos en Colombia.

En la distribución porcentual del PIB del Valle se observa que el sector más representativo de la economía regional es la industria manufacturera, con un promedio de participación en la década 2000-2010 del 22,07%, seguido de

³² Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf extraído el 13 de septiembre

servicios personales (18.09%); comercio (10.24%), servicios de Intermediación financiera (5.48%) y construcción-obras civiles (3.66%). Los sectores como servicios inmobiliarios y de alquileres de vivienda, transporte, gobierno, agrícola y electricidad, gas y agua, presentan participaciones por debajo del 10%.

En el Valle del cauca el sector manufacturero, tienen una gran importancia en los últimos 10 años; debido a que cuenta con un crecimiento superior, a los demás sectores de la economía del Valle del cauca; lo que indica que las empresas que se encuentran situadas en este sector, tienen gran oportunidad de crecer y de aumentar su productividad, debido al crecimiento sostenido que ha tenido el sector manufacturero durante los últimos años.

6.1.2 El PIB del Valle del Cauca

El PIB del Valle del Cauca a través del período 2000-2010, identifica un ciclo económico que va desde el 2000 al 2008 y otro ciclo que continúa en el

El ciclo de expansión 2000-2007 se caracterizó por fluctuaciones en sus participaciones y dinámicas, arrojando su mayor crecimiento en el 2006 con una tasa de 7.96%. Los sectores de construcción y obras civiles, comercio y finanzas fueron los que más aportaron a esta fase de recuperación y expansión económica. La segunda fase de contracción que finaliza en el 2008, presenta una fuerte caída, al pasar de 7.61% en el 2007 a -0.86% en el 2008, como consecuencia del comportamiento negativo de los sectores construcción y obras civiles, pesca y minería. El segundo ciclo, que corresponde a los años 2009 y 2010, muestra el inicio de una breve recuperación económica, pues señala en el 2009 una dinámica de 4.09%, en contraste con la del año anterior que fue de -0.86%

2008 cuando la tasa de crecimiento de Colombia fue 3.55% y la del Valle del Cauca 0.86% y en el 2009 donde la tasa de crecimiento del Valle del Cauca fue 4.09% y la de Colombia 1.45%.

Es importante tener en cuenta de que la economía del Valle del cauca está en constante crecimiento; lo que ocasiona que las personas que integran estos sectores disponga de un mayor flujo de ingresos y de dinero disponible para comprar bienes y servicios.

Sector primario

El sector primario de la economía se encuentra aquellas actividades económicas básicas del campo o extracción directa de la naturaleza; las cuales no necesitan mayor transformación para su comercialización: como la ganadería la agricultura la minería y la pesca, los cuales son abundantes en el Valle del cauca debido a que cuenta con grandes riquezas naturales que no se han explotado intensivamente hasta hora.

Dentro del gran sector primario, el subsector que más aporta es el agrícola con (caña para azúcar, caña panelera, café, plátano y cacao), transitorios (algodón, arroz, frijol, maíz, sorgo, soya, tabaco), frutales (aguacate, banano, borojó, chontaduro, cítricos, granadilla, guayaba, lulo, maracuyá, mora, piña, tomate de árbol, vid); hortalizas (arveja, cebolla junca, cilantro, habichuela, pimentón, tomate zona ladera, repollo, zapallo) y raíces y tubérculos (arracacha, cebolla cabezona, papa, yuca).

Sector secundario

En el sector secundario de la economía se encuentra aquellas actividades económicas de transformación industrial de los recursos naturales para crear otros productos o bienes finales como alimentos procesados. En este sector se encuentran las industrias de manufacturera, textiles, la construcción; los cuales generan mayores ingresos debido a que transforman los recursos naturales en productos y bienes con valores agregados que satisfacen las necesidades de una población más exigente.

Es el segundo en participación en Producto Interno Bruto -PIB- del Valle del Cauca, con un promedio del 25.73%. Los subsectores de este gran sector son la industria manufacturera y el de la construcción y obras civiles, los cuales participan en promedio para toda la serie en estudio con 86.5% y 13.5%, respectivamente.

En el sector de la construcción y obras civiles, el subsector de edificaciones es el más participativo al aportar un 68.33% en el valor agregado y le sigue el de obras civiles con un 31.67% de participación en términos de valor.

Sector terciario

El sector terciario es un sector de la economía más desarrollado y exigente ya que este se encarga de la prestación de servicios que necesitan las personas

mantener y una buena calidad de vida como los son el transporte, el agua, el gas, el teléfono, el comercio, la hotelería y el turismo que son servicios y productos más especializados de la economía.

Estos tres grandes sectores están en caminadas a desarrollar el potencial económico que tienen el Valle del Cauca, generan empleo y beneficios económicos, lo cual puede ser atractivo para aquellas personas que quieran invertir su dinero en esta región; puesto que ofrece grandes oportunidades y beneficios económicos debido a su rentabilidad y su competitividad a nivel regional.

6.1.3 Economía de Caicedonia Valle³³

La bases de la economía de Caicedonia Valle es la explotación del sector primarios de economía como es la agricultura, Por esta razón cuenta con granes cultivos de cítricos, café y plátano que son fuentes importantes de ingresos económicos del municipio de Caicedonia Valle.

Agricultura

Caicedonia posee diversidad de cultivos que son la base de su economía, entre los cuales se destaca el café, la caña panelera, plátano, cacao, cítricos, fríjol, maíz, soya, sorgo, en un área de 1600 Hectáreas. Cultivables y 820 predios rurales.

Pecuaria

La ganadería en su mayoría es extensiva, en la zona marginal baja y alta cafetera del municipio.

Minería

El municipio se encuentra rodeado por dos ríos (Barragán y Pijao) donde se puede explotar material de arrastre (arena, balasto y piedra); además la explotación de arcilla para fabricación de adobe y teja en las ladrilleras que se encuentran alrededor del casco urbano.

³³ Disponible en <http://www.caicedonia-valle.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mixx-1-&m=fextraído> el 3 de septiembre del 2012

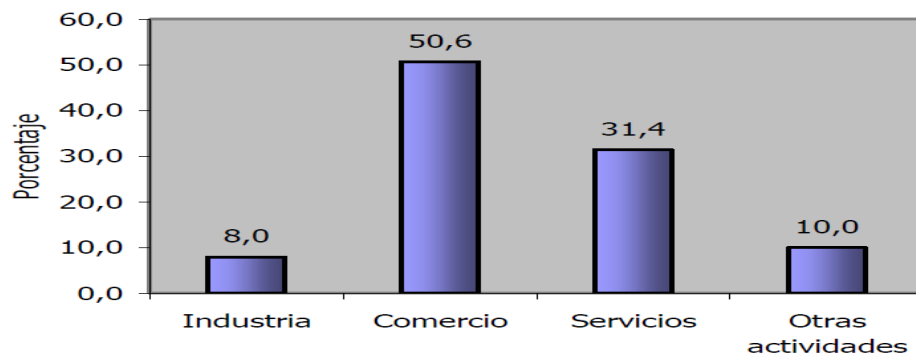
Industria

La industria no es un sector fortalecido dentro del municipio, pero se han realizado varias acciones que pueden activar y fortalecer dicho sector. Primero la industria ya implantada con el proceso comercial del café (trilladora la Mariela, trilladora Cafeca, la cooperativa de Caficultores). Segundo industrias de extracción y transformación de materiales de construcción como ladrilleras. Tercero industrias de tipo artesanal que no tienen ningún tipo de control, generando diferentes impactos ambientales urbanísticos entre ellas: ebanistería, talabarterías, carpinterías, talleres de mecánica, aserradoras, sastrerías y modisterías.

Comercio

El comercio urbano esta sectorizado en las carreras 15 y 16, esto hace que esta zona sea una de las más importantes; puesto que aquí es donde se genera gran parte de la economía del municipio, concentrado principalmente en la venta de elementos para el campo y supermercados.

Establecimientos de actividad económica en Caicedonia Valle.



Fuente departamento nacional de planeacion-caicedonia- Valle

En Caicedonia Valle el 8% de los establecimientos se dedica a la industria, el 50,6% al comercio-, el 31.4% a servicios y el 10% a otras actividades.

Según las estadísticas de las actividades económicas que se encuentran en Caicedonia Valle, solo el 8% de las actividades económicas, están destinadas a la industria; lo que puede ser una gran oportunidad para aquellas personas que deseen desarrollar proyectos de creación de empresa en el municipio; debido a que no hay una gran concentración de industrias en la región que puedan ser una gran competencia en el mercado local.

6.1.4 Inflación ³⁴

El fenómeno de la inflación se define como un aumento sustancial, persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo; este fenómeno puede llegar a producir resultados muy dañinos para la economía en general y el desarrollo de un país, Los autores de tales planteamientos suponen que el sistema económico tiene suficiente flexibilidad de respuesta; para mantener los índices generales de precios auto regulados.³⁵

Las expectativas inflacionarias para el cierre del 2012 bajaron a un 3,27 por ciento, desde el 3,47 por ciento de la encuesta del mes anterior, con lo que las previsiones de los analistas, se mantuvieron dentro del rango que estableció como meta el banco emisor para este año, de entre 2 y 4 por ciento.

En tanto, la moneda local, el peso cerraría abril del 2012 en 1.785,08 unidades por dólar, mientras que al cierre de este año terminaría en 1.824,86 unidades.

La moneda se situaría a finales del 2013 en 1.814,91 unidades.

Esto indica que para las personas que deseen crear una empresa productora y comercializadora de muebles en madera y aspire establecer en Colombia, el índice general de precios es relativamente estable; Puesto que no hay mucho peligro de que los precios de algunos productos e insumos necesarios para la fabricación de muebles en madera; tengan cambios exagerados en los niveles precios, Por esta razón la economía colombiana, regula los niveles de inflación, puesto que es una política del banco de la república de Colombia.

Los precios de los muebles en madera Colombia en el transcurso de los últimos 10 años han aumentado; anteriormente hace en él 2002 una cama se obtenía en el mercado de Caicedonia Valle a un precio de 200.000 pesos; la actualidad esta misma cama se puede adquirir en el mercado local a un precio aproximado de 550.000 pesos; Por esta razón se establece que los niveles de precios de los muebles en madera están aumentando a causa de que los insumos y los materiales necesarios para la fabricación son cada vez más escasos y por lo tanto ocasionan que aumentando el precio de los productos cada día más.

³⁴ Disponible en <http://www.portafolio.co/economia/caen-expectativas-inflacion-colombia-2012-y-2013> extraída el 12 de septiembre

³⁵ Disponible http://www.banrep.gov.co/informes-economicos/ine_pre_frec6.htm extraído el 26 de octubre del 2012

En Colombia no existe ningún tipo de normatividad o acuerdo que sugiera los precios de artículos y muebles en madera para la venta al público, De modo que no hay ningún ente que regule los precios de los muebles y la madera en el país, por dichas razones el comportamiento de los precios obedece a los criterios que utilizan los fabricantes en la elaboración de su producto, frente a la disponibilidad de recursos e insumos necesarios para la producción de dichos muebles en madera, Al mismo tiempo los precios se establecen según los gustos y capacidades económicas de los consumidores, es decir el comportamiento de oferta y demanda e incluso la ubicación de los puntos de venta, determinan el nivel de precios de los artículos en madera en la región.³⁶

por dichas razones esto puede ser una gran oportunidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en Caicedonia valle; Puesto que los precios de los materiales e insumos necesaria para hacer un mueble son estables y no cambian drásticamente; Sumando lo anterior, Caicedonia cuenta con grandes recursos forestales, Por esta razón puede obtenerse aprecio bajos; Al mismo tiempo el municipio se encuentra cerca a grandes ciudades como armenia Quindío, la cual ofrece todo tipo de insumos y materiales para la producción de muebles en madera con precios muy competitivos y asequibles, para cualquier empresa que se encuentre cerca a esta región, Por esta razón puede generar que encuentre empresas productoras de muebles en madera en Caicedonia Valle.

6.1.5 tasa de interés³⁷

“La tasa de interés es el precio del dinero en el mercado financiero. Al igual que el precio de cualquier producto, cuando hay más dinero la tasa baja y cuando hay escasez sube”³⁸

La tasa que aplica para el crédito de Libre Inversión es 29,53% expresada en términos efectivos anuales, en conversión mensual es de 2.18%, lo que indica que los intereses son sustancialmente altos para aquellas personas que piensan invertir en alguna actividad económica y por lo tanto desmotiva a las personas que

³⁶ Disponible en http://www.minagricultura.gov.co/archivos/agenda_forestal_madera_muebles_en_bogota_y_cundinamarca.pdf extraído el 7 de noviembre del 2012

³⁷ Disponible en http://www.sufi.com.co/cs/Satellite?c=Page&cid=1266349013313&pagename=Sufi%2FS_TemplateMenuDerecha_2 extraído el 17 de septiembre del 2012

³⁸ Disponible en http://www.banrep.gov.co/informes-economicos/ine_pre_frec3.htm extraído el 26 de octubre del 2012

quieran acceder a créditos para desarrollar proyectos o actividad económica productivas.

Por tanto si se desea crear una empresa productora y comercializadora de muebles en madera; se deben buscar diferentes fuentes de financiamiento con el objetivo de que el proyecto pueda ser realizado.

Por consiguiente si los intereses en el mercado financiero están altos; las personas no se motiva para realizar presamos; En vista de que muchas personas que realizan un prestamos utilizan estos dineros, parar comprar bienes y servicios especializados, como muebles en madera, por dichas razones, ocasiona que la capacidad que adquisición y de consumidores sea menor; Sin embargó una disminuye el poder de compra de los clientes, generando un disminución de la demanda de bienes y servicios en la economía del país.

6.1.6 tasa de desempleo ³⁹

“La tasa de desempleo es el porcentaje de la mano de obra que no está empleada y que buscan actualmente una ocupación, como proporción de la fuerza de trabajo total”⁴⁰

Pese a la desaceleración de la economía, el sector productivo colombiano aumentó la generación de empleo. Según el Dane, la tasa de desocupación en el sexto mes del año se ubicó en 10 por ciento, es decir, en el límite de un dígito. Lo que indica que hay un número menor de personas desempleadas comparadas con cifras de años anteriores.

La cifra es 0,9 puntos porcentuales inferior a la registrada en el mismo mes de 2011, reveló el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane).

En junio, según el Dane, el total de ocupados del país ascendió a 21 millones de personas, mientras los desocupados alcanzaron los 2,3 millones de ciudadanos.

Una disminución en el desempleo, indica que hay mayor número de personas con ingresos disponibles; ocasionando un aumento en el consumo y en la inversión.

³⁹Disponible en <http://www.portafolio.co/economia/desempleo-colombia-10-junio-segun-el-dane> extraída el 13 de septiembre

⁴⁰disponible <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/51/conmacroeco.htm> extraído el 26 de octubre del 2012

Para ayudar a disminuir estas cifras los colombianos deben desarrollar proyectos productivos, que aporten en el desarrollo industrial de algunas regiones del país, de igual manera el gobierno debe apoyar e incentivar propuestas productivas como la creación de empresas, que estén en caminadas a generar empleo y ayudar a mejorar las condiciones de vida de los colombianos.

El mercado laboral del departamento del Valle del Cauca, la tasa de ocupación llegó a un 14.0% lo que indica un aumento del 1.3 % comparado con la tasa de desempleo nacional entre el 2001 y el 2009, se observó que a pesar de seguir la misma tendencia descendente, el Valle del Cauca se ha ubicado por encima en la mayor parte de periodos, en promedio con 14% frente al 13% nacional en el periodo de 2001 al 2009 ⁴¹

Por consiguiente el Departamento del Valle del Cauca, tienen un porcentaje alto de desempleo, comparado con el índice de desempleo nacional; Por esta razón se considera como un indicador negativo, Puesto que hay un mayor número de personas sin empleo, Por consiguiente indica un alto número de persona sin ingresos; De ahí que repercute, en un niveles mas bajos de consumo en el departamental, Por esta razón ocasiona una disminución de la productividad de la región.

Si hay un gran número de personas desempleadas, esto causa algunas individuos no puedan adquirir bienes y servicios; Por consiguiente esto es perjudicial para el desarrollo de proyectos productivos, como lo es la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera, por dichas razones las personas no tienen ingresos disponibles, Por lo tanto no podrán adquirir los artículos y muebles que puede vender este tipo de empresas.



Fuente. DANE – Planeación Municipal

⁴¹ Disponible http://www.dane.gov.co/files/icer/2010/valle_icer__10.pdf extraído noviembre 7 del 2012

En Caicedonia Valle hay una población económicamente activa de 17,272 personas los cuales el 14% de ellas están desempleadas y 86% se encuentran empleada en alguna actividad económica. Lo que indica que en Caicedonia Valle el 86% de su población económicamente activa tienen ingresos disponibles que puede ser usados para comprar bienes y muebles en madera que pueden mejorar la calidad y las condiciones de vida.

Es necesario recalcar que para la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia; no se hace necesario personal con un alto nivel educativo para el manejo de la maquinaria de la organización; por dichas razones esto puede ser una oportunidad de empleo para aquéllos individuos que no tenga la oportunidad acceder a una educación superior; Puesto que la sociedad actual es muy exigente y selectiva al momento de contratar personal para una compañía; Más aún cuando no tienen la educación y la experticia suficiente para ocupar un cargo en una empresa; Pero, Sin embargó, hay que tener en cuenta que este tipo de empresas no promueven el desarrollo de la competitividad; puesto que la integrantes de estas industrias no tienen un nivel educativo alto, por consiguiente esto promueve la creación informal de empleo; por lo tanto no contribuye demasiado a la disminución del desempleo en el país en la región.

6.1.7 balanza comercial⁴²

“La balanza comercial es la diferencia que existe entre el total de las exportaciones e importaciones de un país”⁴³

Las importaciones Colombianas en enero del año pasado ascendieron a 4.420 millones de dólares, 17,3 por ciento más que en el mismo mes del 2011.

Así como las ventas de petróleo han impulsado las ventas externas del país, las compras al exterior están explicadas principalmente por las importaciones de combustibles, aceites minerales y sus productos que según el Dane, crecieron 107,7 por ciento frente a enero del año pasado.

Entre las materias primas y productos intermedios y bienes de capital para construcción, el empresariado colombiano importó el 80,5 por ciento (3.558

⁴² disponible en <http://www.portafolio.co/negocios/importaciones-crecieron-173-enero-2012> extraído el 13 de septiembre del 2012

⁴³ Disponible en http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=135&Itemid=56 extraído el 26 de octubre del 2012

millones de dólares) del total de las compras externas; una competencia directa a la producción nacional, sumando 822 millones de dólares y una participación de 18,6 por ciento de las importaciones del sector.

El Dane destacó que el mayor aumento en las importaciones se produjo en las originarias de China, con 54,1 por ciento, hasta llegar a 706,8 millones de dólares, crecimiento que la entidad de las estadísticas explica por los incrementos en las compras de aparatos y material eléctrico (54,9 por ciento), y calderas, máquinas y partes (36,7 por ciento).

Los principales productos importados fueron los tableros de partículas OSB y Waferboard de madera u otras materias leñosas (12.1%), seguido por los tableros de fibra de densidad media MDF, de espesor superior a 9mm (11.4%)

La balanza comercial colombiana de muebles de madera ha sido superavitaria, Colombia esta posicionado como un exportador de muebles, históricamente ha exportado a países como Venezuela (35%), Estados Unidos (22%) y Panamá (13%). Sin embargo, desde el año 2008, las exportaciones a Venezuela se redujeron, por inconvenientes entre los dos países y esto se ve reflejado en una disminución de las exportaciones de este tipo de productos, lo que ha marcado una tendencia decreciente de las exportaciones en la balanza.⁴⁴

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos. La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano. Actualmente la Superintendencia Financiera de Colombia es la que calcula y certifica diariamente la TRM con base en las operaciones registradas el día hábil inmediatamente anterior.⁴⁵

Los resultados del comercio exterior en 2011 fueron de 56.953 millones de dólares: un crecimiento del 43%; En parte por los altos precios del petróleo, del carbón y del oro (que refleja la falta de confianza en las otras monedas fuertes del mundo). Por consiguiente las expectativas condujeron a que la tasa de cambio encajara el golpe y registrara niveles por debajo de 1.780 pesos por dólar.

Las exportaciones tradicionales crecieron en 57%, en comparación con un 18,7% por ciento para las exportaciones no tradicionales, cifra que sin embargo no está

⁴⁴ Disponible en http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Perfil_Forestal_2012.pdf extraído el 10 de octubre del 2012

⁴⁵ Disponible en http://www.banrep.gov.co/series-estadisticas/see_ts_trm.htm#tasa extraído el 13 de noviembre del 2012

nada mal al considerar la revaluación del peso y la tasa de cambio fue de 1.850 pesos por dólar y en la actualidad es de 1.780.⁴⁶

El comportamiento de la tasa de cambio nominal en Colombia y el fortalecimiento en términos de intercambio y aumento de exportaciones de origen minero, así como el ingreso de divisas para financiar al gobierno y a la explotación petrolera, provocaron una mayor oferta de dólares en el mercado interno que revaluó la moneda colombiana en un 6,4% entre diciembre de 2009 y diciembre de 2010.⁴⁷

por dichas razones el precio del dólar bajo considerablemente comparado con años anteriores; esto ocasiona que en el mercado colombiano, aumente las importaciones de tecnología y de maquinaria pesada las cuales pueden ser aprovechadas por personas que deseen crear proyectos productivos como lo es el montaje de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera; debido a que el peso colombiano está más fuerte comparado con el dólar; lo indica que se pagan menos pesos por un dólar; Por esta razón muchas personas y empresarios aprovechan para importar materias primas y elementos tecnológicos los cuales en el país son difíciles de adquirir y son sumamente costosos producirlos; Por lo tanto se importan de otros lugares donde son más fáciles de adquirir y menos costosos.

La tendencia reevaluación comenzó a revertirse al pasar de una tasa de cambio de \$1.786 a otra de \$1.914 al finalizar el año. Además, para contrarrestar el impacto económico de la apreciación se propuso eliminar gradualmente la sobretasa del 20% que debía pagar la industria por su consumo de energía eléctrica y se redujeron aranceles para cerca de 4000 partidas de materias primas y bienes de capital (CEPAL, 2010), con la intención de reducir los costos de producción y aliviar así el efecto de la revaluación sobre los balances de los exportadores.

Un aumento en las importaciones del sector de muebles en madera puede ser una gran oportunidad, para que las empresas productoras y comercializadoras de

⁴⁶ Salomón Kalmanovitz, Economía colombiana: el buen año que ya pasó y las perspectivas para 2012/ ECONOMIA Y SOCIEDAD/ Domingo, 26 de Febrero de 2012 disponible en <http://www.razonpublica.com/index.php/econom-y-sociedad-temas-29/2754-economia-colombiana-el-buen-ano-que-ya-paso-y-las-perspectivas-para-2012.html> extraído el martes 13 de noviembre del 2012

⁴⁷ RJ Mesa, M López G, A Rodríguez V - Perfil de Coyuntura Económica, 2010 - [scielo.org.co](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-42142010000200002&script=sci_arttext&tlng=p) disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-42142010000200002&script=sci_arttext&tlng=p extraído el 13 de octubre del 2012

muebles en madera para importen tecnología y materiales de punta; con el objetivo mejorar los procesos productivos y mejoren la calidad de los muebles que se producen en Colombia.

Esto es muy favorable para las personas que deseen crear una empresas en Colombia; Puesto que se puede importar tecnología de punta fácilmente, con el objetivo estar a la vanguardia y ser más competitivos que las empresas que se encuentre ya establecidas; En vista de que se pueden obtener e importar una tecnología más económica eficiente y segura; la cual brinde mayor productividad y genere menores desperdicios de materiales al momento de establecer un volumen de producción considerable.

6.1.8 Índice de precios al productor⁴⁸

Es el indicador coyuntural sobre los precios de los bienes en el primer canal de distribución, es decir, precios del productor. Reporta la variación promedio de los precios de una cesta de bienes que se producen en el país para consumo interno y para exportación, incluye sector primario y secundario.⁴⁹

En términos generales, el mercado nacional de los precios al productor en la cadena forestal han venido aumentando considerablemente comparado con los precios de otros productos del sector manufacturero .

El aumento de los costos en las actividades de aserrado, cepillado y de pintura se ha elevado a causa de los altos costos de los combustibles y de los insumos necesarios para dichas tareas. Por lo tanto esto ocasiona un incremento en los costos del productor, lo que se traduce en un mayor precio de los muebles y artículos en madera.

De igual manera, la madera y los productos derivados de la madera como corchos y tableros de madera han presentando una elevación de precios con un ritmo inferior comparado con el precio de la madera en bloque o en trosas.

Esto puede indicar una gran desventaja para las personas que deseen crear una empresa productora y comercializadora de muebles en madera; Puesto que el

⁴⁸ Héctor j. Martínez coaleda Ministerio de agricultura y desarrollo rural observatorio agro cadenas colombiana/características y estructuras del sector forestal madera muebles en Colombia/noviembre del 2005 pág.42/43/ <http://www.softwareganadero.com/Articulos/Caracteristicas%20y%20estructura%20del%20sector%20forestal%20en%20Colombia.pdf> extraído el 13 de octubre del 2012

⁴⁹ Disponible en http://www.dane.gov.co/index.php?Itemid=76&id=102&option=com_content&view=article extraído el 15 de noviembre

valor de la madera en bloques y trossas está aumentando su valor considerablemente, por los altos costos incurridos en su transformación; por otra parte se pueden sustituir algunas piezas de los muebles con materiales como las láminas de madera que tienen un menor costo comparada con la madera en bloque.

6.1.9 Índices de precios al consumidor

El IPC es un indicador que mide la variación de precios de una canasta de bienes y servicios representativos del consumo de los hogares del país. Los resultados son analizados por grupos, subgrupos y clases de gastos, gastos básicos y niveles de ingreso.⁵⁰

Los precios de los muebles en madera que se comercializan en el municipio de Caicedonia Valle; dependen en cierta parte del criterio del productor; de igual manera dependen del valor de los insumos y materiales necesarios para la fabricación de los artículos; los precios además se establecen según los estilos y los tipos de muebles que se desean adquirir; ejemplo se pueden comprar una sillas en madera desde 100.000 pesos en adelante su valor depende del tipo de silla y la madera en que está hecha; se pueden encontrar otros artículos como camas que pueden tener un valor de 250.000 pesos en adelante y su valor depende de igual manera del estilo de cama y la madera en que se hizo esta. Muchos artículos en madera como sillas, comedores, closet, camas y muchos otros muebles se pueden encontrar, en el mercado regional a precios de 100.000 pesos en adelante; el valor para el consumidor depende del tipo de mueble, el estilo, la madera en que este hecho y el color que el cliente desee.⁵¹

6.2 ENTORNO DEMOGRÁFICO⁵²

6.2.1 Tamaño de la población colombiana

La población colombiana en el país llegó a los 46'000.000 de habitantes y en el 30 de junio del 2012, de los cuales 22'731.299 serán hombres (49,37 por ciento) y 23'313.302, mujeres (50,63 por ciento). Es decir, 97 hombres por cada cien mujeres.

⁵⁰ Disponible en http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=348&Itemid=76 extraído el 15 de octubre del 2012

⁵¹ Información brindada por los productores y comercializadores de muebles en madera del municipio de Caicedonia valle información extraída el 15 de noviembre del 2012

⁵² Disponible en <http://www.semana.com/nacion/colombia-significa-llegar-46000000-habitantes/157670-3.aspx> extraído el 4 de septiembre del 2012-09-05

Aun que el número de habitantes crece y la tasa de natalidad es todavía alta, la población tiende a ser más vieja. Ante esta realidad, el país se enfrentará a una situación que, sin previsión ni decisiones tomadas a tiempo, podría agudizar los actuales problemas sociales, económicos y ecológicos.

Según el Departamento Nacional de Estadística (DANE), entre el 2005 y el 2011, la población de entre 15 y 59 años pasó del 60 por ciento al 67 por ciento. La misma situación se presentó con la población adulta mayor, que en los últimos cinco años pasó del 8,9 por ciento al 10 por ciento.

Mientras la población adulta crece, el número de niños y adolescentes de entre los 0 y 14 años se reduce: pasó del 31 por ciento al 28 por ciento entre el 2005 y el 2010. Esto significa que para el año 2020, la relación de niños por cada cien mujeres de 15 a 49 años (edad fértil) pasará de 35 a 33.

Cada minuto nace en Colombia un nuevo ciudadano; la tasa de natalidad es alta a lo esperado, en términos generales la población nacional será más vieja. Según la reciente Encuesta Nacional de Demografía y Salud, con el tiempo en los hogares se notara menos hermanos y primos y más presencia de tíos, abuelos y bisabuelos.

6.2.2 La población estimada para el departamento del Valle

La población estimada para el departamento del Valle en el 2030 es de 6.420.534 de personas, lo que muestra una tasa de crecimiento de 1.5% anual en el periodo.

El departamento del Valle tendrá municipios de gran tamaño poblacional, con excepción de Argelia, todas las ciudades tendrán más de diez mil habitantes, lo que debe ser motivo de atención por parte de las autoridades locales, regionales y nacionales.

La comparación entre nuestras proyecciones poblacionales y las elaboradas por el DANE para el departamento, correspondientes al año 2010, arrojan un total de población departamental superior en 62.000 habitantes a los estimativos oficiales.

La tendencia de que existan más mujeres que hombres se mantendrá hasta el año 2020. El hecho de que haya 97 hombres por cada cien mujeres tendría efectos sociales preocupantes si se mantiene la iniquidad de género, como quedó demostrado en la reciente Encuesta Nacional de Demografía y Salud.

Las mujeres, aunque tienen más años de estudio y tienen más participación en el mercado laboral, reciben menos salario que los hombres y las empresas aún les ponen obstáculos como pruebas de embarazo y de VIH-sida y certificaciones de esterilización como requisitos para obtener un cargo, además de los despidos durante su embarazo o después de dar a luz.

"El gran desafío de la sociedad es la equidad de género. Si hay mayor porcentaje de mujeres y ellas ganan menos y a la vez son cabeza de hogar, como la proporción es grande, los efectos son mayores", asegura Jorge Bustamante Roldán, director del DANE

La situación actual de equidad de género puede ser un problema potencial para el desarrollo industrial en Colombia, porque normalmente las mujeres en Colombia son discriminadas salarialmente; Por esta razón los hombres gana más dinero que las mujeres; de igual manera son discriminadas al momentos de competir por un cargo laboral; debido a que hay un favoritismo por los hombres; Puesto que por cada mujer empleada hay 3 hombres empleados.

Cuadro 6. Proyecciones nacionales y departamentales de población 2005-2020⁵³

Población			
Año	Total	Hombres	Mujeres
2005	4.161.425	2.022.815	2.138.610
2010	4.382.939	2.126.737	2.256.202
2015	4.613.377	2.236.636	2.376.741
2020	4.852.896	2.350.433	2.502.463

Fuente estadística de tamaño de población en el Valle del Cauca

⁵³ Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/7Proyecciones_poblacion.pdf extraído el 4 de septiembre del 2012

Cuadro 7. Relación genero y edades

Hombres

Grupo de	2005	2010	2015	2020
Total	2.022.81	2.126.631	2.235.21	2.348.78

Fuente. DANE

Esta tabla indica el número de hombres del Valle del Cauca

Cuadro 8. Relación genero y edades

Mujeres

Grupo de	2005	2010	2015	2020
Total			2.378.166	2.504.108

Fuente. DANE

Esta tabla indica el número de mujeres del Valle del Cauca

6.2.3 Análisis Demográfico Municipio de Caicedonia⁵⁴

Con una tasa promedio de crecimiento demográfico anual del 0.34%, la población proyectada por el DANE para el año 2015 será de 29.830 habitantes, de los cuales el 78.67% se ubicaran en la cabecera municipal y el 21.33% en la zona rural, el 50.29% corresponderá al género masculino y el 49.71% al género femenino.

Esto indica que la población Caicedonia esta emigrando a diferentes lugares del país en búsqueda de mejores oportunidades de empleo, lo que puede ser perjudicial para las empresas que se encuentren situadas en la región, debido a que mucho personal calificado para algunas actividades económicas esta emigrando a otros lugares del país, por lo tanto Caicedonia se está quedando sin personas que tenga ingresos disponibles, lo cual puede repercutir en la economía del municipio.

La población para el año 2012 de acuerdo a la proyección DANE, es de 30.341 de los cuales el 50.8% corresponde al género masculino y el 49.2% al género femenino. Aproximadamente el 73,6% de los hogares de Caicedonia tiene 4 o menos personas. El 43,7% de las personas de 10 años y más, tienen estado conyugal Soltero(a) y el 25,1% Unión Libre. El 66,5% de la población de la

⁵⁴ Información extraída de PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2012 – 2015

cabecera municipal, de 3 a 24 años asiste a un establecimiento educativo formal. El 46,5% de la población residente en el municipio, ha alcanzado el nivel básica primaria; el 29,9% ha alcanzado secundaria y el 4,3% el nivel superior y postgrado. La población residente sin ningún nivel educativo es el 11,3%.

Por grupos de edad, el rango comprendido entre los 30 y los 39 años denota una disminución relativa, provocada por desplazamientos hacia otras regiones en procura de empleo.

Del total de los habitantes del municipio, el 8.20% corresponde a niños, niñas y adolescentes y el 9.68% a adultos mayores de 65 años.

La población SISBENZADA del municipio, es de 23.340 personas, de los cuales el 47.00% presenta necesidades básicas insatisfechas relacionadas con la salud, la educación, la vivienda y el ingreso, el 35.28% cuentan con algún tipo de recurso que les permite atender la vivienda y el ingreso.

Cuadro 9 Base de proyección de población de Caicedonia Valle.

AÑO	POBLACIÓN CENSADA	POBLACIÓN AJUSTADA	AJUSTE	% AJUSTE
2005	29.808	30.341	533	1.76

Fuente. Planeación Municipal.

Población proyectada por género.



Fuente. DANE – Planeación Municipal.

Esta imagen demuestra que Caicedonia Valle tienen una equidad de géneros muy equilibrada, por lo tanto esto puede ser una gran oportunidad para aquellas

personas que deseen crear empresas en Caicedonia Valle, debido a que pueden encontrar mano de obra disponible, ya sea de hombres o de mujeres.

Cuadro 10 Proyección por estratos socio económico

ESTRATO	URBANO	RURAL	TOTAL
1	975	2.743	3.718
2	10.852	2.152	13.004
3	10.557	871	11.428
4	1.868	81	1.949
5	571	111	182
6	0	60	60
	24.323	6.018	30.341

Fuente. Planeación Municipal.

Población proyectada por estratos para el 2012

Esta tabla indica la división rural y urbana el número de los estratos socioeconómicos de Caicedonia Valle

La información de los estratos socio económicos puede ser utilizado con el objetivo de establecer un mercado meta para los artículos y muebles que la empresa desea vender; Puesto que dependiendo del nivel de ingresos que pueden tener las personas de Caicedonia Valle; se diseña un portafolio de productos acorde a su necesidades.

Cuadro 11 Población proyectada de Caicedonia Valle

AÑO	2012	2013	2014	2015
TOTAL	30.132	30.032	29.928	29.830

Fuente. Planeación Municipal.

Esta tabla indica el número de personas de Caicedonia Valle.

6.2.4 Tasa de natalidad

La tasa bruta de natalidad indica la cantidad de nacidos vivos en el año, por cada 1000 habitantes, estimada a mitad de año. Si se resta la tasa bruta de mortalidad a la tasa bruta de natalidad, ofrece la tasa de incremento natural, que es igual a la tasa de crecimiento de la población en ausencia de migración.⁵⁵

Esta variable da el número promedio anual de nacimientos durante un año por cada 1000 habitantes, también conocida como tasa bruta de natalidad. La tasa de natalidad suele ser el factor decisivo para determinar la tasa de crecimiento de la población. Depende tanto del nivel de fertilidad y de la estructura por edades de la población.

Tasa de natalidad en Colombia: 17,23 nacimientos/1.000 habitantes (2011.)⁵⁶

Un análisis de grupos de edad y zonas, indica las mujeres entre 20 y 24 años en la zona rural tienen la mayor tasa de fecundidad, puesto que presentan una tasa de 168 nacimientos por mil mujeres, mientras que para esas mismas edades en las zonas urbanas, se aprecia que hay una tasa de 110 nacimientos por mil mujeres. Adicionalmente, es de destacar que para las edades entre 15 y 19 años en la zona rural, hay una tasa de 122 nacimientos por mil mujeres, mientras que para las mismas edades en la zona urbana, la tasa de nacimientos por mil mujeres es de 73.

Se observa, en particular en la adolescencia, que las jóvenes rurales son las que tienen el más alto índice de nacimientos en comparación con las adolescentes y mujeres jóvenes en las ciudades, lo que conlleva a plantearse la necesidad de revisar el acceso de métodos anticonceptivos en el nivel rural y plantear medidas para la garantía efectiva en el ejercicio de los derechos sexuales y reproductivos de las mujeres jóvenes colombianas en el campo.

La población del departamento del Valle del Cauca creció a una tasa promedio de 1.6% por 1000. Lo que indica que por cada 1000 personas que residan en el Valle del Cauca nacen 16 personas según el censo del 2005 en el Valle del Cauca.

Las estructuras poblacionales del departamento y de los municipios permiten clasificar la población de los distintos entes territoriales en cuatro tipos demográficos:

⁵⁵ Archivo disponibles en <http://datos.bancomundial.org/indicador/SP.DYN.CBRT.IN>

⁵⁶ Archivo disponible en www.indexmundi.com/es/colombia/ extraído el 17 de noviembre del 2012

Crecimiento rápido: Alcalá, Andalucía, Bolívar, Buenaventura, Bugalagrande, Calima, Dagua, El Cairo, Florida, Ginebra, Guacarí, Obando, Pradera, Rolda-nillo, San Pedro, Trujillo, Ulloa, Vives, Yotoco y Zarzal.

Crecimiento lento: Departamento del Valle, así como de los municipios de Cali, Buga, Candelaria, Cartago, El Cerrito, Jamundí, La Unión, Palmira, Tuluá y Yumbo.

Crecimiento estacionario: La Cumbre, Toro, Caicedonia y Restrepo.

Expulsores: Ansermanuevo, Argelia, El Águila, El Dovio, La Victoria, Riofrío, Sevilla y Versalles.

La tasa general de fecundación de Caicedonia Valle relaciona el número de nacimientos con mujeres entre 15 a 44 años de edad; considerada esta población en edad fértil. El comportamiento de la tasa general de fecundación; esta presenta una leve tendencia al aumento obteniendo como resultado una tasa general de fecundación de 36.4%; lo que indica que por cada 1000 mujeres en edad fértil residentes en el municipio de Caicedonia Valle nacen 36.4 niños según el censo del 2007 hecho en la ciudad de Caicedonia Valle.

Esto indica que el crecimiento de la población Caicedonia es bajo; Por consiguiente indica un mercado pequeño para la empresa productora de muebles en madera; por dichas razones se debe establecer un volumen de producción acorde a las necesidades del mercado.

6.2.5 Tasa de mortalidad

Esta variable establece el número medio anual de muertes durante un año por cada 1000 habitantes, también conocida como tasa bruta de mortalidad. La tasa de mortalidad, a pesar de ser sólo un indicador aproximado de la situación de mortalidad en un país, indica con precisión el impacto actual de mortalidad en el crecimiento de la población. Este indicador es significativamente afectado por la distribución de edades. La mayoría de los países eventualmente mostrarán un aumento en la tasa de mortalidad general, a pesar del continuo descenso de la mortalidad en todas las edades, a medida que una disminución en la tasa de fecundidad resulta en un envejecimiento de la población.

Tasa de mortalidad en Colombia 5,29 muertes/1.000 habitantes (julio 2011.)⁵⁷

⁵⁷ Archivo disponible en www.indexmundi.com/es/colombia/ extraído el 17 de noviembre del 2012

Mortalidad del Valle del Cauca según la proyección del Dane del 2010-2015 el Valle del Cauca presenta una tasa de mortalidad de 13.35 muertes por cada 1000 habitantes; lo que indica que por cada 1000 personas residentes Valle del Cauca murieron 13.35 personas. Proyección del Dane del 2010-2015 el Valle del Cauca⁵⁸

Esta variable indica que hay un alto número de personas que mueren por diferentes causas; estos individuos posiblemente podrían ser compradores y clientes potenciales de la empresa productora y comercializadora de muebles de muebles; Por esta razón podría ser un elemento negativo porque el número de clientes potenciales del mercado está disminuyendo a causa de muertes; ya sean por causa natural, accidentes o por asesinatos violentos.

6.2.6 Tasa de migración

Esta variable incluye la cifra correspondiente a la diferencia entre el número de personas que entran y salen de un país durante el año por cada 1000 habitantes (basada en la población medida a mitad del año).

Tasa de migración neta en Colombia: -0,66 migrante(s)/1.000 habitantes (2011.)⁵⁹

Esta variable es negativa lo que indica que en los últimos años las personas del país que migraron a otros países del mundo con el objetivo de buscar mejores oportunidades de empleo están regresando a causa de las crisis económicas que están presentando algunos países como España; por esta razón los colombianos que se encuentran en estos lugares del mundo están regresando al país puesto que muchos individuos se quedaron sin empleo y regresan a su patria de origen con el objetivo de buscar empleo.

Esta variable puede afectar a los individuos que viven de las remesas que sus familiares les envían; puestos que estos individuos utilizan estos dineros para comprar alimentos y diferentes artículos que puedan mejorar sus condiciones de vida en el país.

Esto puede ser negativo para las empresas productoras de muebles en el país, puesto que muchas personas que reciben las remesas; utilizan estos dineros para comprar artículos y muebles en madera; por dichas razones se puede afectar el consumo artículos para el hogar como camas, comedores y muebles que son

⁵⁸ Archivo disponible en <http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/uploads/2012/05/Estructura-Valle-del-Cauca.pdf> extraído el 17 de noviembre del 2012

⁵⁹ Archivo disponible en www.indexmundi.com/es/colombia/ extraído el 17 de noviembre del 2012

comprados, para mejorar la calidad de vida de las individuos que residen en Colombia.

6.2.7 Esperanza de vida

Esta variable contiene el número promedio de años de vida para un grupo de personas nacidas en el mismo año, si la mortalidad para cada edad se mantiene constante en el futuro. La entrada incluye el total de la población, así como los componentes masculino y femenino. La esperanza de vida al nacer es también una medida general de la calidad de vida en un país y resume la tasa de mortalidad para todas las edades. También puede ser medida como un indicador de la tasa de retorno potencial de la inversión en capital humano.

Expectativa de vida al nacer: **población total:** 74,79 años⁶⁰

hombres: 71,55 años

mujeres: 78,23 años

6.2.8 Tasa de alfabetismo

Se conoce como tasa de alfabetismo la relación que existe entre las personas a partir de cierta edad que declararon saber leer y escribir y el total de la población que contestó esta pregunta. “Naciones Unidas recomienda que la información acerca de alfabetismo debe ser recogida para todas las personas de 10 años y más. Los censos colombianos recogen esta información a partir de edades menores. En los censos de 1973, 1985 y 1993, la pregunta para medir alfabetismo se aplicó a todas las personas de 5 años y más. En 1964 esta pregunta se le hizo a todas las personas”⁶¹. Si bien en el Censo 2005 se preguntó a partir de 3 años, dicha tasa se calcula a partir de 5 años para guardar y comparar con otros censos.⁶¹

Tasa de alfabetismos la realidad es que Colombia tienen una tasa analfabetismo de 9,6%.⁶²

El Plan Nacional de Desarrollo 2010-2014 tiene la meta de reducir la tasa de analfabetismo de 6,7% a 5,7%. Es decir, se compromete a alfabetizar, en cuatro años, a un poco más de 300.000 colombianos iletrados mayores de 15 años. Con

⁶⁰ Archivo disponible en www.indexmundi.com/es/colombia/ extraído el 17 de noviembre del 2012

⁶¹ Archivo disponible en http://www.dane.gov.co/censo/files/boletines/bol_educacion.pdf extraído el 20 de octubre del 2012

⁶² Archivo disponible en <http://www.caracol.com.co/noticias/entretenimiento/mineducacion-el-analfabetismo-en-colombia-es-mayor-del-que-se-creia/20070907/nota/477314.aspx> extraído el 17 de noviembre del 2012/ la ministra Cecilia María Vélez.⁶²

esta medida de avance, Colombia demoraría alrededor de 30 años en erradicar el analfabetismo; destinando el 1% de las regalías. En contraste, entre 2003 y 2010 sólo se invirtieron 90 millones de dólares, sumando distintas fuentes, en el Programa Nacional de Alfabetización y Educación Básica y Media de Jóvenes y Adultos. Y se anuncia que el “Programa Cero Analfabetismo en Colombia” destinará \$60 mil millones para alfabetizar a 65 mil iletrados.⁶³

Esta variable indica que cada día los colombianos están cada vez más capacitados; por lo tanto pueden acceder a mejores empleos y disponer de más recursos o dinero; Por consiguiente pueden mejorar sus condiciones de vida gracias a que pueden competir por empleos bien remunerados.

Esto puede ser positivo para las empresas de muebles en madera que se encuentre en el país; Puesto que si los individuos del país tienen un empleo bien remunerado pueden comprar los artículos y muebles que venden estas empresas.

6.2.9 Ingreso promedio

Se consideran en esta categoría los ingresos percibidos por los ocupados en concepto de sueldo, salario, jornal, beneficio o ganancia, tanto en la ocupación principal como en la secundaria⁶⁴

En Colombia, el salario promedio es de 692 dólares, cerca de 1'240.963 pesos, que representa menos de la mitad de la media mundial.⁶⁵

Esta variable indican que los salarios en Colombia son muy bajos comparados con los del resto del mundo; por consiguiente esto puede ser negativo para las personas que deseen crear una empresa productora de muebles en madera en el país; puesto que muchas los individuos del país no gana el suficiente dinero para comprar los artículos que puede ofrecer este tipo de empresa.

Por dichas razones, si se desea crear una empresa productora de muebles en madera; hay que buscar un nicho de mercado acordes a los precio y el tipo de productos que puede ofrecer esta organización.

⁶³ Archivo disponible en <http://www.elspectador.com/impreso/opinion/columna-296568-analfabetas-cero-prioridad>, extraído el 20 noviembre del 2012

⁶⁴ Archivo disponible en <http://www.ine.gob.hn/drupal/node/215> extraído el 20 de noviembre del 2012

⁶⁵ Archivo disponible <http://www.portafolio.co/finanzas-personales/colombia-los-20-paises-peores-salarios-del-mundo> extraído el 20 de noviembre del 2012

6.3 ENTORNO JURÍDICO

El marco jurídico el conjunto de compromisos, derechos y obligaciones contraídas por una empresa con socios, proveedores, clientes, personal en un área geográfica determinan.⁶⁶

Estos son alguno de los requisitos y compromisos legales que debe asumir un empresario si desea establecer una empresa en Colombia.

6.3.1 Derecho comercial

Normas y leyes para la creación de empresas⁶⁷

Las normas y leyes establecidas en Colombia para la creación de una empresa productora y comercializadoras de muebles en madera en Caicedonia Valle.

Según el Código de Comercio Colombiano, Libro Segundo, artículo 98 y subsiguientes.

Para crear una empresa en Colombia se debe cumplir los siguientes requisitos legales:

Ley 80 de 1993 artículo 7 Parágrafo 3°. Por lo cual se expiden el estatus general de la contratación de la administración pública, artículo 7 de los consocios y las uniones temporales parrafo3, en los casos en que se conforme una sociedad bajo cualquiera de las modalidades previstas en la ley con el único objetivo de presentar una propuesta, celebrar y ejecutar un contrato estatal, la responsabilidad y sus efectos se regirán por las disposiciones previstas en esta ley para los consocios⁶⁸

Ley 222 de 1995.

Ley 1014 del 26 de enero 2006.

Decreto 4463 del 15 de diciembre de 2006.

Estatuto Tributario artículo 79.

⁶⁶ Disponible en <http://www.phtz.com/bufete-juridico/asesoramiento-empresarial/marco-juridico/> extraído el 26 de octubre del 2012

⁶⁷ Disponible en http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf extraído el 23 de octubre del 2012

⁶⁸ Disponible en http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85593_archivo_pdf4.pdf extraído el 22 de septiembre del 2012

En el Artículo 58 la Constitución Política hace referencia a los derechos de propiedad, consagrando la propiedad privada como derecho de los colombianos, sujeto al interés público o social y dándole importancia a las formas de propiedad asociativa y solidaria.

Estas normas y leyes deben ser cumplidas por todas las personas que deseen establecer una empresa en Colombia y se deben cumplir en todo el territorio nacional.

Estas leyes y normas fomentan la creación formal de empleo y tienen como objetivo regular el funcionamiento legal de cualquier empresa que se establezca en país; de igual manera busca defender los derechos de los consumidores y cliente garantizando de que las compañías que se establezca en la región cumpla con los mínimos requisitos para puedan funcionar al público.

Por otra parte estos requisitos son demasiado costosos debido a que hay que hacer una gran inversión de dinero para pagar los trámites exigidos por el estado para poder funcionar.

6.3.2 Derecho laboral

Cuadro 12 Trámites y procedimientos administrativos para la creación de una empresa

TRÁMITES REGISTRALES		TRÁMITES ESPECÍFICOS
TRÁMITES LABORALES		
Trámites hasta el registro correspondiente	Trámites relacionados según la ubicación de la empresa	Trámites relacionados con la vinculación de personal
Certificado de homonimia	Certificado del uso del suelo	Aportes parafiscales
Escritura pública	Paz y Salvo y/o recibo de pago de Impuesto de Industria y Comercio	Afiliación en la Caja de Compensación Familiar

Inscripción ante la Cámara de Comercio	Certificado de Condiciones de Sanidad	Afiliación en la EPS
Registro mercantil	Certificado de Seguridad y Prevención	Afiliación en las Administradoras de Riesgos Profesionales, ARP
Matrícula mercantil	Certificado de Condiciones ambientales	Registro de los contratos laborales
Certificado de Existencia y Representación Legal	Certificado de Sayco y ACIM-PRO	
Registro Único Tributario, RUT		

Fuente www.mineducacion.gov.co

Es importante de que las personas que deseen crear una empresa en la región cumplan con estos requisitos y trámites legales; los cuales le pueden ofrecer benéficos; por ejemplo si una persona cumple con todos los tramites y requisitos legales de funcionamiento, puede acceder fácilmente a créditos bancarios con el objetivo de invertir en el negocio y mantenerse en el mercado.

6.3.3 Derecho ecológico

De las industrias o empresas forestales

Decreto 1791 de 1996⁶⁹

Capítulo X

Artículo 63º.

Empresas de transformación primaria de productos forestales. Son aquellas que tienen como finalidad la transformación, tratamiento o conversión mecánica o química, partiendo de la troza y obteniendo productos forestales semitransformados como madera simplemente escuadrada, bloques, bancos, tablones, tablas, postes y madera inmunizada, chapas y astillas, entre otros.

⁶⁹ Disponible en <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1296> extraído el 23 de septiembre del 2012

Empresas de transformación secundaria de productos forestales o de productos terminados.

Capítulo XIII Control y vigilancia

Artículo 84º.- De conformidad con la Ley 99 de 1993, corresponde a las Corporaciones, a las autoridades ambientales de los grandes centros urbanos y a las entidades territoriales, ejercer las funciones de control y vigilancia, así como impartir las órdenes necesarias para la defensa del ambiente en general y de la flora silvestre y los bosques en particular.

Requisitos legales para empresas que provechan los recursos forestales⁷⁰

Registro de la nueva plantación ante la Corporación Autónoma Regional.

Certificado de Libertad y Tradición o contrato de arrendamiento o documento que pruebe la tenencia o explotación de la plantación.

Facturas de compra del nuevo aserrío y su maquinaria complementaria, adquiridos después del 1 de enero de 2003.

Contrato de suministro entre la plantación forestal y el aserrío en donde está la compra del producto maderable.

Certificado del revisor fiscal o contador en donde consten los ingresos obtenidos por el aprovechamiento de la plantación forestal y otros ingresos.

Además estos requisitos ambientales fomentan y regulan el uso adecuado de los recursos naturales que cada día son más escasos.

6.1.4 ENTORNO POLÍTICO

Estas son algunas de las políticas que desea implementar el gobierno de Juan Manuel Santos con el objetivo de mejorar la competitividad y la productividad de Colombia; básicamente en cuatro dimensiones: el funcionamiento de la

⁷⁰ Disponible http://www.inviertaencolombia.com.co/Adjuntos/Perfil_Forestal_2012.pdf extraída el 10 de octubre del 2012

democracia, las relaciones internacionales, el comportamiento de la economía y la seguridad y la defensa.⁷¹

De igual manera el gobierno desea apoyar las iniciativas de creación de empresas y desarrollo de proyectos productivos; los cuales generen empleo y mejore la calidad de vida de los colombianos con la implementación de incentivos y apoyo financiero para el desarrollo y la creación de empresas en Colombia.

En seguridad y defensa, se dieron en el actual gobierno los golpes más significativos a las Farc, la muerte de Alfonso Cano y el Mono Jojoy y a otros mandos medios, pero como el conflicto es dinámico y cada parte aprende de la estrategia de su adversario, desde finales del gobierno Uribe venía dándose un reacomodo en el actuar de la guerrilla y una nueva forma de operar, más de pequeños golpes pero que crean la sensación de mucha actividad, por ello por momentos se incrementan las acciones pero para nada comparables con las del pasado, pero que sí pueden influir en la percepción de inseguridad y si se le adiciona que hay sectores políticos encargados en maximizar estos hechos, el resultado es que se ha deteriorado la seguridad, pero realmente es mucho más lo que se 'infla' que la realidad.

La economía ha venido teniendo un comportamiento muy positivo lo cual ha tenido incidencia positiva en el empleo, en buena medida jalonada por el comportamiento internacional, pero ahora que hay una desaceleración global, es previsible que igual esto afecte los indicadores de la economía colombiana.

El desafío para lo que resta del gobierno son resultados en las políticas públicas restitución de tierras y de víctimas, vivienda social de eso dependerá el balance final.

El sueño es llegar al final de un gobierno al frente de un país seguro, con una población educada y trabajando, con una infraestructura que permita competir mundialmente, para llevar la producción, el ingenio y la creatividad de los colombianos a todos los rincones del mundo. Por lo tanto se pondrán a trabajar cinco locomotoras económicas: el agro, la infraestructura, la innovación, la vivienda y la minería, que potenciarán el empeño de los colombianos y su aspiración a una vida mejor. Ellas jalonarán la creación masiva de empleo.

⁷¹ Disponible en http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/U/un_balance_politico_del_gobierno_santos/un_balance_politico_del_gobierno_santos.aspx extraído el 17 de septiembre

Colombia trabajara, con base en la filosofía que se propone desde el inicio de la administración de los gobiernos santos: el Buen Gobierno. Es la filosofía que nutre de las buenas ideas y enfatiza la coordinación y la cooperación en pro de convertirlas en ejecutorias que mejoren el nivel de vida de la gente; siempre por la gente, a su servicio estará un Estado eficaz y capaz de llevarlas a cabo la seguridad para que surja la prosperidad. Entre todos una nueva era para Colombia: la era de la Prosperidad Democrática, prosperidad para todos.⁷²

El mejoramiento de la administración pública será una tarea permanente. Se Adelantaran una administración pública que se esmerará por demostrar, en cada contacto con un colombiano, su vocación de servicio y la búsqueda de la excelencia, la eficacia y la eficiencia.

El empleo es el resultado de una economía fuerte y dinámica. El resultado más importante de las políticas, será la generación de puestos de trabajo: hasta el 2014 se crearan 2,4 millones de empleos nuevos y se formalizaran quinientos mil puestos que hoy son informales. Se Pondrá a la economía en la senda de crear en esta década 6,5 millones de empleos y de formalizar 2,6 millones de empleos que hoy son informales. Con estas metas se lograra llevar el desempleo por debajo del 9% en 2014, y del 6% en 2020.

6.4.1 Sectores locomotora

Para poner a Colombia a trabajar, se redoblaran los esfuerzos en cinco “sectores locomotora” de la economía. Infraestructura: se relanzara el sistema de carreteras de doble calzada que saquen rápida y efectivamente los productos de los puertos. Agro: una transformación productiva que duplique las exportaciones de ese sector, consolide la paz en el campo. Vivienda: un despegue con subsidios no solamente para la de interés social y prioritaria, sino también a la clase media, para que las familias y los jóvenes compren su primera casa. Innovación: todos los sectores de la economía tienen el potencial de avanzar en la senda del conocimiento. Minería: sector dinámico de Colombia, que crecerá de manera compatible con la protección del medio ambiente.

Una vez estas locomotoras empiecen a jalonar la economía, aumentará el ingreso y los puestos de trabajo de muchas familias. El ascenso social y los mayores ingresos crearán demanda de más y mejores servicios en el comercio, la salud, la

⁷² Disponible www.santospresidente.com/.../plan-de-gobierno-Juan-Manuel-santos extraído el 17 de septiembre

educación, la recreación y el turismo, los bancos y las cooperativas, las telecomunicaciones y el transporte. Estos son sectores intensivos en empleo y no en máquinas, pues esencialmente consisten en gente atendiendo gente; por ende, llevarán a una nueva expansión en puestos de trabajo de ingresos medios y dinamizarán el círculo virtuoso del ascenso social.

6.4.2 Colombia exporta

La protección del empleo en Colombia exige una política concienzuda de promoción y consolidación de las exportaciones. Como el primer Ministro de Comercio Exterior, se volcara en apoyo del exportador; se ayudara en los desarrollos tecnológicos que contribuyan a su competitividad; se defenderá su acceso a los mercados externos; y se le ofrecerá reglas de juego estables. Impulsando la llegada de inversión extranjera, buscando la generación de valor agregado nacional.

6.4.3 Apoyo a las mipymes

Las unidades empresariales de menor tamaño como las MIPYMES tienen una contribución crucial en la generación de empleo, el crecimiento productivo y la movilidad social; así mismo, mejoran la inversión familiar en capital humano. Por lo tanto, se buscara perfeccionar el marco de apoyo a estas empresas.

6.4.4 Menos impuestos para crear empleo formal

La deducción del impuesto de renta sobre nuevas inversiones en activos fijos se combinará con una deducción sobre el incremento en la nómina de trabajadores formales. El número de empresas beneficiarias será mayor y motivará a medianas y pequeñas para aprovechar estos incentivos. Se les dará un tratamiento tributario especial con una temporalidad definida y acompañamiento técnico, buscando mayor formalización.

Mujeres, empleo y jóvenes en acción

El programa Mujeres en Acción combatirá la injusta discriminación laboral contra las mujeres en razón a la maternidad y funciones familiares afines. Con Empleo en Acción se le dará trabajo a la población más pobre de las zonas urbanas, a través de la financiación de proyectos de infraestructura urbana. Con el programa Jóvenes en Acción se atenderá a los jóvenes desempleados, a través de iniciativas de formación laboral en un oficio y prácticas laborales en empresas legalmente constituidas, con menores costos parafiscales.

6.4.5 Buen gobierno y lucha anticorrupción

Todas las familias colombianas necesitan saber cómo se usan sus recursos. Para esto, mediante una carta del Presidente de la República, informara cada año a todos los hogares colombianos, sobre el presupuesto nacional que le llega a los municipios y departamentos, de manera que los padres de familia y empresarios puedan exigir a sus autoridades locales el correcto uso de esos recursos. Adelantaremos un “ejercicio moral del poder”, con base en las instituciones que gobiernan al gobernante. Es imperativo moralizar el actuar cotidiano de los ciudadanos y sus gobernantes. Sólo de esta manera es sensato aspirar al círculo virtuoso en el que se promueva y se exija la probidad en el manejo de recursos públicos, la planeación y el pensamiento de largo plazo.

6.4.6 Lineamientos de política del Valle del Cauca 2012-2015⁷³

Dando cumplimiento al mandato constitucional de atender dicha problemática que refleja las necesidades específicas de los grupos poblacionales y sectores sociales, el presente plan de desarrollo se fundamenta en el enfoque diferencial, de desarrollo humano integral.

Planificar bajo un enfoque de desarrollo humano integral implica que las personas sean el centro de la acción del Estado, que a través de sus instituciones y entidades, vele por el interés general brindando la atención requerida a cada grupo poblacional garantizando sus derechos, el ser diferencial, y su participación.

El enfoque de desarrollo integral, además de la garantía de los derechos humanos, implica una perspectiva territorial que permite comprender la complejidad de los contextos locales, que más allá del espacio geográfico debe reconocer la dinámica de las poblaciones que lo ocupan.

Los lineamientos desde este enfoque están orientados a generar esfuerzos para avanzar en inclusión y desarrollo humano y estos son:

Identificación de conjuntos sociales y territorios en situación de vulnerabilidad, discriminación y exclusión.

⁷³ Disponible en <http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/publicaciones.php?id=20796> extraído el 19 de septiembre del 2012

Priorización y focalización, responde a las oportunidades que debe dársele a los conjuntos sociales que se encuentran en situaciones de mayor desventaja y vulnerabilidad.

En conclusión, el plan se fundamenta en una política social que mejore y amplíe la oferta y el acceso a bienes y servicios sociales de calidad con equidad y participación efectiva de los distintos grupos poblacionales, valorando la diversidad, el respeto por la diferencia étnica, cultural, de género, de orientación sexual, situación de vulnerabilidad y de personas con discapacidad.

6.4.7 Programa de gobierno⁷⁴

Seguridad y convivencia

Se Implementaran estrategias de los consejos comunitarios de seguridad y participación ciudadana, enfocada a la convivencia, la cultura ciudadana, el respeto por las diferencias y la necesidad de vivir en paz. Gestionando el aumento del pie de fuerza, no como una forma de represión, sino de acompañamiento en los procesos, buscando disminuir los focos de inseguridad y riesgo existentes en el municipio

Empleo, turismo, desarrollo económico y agropecuario sostenible.

Empleo

Se aumentaran esfuerzos para crear estrategias dinámicas y comprometidas, encaminadas a la generación de empleo productivo y a fortalecer la economía solidaria como eje de desarrollo sostenible que genere recursos, a fin de promover y mantener el bienestar económico y social de los habitantes del municipio.

Turismo.

Se continuara apoyando el desarrollo y la dinámica del turismo rural actual, buscando integrar al turismo urbano; desarrollando una política armónica de mercadeo e impulsando las fincas doble propósito (turismo agropecuario).

Desarrollo económico y agropecuario sostenible

Se Gestionara la conformación de un fondo rotatorio para el sector agropecuario, Reactivando el Parque Agroindustrial, la feria exposición agroindustrial y comercial, generando estrategias de mercadeo, agricultura por contrato y

⁷⁴ Información extraída de PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2012 – 2015

mercados comunitarios. Con el objetivo de firmar convenios agro-empresariales que en condiciones justas beneficien al pequeño y mediano agricultor, apoyando la agricultura limpia y los mercados verdes, alineando las cadenas productivas municipales al plan frutícola del Valle del Cauca.

A través de instituciones tan reconocidas como la Universidad del Valle y el SENA, se capacitarán a los pequeños y medianos agricultores en el mercadeo de sus productos.

Infraestructura vial, de servicios públicos y de vivienda.

Infraestructura vial

Se Apoyarán acciones que permitan el desarrollo de tecnologías en materia de control de la erosión vial en el Municipio y a través de alianzas estratégicas, orientando esfuerzos a la recuperación de la malla vial intermunicipal, especialmente la recuperación de los puentes que sirven de acceso al municipio, garantizando la movilidad y el transporte terrestre. Todo lo anterior, dirigido a fortalecer la productividad y prosperidad económica en todos los sectores.

Servicios públicos

Se buscarán alianzas estratégicas, que permitan optimizar la recolección, tratamiento y disposición final de los residuos sólidos, tramitaré la conservación, actualización y mejoramiento de la central de sacrificio, la construcción, reposición y mantenimiento de las redes de alcantarillado, la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales y la expansión y mantenimiento del alumbrado público municipal.

Incentivos legales términos reales en inversiones forestales

La nueva legislación permite a las empresas del Sector Forestal instalarse en cualquier lugar del país y ser beneficiario de diferentes exenciones entre las que se cuenta el 0% del impuesto de la renta para el aprovechamiento de nuevas plantaciones forestales. A continuación encontrará los incentivos vigentes para el sector forestal en Colombia, así como el régimen de Zonas Francas y los requisitos para que los proyectos forestales puedan solicitar la declaratoria como Zona Franca. Adicionalmente encontrará información acerca del Plan Vallejo, sistema especial de importación y exportación.

Exención impuesto de la renta permanente

El aprovechamiento de nuevas plantaciones forestales, incluida la guadua, según la clasificación que para el efecto expida la corporación autónoma regional o la entidad competente, estará exento del impuesto de renta, así como los nuevos aserríos vinculados directamente al aprovechamiento. La exención de este impuesto no tiene vigencia.

Con la implementación de estas políticas planteadas por el gobierno se desea impulsar algunos sectores de la economía; además se desea atacar los problemas que más afectan a las empresas colombianas como la inseguridad, la cual afecta a todo los colombianos; de igual manera con la implementación de estas políticas desea fomentar el desarrollo y creación de nuevas actividades económicas legales que favorezcan el desarrollo del país.

6.5 ENTORNO SOCIO- CULTURAL

6.5.1 Composición social de la población

Colombia es el hogar de más de 87 pueblos indígenas que usan 64 lenguas nativas pertenecientes a 22 familias lingüísticas; también, de varios millones de afro colombianos; de más de 30 millones de mestizos; de 12 mil gitanos y de núcleos de inmigrantes en diferentes regiones.⁷⁵

Se puede hablar de que en Colombia hay una cultura andina, en la que se siente con mayor fuerza el ancestro europeo; de una cultura Caribe, amalgama de herencias indígenas y africanas; de una cultura Pacífica, de raigambre africana y de la cultura de la Orinoquía y Amazonía, esencialmente indígena.⁷⁶

El Valle del Cauca es de gran variedad y ello se debe en gran medida a la diversidad étnica y cultural que compone este departamento, en el que habitan negros, indígenas, mestizos y blancos con patrones culturales diferentes reforzados por la tradición.

En Caicedonia Valle la cultura que prevalece es la cultura paisa, debido a la gran influencia cafetera que tiene la región; la descendencia que esta misma tienen.

⁷⁵ Disponible en <http://www.mincultura.gov.co/?idcategoria=1195> extraído el 22 de septiembre

⁷⁶ Disponible en <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/CdCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=76&COLTEM=217> extraído el 22 de octubre

Además se puede encontrarse indígenas en las partes altas del municipio que son considerados nativos de la región.

6.5.2 Análisis de ocupación

Informalidad laboral en Colombia llega al 51,3 % Así lo revelan los resultados de la última gran encuesta de trabajo realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (Dane), en diciembre del 2010; lo que indica que el 48.7% de las personas que están laboralmente activa tienen un empleo formal.

La tasa de desocupación del año pasado, que en el promedio anual cayó al 9,8% más de la mitad de los ocupados está en actividades informales

El informe de la entidad estatal también señala que la actividad económica representada por el comercio, los hoteles y los restaurantes aporta el 42,2 por ciento del trabajo informal, y que en el año pasado registró un leve incremento frente al mismo periodo del 2010 cuando se ubicó en 41,9 por ciento.⁷⁷

En el resto de sectores (servicios comunales, industria, transporte y almacenamiento y otras ramas), la variación del 2010 y 2011 no fue significativa.

Llama la atención el incremento de profesionales que se ocupan en la informalidad, También aumentó el porcentaje de informales que labora en local fijo (33,1 por ciento), mientras que el 18,2 por ciento lo hace en su casa.

La ciudad que presentó la mayor proporción de población ocupada en el empleo informal fue Cúcuta con el 67,8 por ciento. Le siguieron en su orden, Pasto (63,7) y Montería (63,0 por ciento).

Estos pueden indicar que el trabajo informal en Colombia es demasiado alto, Por esta razón las personas no tienen empleos estables y bien remunerados. Debido a que estos empleo son temporales y mal pagados.

6.5.3 Condiciones de vida de los colombianos⁷⁸

De acuerdo con el análisis hecho por el director del departamento Nacional de Estadística.

⁷⁷ Disponible en <http://www.portafolio.co/economia/informalidad-laboral-colombia-llega-al-513> extraído el 16 de diciembre del 2012

⁷⁸ Disponible en <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/nacional/en-el-2011-mejoraron-las-condiciones-de-vida-en-colombia-72988> extraído el 16 de diciembre

En cuanto al sistema general de seguridad social en salud, la encuesta señala que en el 2011, el 90,1% de la población colombiana estuvo afiliada, lo que representó un incremento de 1,4 puntos porcentuales con respecto a la afiliación reportada en 2010, cuando registró 88,7%.

La tasa de analfabetismo alcanzó el 5,8% en el 2011, 0,5 puntos porcentuales menos de lo registrado en el 2010 (6,3%). En 2011, el 32,4% de los hogares del país tenían jefatura femenina, menor a lo registrado en 2010, cuando fue de 32,7%.

El uso del teléfono celular en los hogares aumentó, reflejando un incremento de 2,1 puntos porcentuales. El 90,2% de los hogares mencionó que alguno de sus miembros cuenta con teléfono celular para uso personal o de la familia, mientras que en 2010 era 88,1%.

Vivienda, hogares y personas

El número promedio de personas por hogar en 2011 fue 3,6, inferior en 0,1 puntos porcentuales frente a lo registrado en el año 2010.

Las regiones en donde se presentan hogares de menor tamaño o menor promedio de personas por hogar son: Bogotá y San Andrés con un promedio de 3,2 y 3,3 personas, respectivamente. Por su parte las regiones Atlántica, Orinoquía y Amazonía, presentaron promedios de 4,1 y 3,9 personas.

Cobertura de servicios públicos, privados o comunales

Una leve disminución se presentó en la cobertura de servicio de energía eléctrica, que pasó de 97,7% en 2010 a 97,4% en 2011. La cobertura de gas natural pasó de 65,3% en 2010 a 65,6% de los hogares en 2011. En el mismo año la cobertura de servicio de acueducto para las cabeceras fue de 96,0%. El de alcantarillado alcanzó el 72,3%, lo que representó una disminución de 3,0 puntos porcentuales respecto a la cobertura registrada en 2010, cuando el servicio cubría el 75,3%, de los hogares.

Lo que indica que las condiciones de vida de los colombianos están mejorando. Por esta razón; puede ser positivo para todos los individuos del país; por dichas razones se puede establecer que hay mejores condiciones para el desarrollo empresarial y para la creación de nuevas empresas.

6.5.4 Caracterización de la cultura

Una cultura es un sistema de valores y de objetos de doble sentido, definible como aquello que una comunidad ha creado y ha llegado a ser gracias a esta creación. La cultura es el conjunto de rasgos psicológicos, espirituales y materiales que han llegado a modelar la identidad y los fines de cada comunidad y la diferencian de las otras, así mismo es adoptado por cada persona que integra la comunidad.⁷⁹

La historia de la cultura colombiana es muy amplia y llena de una riqueza en todas sus áreas y especialidades. Desde la época de la conquista, cuando los primeros aborígenes convivieron entre sus costumbres, ritos y conocimientos naturales, la cultura hizo parte de los indios en aquel entonces. Si bien, guardaban ciertas proporciones de cómo adaptar sus símbolos, adoraciones mitológicas y religiosas (Sol, la luna, las estrellas, los signos, dibujos, entre otros), acoplaron su ritmo de vida a su propia cultura.⁸⁰

Se puede hablar de que en Colombia hay una cultura andina, en la que se siente con mayor fuerza el ancestro europeo; de una cultura Caribe, amalgama de herencias indígenas y africanas; de una cultura Pacífica, de raigambre africana y de la cultura de la Orinoquía y Amazonía, esencialmente indígena.

El patrimonio cultural del Valle del Cauca "está constituido por los bienes y valores culturales, tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles que poseen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, ambiental, ecológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, filmico, científico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico, antropológico, y las manifestaciones y productos de la cultura popular.

El patrimonio inmueble, constituido por el espacio urbano y las edificaciones, hace parte del amplio conjunto llamado patrimonio cultural. Destruirlo es acabar con los ambientes urbanos en que reconocen y respetan las diferentes generaciones, clases y estamentos que conforman la sociedad. "Rescatar la arquitectura no es una necesidad" patrimonial de la cultura o la historia únicamente. Es recuperar un sentido de la Vida, movilizar un sentimiento de pertenencia, proclamar que todavía lo mejor y más profundo del hombre es su ser emocionado. Y que la arquitectura,

⁷⁹ Disponible en <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/cultura> extraído el 22 de septiembre del 2012

⁸⁰ Archivo disponible en <http://www.colombia.com/cultura/resenas/historia.asp> extraído el 23 de noviembre del 2012

tan olvidada y tan banalizada en nuestros días, sigue siendo un hecho de cultura". (Rogelio Salmona). El reconocimiento y la divulgación del patrimonio cultural del Valle del Cauca⁸¹

En Colombia hay múltiples manifestaciones culturales que expresan la variedad étnica, religiosa y las diferentes costumbres y tradiciones que esculpen las formas de vida de su población, así como su riqueza natural y diversidad de climas, geografías y paisajes.

En Caicedonia Valle se mantienen la cultura colonial; en donde las casonas antiguas de madera prevalece; ya sea en la construcción, en las puertas y en las ventanas vistoso y coloridas o en los pisos de tablas que se mantienen durante mucho tiempo y son consideradas como patrimonio cultural de la región; de igual manera se mantienen la cultura de los grandes muebles y camas en madera con forjas y tallas, que son muy apetecidas por las personas de la región.

Esta cultura colonial es muy reconocidas debido sus grandes infraestructuras que se mantienen durante mucho tiempo; además están amoblados por diferentes tipos de muebles en madera de tipo artesanal que son característicos de la región cafetera del municipio.

Esta cultura colonial favorece aquellas personas que producen muebles; debido a que fomentan el consumo de artículos en madera como camas, puertas y ventanas de grandes tamaños que normalmente la gente visualiza al visitar estos lugares.

6.5.5 Manifestaciones culturales

La música colombiana posee una enorme variedad. De herencia hispánica, se apoya en los timbres de la guitarra, el tiple y la bandola, pero hacia el sur del país se enriquece con las flautas y tambores de las chirimías.

En la costa Caribe se ha impuesto desde hace décadas el vallenato sobre ritmos más ancestrales como la cumbia y el bullerengue y en Santa Marta, Barranquilla y Cartagena cobran fuerza la champeta y el reggaetón.

La música afro de la región pacífica, con sus currulaos y alabaos, basa su fuerza en los tambores y la marimba, con un acento melancólico de origen indígena. Los

⁸¹ Archivo disponible en http://dintev.univalle.edu.co/cvisaacs/patrimonio/patrimonio_inmueble.htm extraído el 23 de noviembre del 2012

grupos indígenas de la Amazonía cuentan con las flautas yuruparí y los tambores maguarés, ambos sagrados.

6.5.5.1 Manifestaciones culturales en el valle del cauca

Junto con el “Concurso Nacional de Intérpretes de Música Andina de Colombia”, es cada año el mayor acontecimiento dentro de este género de música en el país y por supuesto es uno de los más tradicionales e importantes festivales que se realiza en el Valle del Cauca. Este festival se realiza en el municipio de Ginebra el primer fin de semana de junio.

Antes de que el certamen tomara verdadera fuerza y forma, los organizadores lo celebraban en cualquier escuela acondicionada o en otro lugar improvisado. Se recuerda, por ejemplo, el que se celebró en el colegio de la Inmaculada Concepción de Ginebra, gracias a dos personas vivamente interesadas en salir adelante con su aventura; fueron Luis Mario Reyes y la Hermana Margarita La Hidalguía. Se denominó entonces (en 1974), Primer Festival de Música Vernácula de Ginebra. A partir de allí, se inicia el evento de música andina colombiana más grande del país y marca las pautas para que surjan otros certámenes en la misma línea como: el Festival de la Aguada en Santander y Antioquia le canta a Colombia, entre otros. Cuatro años más tarde, en 1978, fue rebautizado como Festival de Música Andina de Colombia Mono Núñez.

6.5.5.2 Manifestaciones culturales en Caicedonia valle

Es muy famoso los Festivales de la Plaza que se realiza durante los 25 de julio hasta 8 de agosto de cada año; se utiliza una gran tarima en el parque principal convoca miles de personas para presenciar las presentaciones de todos los artistas participantes en el concurso y otra serie de artistas que deleitan a dicha concurrencia hasta altas horas de la noche.⁸²

De igual manera se realiza el reinado de agroturismo; el cual se realiza en las fiestas patrias del municipio; con el objetivo de fomentar el turismo y mostrar la belleza exótica con lo que cuenta la región de Caicedonia valle. De igual manera se realizan las competencias de carros de valieras y el mundialmente famoso yipaco.⁸³

⁸² Disponible en <http://www.sinic.gov.co/SINIC/ColombiaCultural/ColCulturalBusca.aspx?AREID=3&SECID=8&IdDep=76&COLTEM=215> extraído el 22 de septiembre

⁸³ Archivo disponible en <http://tecnoautos.com/actualidad/eventos/fiestas-aniversarias-caicedonia-2012/> extraído el 22 de noviembre del 2012

Este tipo de eventos culturales fomenta el turismo en la región por consiguiente genera un mayor número de empleos; ya sea para las personas que se dedican a vender artesanías o para las empresas locales que venden servicios de hotelería y gastronomía. de igual manera estimula la economía local debido a que hay un mayor flujo de dinero el cual es brindado por las personas que visitan este tipo de eventos.

6.6 entorno tecnológico

6.6.1 Maquinaria y equipo requerido para ejecutar las tareas y los procesos

Estas son las siguientes maquinaria y tecnología que es requerida Para el desarrollo de la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle.

Mesa de sierra circular

Sirve para cortar la madera, al grosor que se necesite, como ven tiene una guía que facilita el corte y la manipulación de esta, existen varios tipos de circulares en el mercado, en las tiendas de maquinas; las hay de metal, aluminio que son muy buenas, las de metal son buenas para hacer trabajos fuertes pues tienen más firmeza.

Una mesa de sierra circular es una máquina diseñada para cortar materiales. Consta de una hoja de sierra circular (disco de corte) y de una mesa horizontal que están fijas en el suelo durante la operación de corte.⁸⁴ La máquina sólo deberá emplearse para el fin al que ha sido destinada; y solo la puede usar personal autorizado y formado para su utilización.

⁸⁴ Información disponible en http://www.construmatica.com/construpedia/Uso_Seguro_de_la_Mesa_de_Sierra_Circular_para_Madera extraído el 9 de diciembre del 2012



Fuente Máquina para carpintería tipo banco MQ431B-11

Cepilladora⁸⁵

Esta maquina cepilladora es muy importante, para la fabricación de muebles, pues con esta logramos sacar la cara y el canto de una tabla con esto logramos nivelar a una tabla, esta máquina es muy importante en la fabricación de muebles, puesto que nivela los lados de una tabla como también la cara de una tabla.

Esta máquina ahorra mucho tiempo en sacar el grosor a una tabla, tan solo graduando la regruesadora o cepilladora para sacar de un grosor una tabla, esta máquina sirve para trabajos en serie, de esta forma facilita mucho el trabajo de sacar en un grosor una tabla o una troza de madera, se debe graduar muy bien puesto que hay veces suele atorarse y vota con fuerza la tabla.



Fuente Cepilladora industrial 400 mm rimor.com.ar

⁸⁵ Información disponible en <http://madera-fina.blogspot.com/2009/07/maquinas-para-empezar-fabricar-muebles.html> extraído el 9 de diciembre del 2012

Sierra de Cinta.⁸⁶

Esta máquina sirve para cortar curvas o ovaladas, debido a que tiene esa labor, en este caso también las hay manuales que son las famosas caladoras, son más pequeñas manuales y hacen este mismo trabajo, en caso de estas sierra de cinta, lo que hace es trabajar con grandes tablas, cosa que la caladora no podría hacer.



Fuente sierra sin fin 1.2hp 12" makita.

Compresor de aire⁸⁷

Esta máquina es sobre todo la de los acabados, cuando un mueble está listo para ser pintado esta máquina entra en acción, es necesaria tenerla para hacer barnizados o pintados, por esta razón se debe utilizar con la pistola de aire para lograr un acabado rápido y eficaz, también puede ser usada como limpiador de polvillo de madera, pues existen varios tipos de sopletes, que sirven para pintar como también existe uno para soplar solo aire, con ello logras limpiar la superficie a pintar o laquear, como también sirve para limpiar excesos de aserrín que resultan cuando se trabaja con madera.

⁸⁶ Información disponible en <http://madera-fina.blogspot.com/2009/07/maquinas-para-empezar-fabricar-muebles.html> extraído el 9 de diciembre del 2012

⁸⁷ Información disponible en <http://madera-fina.blogspot.com/2009/07/maquinas-para-empezar-fabricar-muebles.html> extraído el 9 de diciembre del 2012



Fuente compresor industrial 20hp,3f, tanque 500l, 80 pcm

Taladro⁸⁸

Los taladros son instrumentos que se utilizan para llevar a cabo la operación de taladrado o perforación, esta operación tienen como objetivo producir agujeros de forma cilíndrica en una pieza determinada. Para taladrar o realizar un agujero se necesita emplear, sí o si el taladrado, de todos los procesos de mecanizado, es considerado como uno de los más importantes a causa de su amplio uso y practicidad, taladrar es una de las operaciones mecanizadas más sencillas de llevar a cabo.

Los taladros pueden utilizarse sobre cualquier tipo de pieza; el proceso de realizar el agujero consiste en desplazar sólido (aluminio, madera, acero,).



Fuente <http://www.bricotodo.com/taladrar.htm>

⁸⁸ Disponible en <http://www.abcpedia.com/construccion/taladros.html> extraído el 9 de diciembre del 2012

Ruteadora para Madera⁸⁹

La ruteadora es una herramienta muy necesaria en cualquier taller o fábrica de muebles. Entre otras utilidades, sirve para copiar piezas, con una calidad de corte excelente siempre que se cuente con una buena ruteadora y una fresa bien afilada.

Las hay pequeñas que se agarran con una mano y son utilizadas mayormente para cortar los sobrantes de laminados o chapillados, como también para trabajos manuales donde se necesita menos peso. Muchos las dejan fijas en mesas de madera o las que los fabricantes producen para ese fin, como si fueran un pequeño trompo.



Fuente ruteadora 1/2 3 1/4 hp

Lijadora⁹⁰

La lijadora eléctrica se usa en trabajos de pulido de acabados de maderas, paredes como paso previo a la pintura. Existen diferentes modelos de lijadora eléctrica, de banda, delta (superficie de lijado triangular), orbital (o excéntrica).

Los motores eléctricos que incorporan las lijadoras domésticas más habituales, orbitales, son de baja potencia, imprimen un rápido movimiento oscilante (elíptico u orbital) al porta abrasivos (la superficie donde se coloca la lija) que permite resultados muy uniformes y finos.

⁸⁹ Disponible en http://www.revistamadera.com/Evaluando_Herramientas/Hablemos_de_Ruteadoras_para_Madera.htm extraído el 09 de septiembre del 2012

⁹⁰ Disponible en <http://www.otrascosas.com/brico/categoria.asp?idcat=167> extraída el 09 de diciembre del 2012

Las lijadoras de banda son algo más aparatosas y se basan en una banda giratoria abrasiva sujeta en dos rodillos.



Fuente lijadora orbital C125-C150 CAV s.r.l. Lijadora orbital - C125-C150

Pistola de clavos⁹¹

Una pistola de clavos es un tipo de herramienta que sirve para empujar clavos en la madera o en algún otro tipo de material. Por lo general, funcionan usualmente por electromagnetismo, aire comprimido (neumática), Las pistolas de clavos han sustituido en muchas formas a los martillos como herramientas de elección entre los constructores.



Fuente Pistola Para Clavos Y Grapas, medidor 3en1, 18/16 68057.

Con la ayuda de esta tecnología se pueden fabricar muebles fácilmente debido a que esta maquinaria agiliza los procesos de corte, pulido, armado y pintado que son necesarios para fabricar un mueble en madera.

⁹¹ Disponible en www.osha.gov/Publications/NailGun3505_sp.pdf extraído el 09 de septiembre del 2012

La tecnología se puede adquirir en el mercado local y regional fácilmente, puesto que este tipo de herramientas es muy utilizado en las remodelaciones y tienen mucha demanda en el mercado de la construcción.

Además hay que tener en cuenta que se debe tener un personal calificado y capacitado para el uso y el manejo de esta tecnología; puesto que si no se sabe utilizar son altamente peligrosas.

6.6.2 Calificación del personal requerido para ejecutar las tareas

Para la producción de muebles en madera se hace necesario un personal con amplio conocimiento en los procesos relacionados con la fabricación de muebles en madera.

Conocimiento matemáticos necesarios para las medidas necesarias de algunas partes de los muebles; experiencia en el manejo de maquinaria pesada como cierras canteadoras y cepilladoras industriales.

De igual manera debe tener conocimiento y experiencia en la fabricación, armado y pintado de los muebles en madera; del mismo modo se requiere que tenga conocimiento en la preparación y operación de la maquinaria para el proceso de la madera, manejando los equipos y las herramientas propias del mismo.

6.6.3 Tecnología disponible en el mercado

En el mercado nacional, regional y local se puede encontrar cualquier tipo de tecnología necesaria para la creación de muebles en madera; debido a que hay centros de ventas de maquinaria y herramientas como el constructor y Ferretería Richard Giraldo en Quindío⁹²; que son almacenes de donde se pueden encontrar todo tipo de herramientas y tecnología para la creación de muebles madera.

De igual manera se puede obtener todo tipo de tecnología necesaria para la creación de muebles en madera con especificaciones según el cliente lo desee.

En el mercado hay disposición de todo tipo de tecnología para la creación de muebles en madera; esta tecnología puede ser adquirida fácilmente y obtenida en el momento de la compra.

⁹² Disponible en www.constructor.com.co/constructor/ extraído el 09 de diciembre

6.6.4 Tecnología avanzada⁹³

En la actualidad existen muchas empresas que se dedica a la fabricación y venta de maquinaria para el trabajo de la madera desde la explotación en el bosque, hasta cualquier ramo relacionado al mundo de la madera y sus derivados

Herramientas de alta precisión y calidad para el trabajo de la madera. Máquinas y herramientas que utilizan avanzados programas (software) para optimizar el corte con el objetivo de aprovechar al máximo la utilización de la materia prima, ya sean planchas de vidrio, madera, acrílico, policarbonatos, chapas, perfiles de aluminio, tubos. Programas (software) para la cotización de carpinterías que permite calcular obras de manera rápida y sencilla. Programas (software) que permiten diseñar y cotizar tabiques de división. Programas (software) para la gestión de stock y producciones.

Centros de Trabajo a control numérico punto-punto



Fuente <http://mueblesdomoticos.blogspot>

Maquinas a control numérico tipo punto a punto o centros de trabajo, para el trabajo de la madera maciza y del panel en Mdf, tableros aglomerados para la fabricación de Muebles de Cocinas, Muebles de oficinas, Muebles de baño, Muebles del hogar además de partes para la carpintería industrial como Puertas Ventanas, Escaleras normales o tipo caracol, además este tipo de maquina es también apta para la fabricación de partes para casas Prefabricadas.

⁹³ Disponible en <http://mueblesdomoticos.blogspot.com/2010/12/ultima-tecnologia-en-maquinas-para-el.html> extraído el 09 de diciembre 2012

Esta máquina es programada para corta a medida todo tipo de de material con el fin de obtener piezas y medidas estándares de la minas y puertas .

Seccionadoras horizontales.



Fuente <http://mueblesdomoticos.blogspot>

Seccionadoras horizontales para paneles en Mdf, tableros aglomerados, contra enchapados, tableros enchapillados en madera, en formica o en PVC, puertas entamboradas, con estas maquinas se puede efectuar todo tipo de corte sin que ocurra un deterioro en las láminas.

Automatizaciones para el sector del mueble



Fuente <http://mueblesdomoticos.blogspot>

Líneas de automatizaciones para las fabricas de muebles de oficina, del hogar, de cocinas o de baño, por medio de trasladores y transportadores completamente automatizados para eliminar o por lo menos disminuir los tiempos muertos.

Lijadoras Calibradoras Automáticas.



Fuente <http://mueblesdomoticos.blogspot>

Lijadoras, calibradoras para madera maciza, tableros enchapillados y chapilla, maquinas de altísima calidad, robustez y precisión, para la industria de la Madera, de la Goma, del Granito, del Mármol y del Acero. Maquinas controladas por PC.

Este tipo de tecnología es muy avanzada y puede ofrecer grandes beneficios productivos para la empresa que la desee utilizar; debido a que minimiza tiempos de corte de materiales y minimiza desperdicios que pueden ser ocasionados por mal manejo de la maquinaria por parte de los operarios; del mismo modo mejora la seguridad en la empresa; debido a que las maquinas se programan con software y el sistema de la maquinaria realiza las tareas correspondientes.

6.7 ENTORNO AMBIENTAL

6.7.1 Descripción Geografía

Colombia

Colombia está Situada en el extremo noroccidental de Suramérica, Colombia es el único país del subcontinente con costas sobre los océanos Atlántico y Pacífico, con una superficie terrestre de 1'141.748 km² y 928.660 km² de dominios marítimos. Comparte fronteras con Panamá, Venezuela, Brasil, Perú y Ecuador y límites marítimos con Costa Rica, Nicaragua, Honduras, Jamaica, República Dominicana y Haití.⁹⁴

Ubicada entre los 4º de latitud sur, 12º de latitud norte y entre los 67º y 79º de longitud oeste, es una nación ecuatorial cuyo clima está determinado por los vientos alisios, la humedad y la altitud sobre el nivel del mar a mayor altitud la temperatura es más baja.

El régimen de estaciones es bimodal y en casi todo el territorio se presentan dos períodos de lluvia de abril a junio y de agosto a noviembre y dos de verano.

Colombia cuenta con 32 departamentos y 1 Distrito Capital; Amazonas, Antioquía, Arauca, Atlántico, Bolívar, Boyaca, Caldas, Caquetá, Casanare, Cauca, César, Choco, Córdoba, Cundinamarca, Guainia, Guaviare, Huila, La Guajira, Magdalena, Meta, Nariño, Norte de Santander, Putumayo, Quindio, Risaralda, San Andrés y Providencia, , Santander, Sucre, Tolima, Valle del Cauca, Vaupés, Vichada.

El territorio colombiano está dividido en una región montañosa al occidente y una región plana al oriente. La región montañosa la constituye la cordillera de los Andes que penetra en Colombia por el departamento de Nariño. En este punto se forma el Macizo de Los Pastos, donde se desprende un ramal hacia la izquierda (que recibe el nombre de cordillera Occidental) y por la derecha sigue hasta los departamentos de Cauca y Huila, en donde forma el Macizo Colombiano y se bifurca en las cordilleras Central y Oriental. Estas tres cadenas montañosas, junto

⁹⁴Disponible en <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/colombia/geografia> extraído el 10 de diciembre del 2012

con la Sierra Nevada de Santa Marta y la Sierra de la Macarena, así como otras más pequeñas, definen las características topográficas del país.⁹⁵



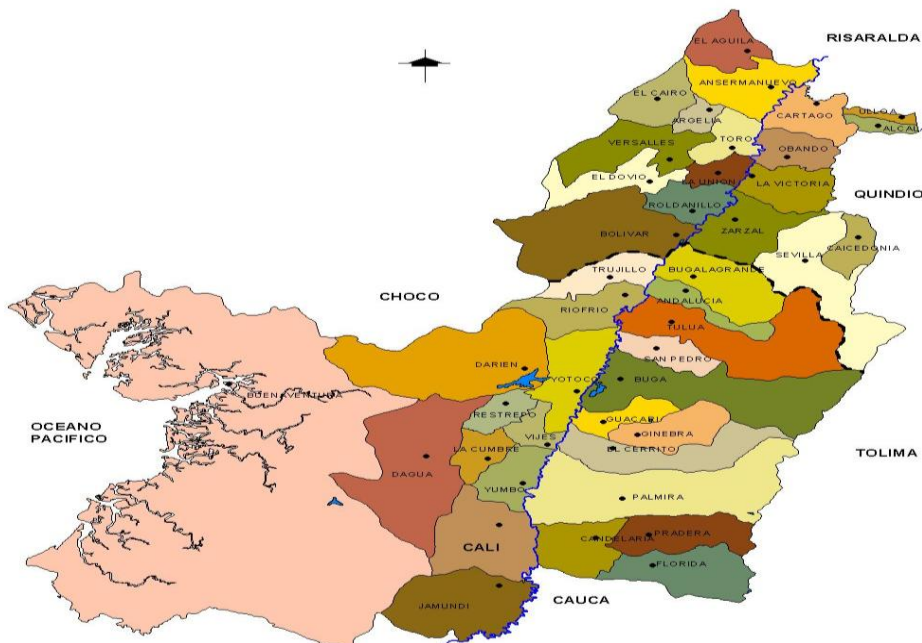
Fuente kalipedia.com

⁹⁵ Disponible en <http://pwp.etb.net.co/fdrojas/Ciudades/America.htm> extraído el 10 diciembre 2012

Valle del Cauca⁹⁶

El **Departamento del Valle del Cauca** está situado al suroccidente del país, formando parte de las regiones andina y pacífica; localizado entre los **05°02'08"** y **03°04'02"** de latitud norte y a los **72°42'27"** y **74°27'13"** de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 22.140 km²; lo que representa el 1.9 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos de Chocó, Caldas y Quindío; por el Este con los departamentos del Quindío y Tolima, por el Sur con el departamento del Cauca y por el Oeste con el océano Pacífico y el departamento del Chocó.

El departamento Valle del Cauca está dividido en 42 municipios, 88 corregimientos, 531 inspecciones de policía, así como, numerosos caseríos y sitios poblados. Los municipios están agrupados en 41 círculos notariales, con un total de 69 notarías, un círculo principal de registro con sede en Cali y 7 oficinas seccionales de registro con sede en Buenaventura, Buga, Cartago, Palmira, Roldanillo, Sevilla y Tuluá; 2 distritos judiciales, Cali y Buga; al primero le corresponden los circuitos judiciales de Cali, Palmira y Buenaventura; al segundo los de Buga, Cartago, Roldanillo, Tuluá y Sevilla. El departamento conforma la circunscripción electoral del Valle del Cauca.



Fuente tulua.gov.co

⁹⁶ Disponible en <http://www.todacolombia.com/departamentos/valledelcauca.html> extraído el 10 de diciembre del 2012

6.7.2 Disponibilidad de recursos naturales⁹⁹

Las características topográficas del territorio colombiano hacen del país un sitio privilegiado en cuanto a biodiversidad, ocupando el tercero puesto en mayor diversidad de especies vivas, después de Madagascar y Brasil. Hasta el momento en el territorio se han clasificado unas 130.000 plantas, de las que aproximadamente son endémicas, Colombia es famosa por su rica colección de flores (con más de 50.000 especies), entre las que sobresale la orquídea "la flor nacional", de la que hay unas 3.000 especies, algo así como el 15% de las existencias en el mundo; Además ocupa el primer lugar en el mundo en lo que respecta a diversidad de aves, con más de 1.754 especies de las más de 9.000 que existen en el planeta (19% del total mundial, mientras Brasil alcanza el 17.72% y África entera el 15%); Del mismo modo Es el segundo país en anfibios con unas 1.200 especies marinas y 1.600 animales de agua dulce. Que se encuentran en la región de los llanos orientales. Al mismo tiempo es la tercera nación en variedad de reptiles, anfibios, murciélagos, roedores e insecto, mariposas, con 165.000 especies y los coleópteros (escarabajos), con más de 250.000 variedades, por último, la fauna típica de los bosques húmedos: jaguares, armadillos, monos, serpientes y diversas variedades de osos entre los que sobresalen el de anteojos.

Una de los mayores potenciales del país es su biodiversidad. Ello le permitirá en el futuro un gran desarrollo en los campos de la medicina y la producción de alimentos.

Colombia cuenta con grandes ríos, que aportan sus aguas a las cuencas del Caribe, el Pacífico, el Amazonas y el Orinoco y una geografía quebrada que facilitan la construcción de represas que aumentan la capacidad de generación de energía y agua potable. Del mismo modo el agua a futuro será la riqueza más grande que pueda tener un país; por lo tanto hay que cuidar la cuenca hídricas; Puesto que estas podrían ser un gran recurso natural de la nación.

Colombia además cuenta con un gran desarrollo agropecuario, que proporciona variada producción de alimentos que son parte importante de la economía. En las regiones bajas y cálidas del Caribe, los valles interandinos y las sabanas de la

⁹⁹ Disponible en http://www.angelfire.com/ga/gvargas/fauna_y_flora_colombiana.html extraído el 10 de diciembre del 2012

Orinoquía, hay inmensos sembrados de banano, plátano, caña de azúcar, arroz, algodón, soya y sorgo. También se han establecido grandes hatos para la producción de cárnicos y lácteos.

El café, importante renglón de la economía, se cultiva en las cordilleras entre los 1.000 y 1.600 metros sobre el nivel del mar; las flores, otro producto de exportación, en los altiplanos; la papa, el frijol, cereales y hortalizas, entre los 2.000 y 3.300 metros; las frutas tropicales, el aceite de palma, los bosques maderables, el camarón, el palmito y el espárrago, cuya producción aumenta notablemente, también representan un gran potencial para las exportaciones.

El subsuelo es fuente de riqueza, en cuestión de minerales la mina de carbón de cielo abierto más grande del mundo se encuentra en la Guajira, con una producción anual cercana a los 50 millones de toneladas que convierte a Colombia en el quinto productor mundial de carbón y en el exportador más grande de carbón térmico.

En el país, hay varias cuencas sedimentarias que contienen yacimientos de hidrocarburos; Se han encontrado reservas de petróleo de 1.8 billones de barriles en el Valle del río Magdalena y en el piedemonte de la Cordillera Oriental, donde se extraen crudos que están entre los más livianos del mundo. En la actualidad, hay una producción de 540.000 barriles diarios que además de suplir la demanda nacional alcanzan para exportar. Las reservas de gas natural, fuente de energía limpia y barata para el consumo doméstico e industrial, ascienden a 6.8 gigapies cúbicos. Como fuentes alternas de energía se empieza a utilizar el aceite de la palma africana y el bagazo de la caña de azúcar para la fabricación de biocombustible, así como la energía solar y eólica.

Colombia cuenta con grandes recursos naturales que pueden ser una gran ventaja para todas aquellas empresas que deseen establecerse en el país; puesto que hay una gran abundancia de todo tipo de materias primas que puede ser adquiridas a precios bajos.

La región de Caicedonia Valle cuenta con grandes riquezas minerales, que son explotadas en las riveras del río barragán y el río pijado cercas al departamento del Quindío; de igual manera cuenta con grandes recursos forestales, los cuales pueden ser encontrados en las partes altas del municipio; en la región de samaria, campó azul, quince letras, san Gerardo y el paraíso; donde es un área

que está permitido la producción de bosques destinados a la producción maderera.¹⁰⁰

Esto es una gran ventaja para las personas que deseen crear una empresa productora y comercializadora de muebles en el municipio de Caicedonia Valle; Puesto que el municipio cuenta con grandes riquezas forestales que pueden ser aprovechadas por este tipo de empresa.

6.7.3 Restricciones ambientales de la actividad económica

6.7.3.1 Impactos ambientales originados por el proceso de productoras muebles en madera en Colombia¹⁰¹

En un proyecto de aserrado primario de la madera, el tipo e intensidad del impacto ambiental es determinado en gran medida por la planeación las actividades; por lo que la etapa de factibilidad del proyecto es clave para evitar efectos adversos. Los planificadores de proyectos deberán concebir la construcción de las obras físicas, operación y cierre de los aserraderos con los mínimos impactos en el entorno y bajo un esquema de uso racional de recursos y servicios.

Residuos sólidos

Residuos sólidos domésticos, generados en oficinas, comedor, etc. (papel, cartón, restos de embalajes, plásticos, restos orgánicos, etc.).

Aceites, grasas, solventes de las operaciones de mantenimiento de maquinarias y equipos, así como aceites de recambios de lubricantes.

Otros residuos sólidos: filtros, envases vacíos y elementos de limpieza contaminados con restos de grasa, aceites y solventes.

En este tipo de industria los residuos sólidos domésticos no representan un problema, deben ser recolectados separadamente y dispuestos en el relleno sanitario de la localidad. Los demás residuos requieren de un manejo adecuado dentro de la planta.

100 Disponible en [http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-a/files/ 36616136613039653931613961643165/ DOCUMENTO _ SOPORTE_diagn_stico_. pdf](http://www.caicedonia-valle.gov.co/apc-a/files/36616136613039653931613961643165/DOCUMENTO_SOPORTE_diagn_stico_.pdf) extraído el domingo 16 del 2012

101 Disponible en [http:// www.serna.gob.hn/DGA%20P+L/Gu%C3%ADas%20de%20Producci%C3%B3n%20+ Limpia%20 Última%20Versi%C3%B3n%20nov%2009/GUÍA%20P+L%20FORESTAL. pdf](http://www.serna.gob.hn/DGA%20P+L/Gu%C3%ADas%20de%20Producci%C3%B3n%20+ Limpia%20 Última%20Versi%C3%B3n%20nov%2009/GUÍA%20P+L%20FORESTAL.pdf) extraído el 1 de octubre del 2012

Cuando los residuos no son manejados apropiadamente pueden producir impactos de gran magnitud sobre el suelo, agua, flora y fauna.

Residuos líquidos

Algunas empresas madereras usan el proceso del baño anti manchas que generan residuos líquidos que son altamente tóxicos, contienen derivados fenólicos que tienen un alto impacto contaminante sobre los cuerpos de agua y son peligrosos para la salud de los trabajadores.

Emisiones atmosféricas

Las emisiones de gases en los aserraderos se dan exclusivamente en el área de acopio de trozas, producidas por el equipo de manejo y de transporte de trozas, durante su carga y descarga, lo que afecta la calidad del aire.

Ruido

En el lugar de acopio de trozas se producen emisiones sonoras fuertes provenientes de las fuentes móviles para manejo de trozas (camiones y cargadoras). Cuando los aserraderos se encuentran alejados de las viviendas.

Durante el aserrado de la madera se producen también emisiones sonoras provenientes de fuentes fijas del proceso industrial (equipos y maquinaria de aserrado, canteadoras, despuntadoras, ciclones.). Como los aserraderos suelen estar alejados de los núcleos poblados los ruidos afectan principalmente a los trabajadores, por lo que el uso de protectores para el oído en las estaciones de trabajo es indispensable.

Emisiones de polvo y humo

El movimiento de las máquinas durante la descarga y manejo de trozas levanta polvo en las áreas de acopio de la madera, principalmente cuando el piso es de tierra. Durante el procesamiento de la madera las emisiones de polvo son mínimas por su alto contenido de humedad (aproximadamente 80%) y porque las máquinas empleadas están equipadas de sistema neumático de extracción de polvo. Además se emplean fosos que recogen los residuos de madera.

En efecto el viento puede dispersar pequeñas partículas de madera provenientes de la mala disposición del aserrín o de las salidas de sistemas de extracción

cuando estos no están provistos de filtros de contención. Este problema puede agravarse cuando los residuos son quemados, lo que libera dióxido de carbono y suspende partículas en el aire. Esta contaminación sin duda se reduciría si los residuos fuesen quemados en una planta de generación energética que operara con una alta eficiencia de combustión y con equipos de control de contaminación.

Estas son algunas de las condiciones medio ambientales que debe cumplir una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en Colombia para evitar sanciones y multas que puede llevar al cierre de los establecimientos que se dediquen a esta actividad económica.

Estos son algunos de los requisitos ambientales que debe cumplir una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en Colombia para que puede funcionar legalmente.

La Gestión Ambiental hace referencia a todas las actuaciones que contribuyen a cumplir los requisitos de la legislación ambiental vigente, a mejorar la protección ambiental y a reducir los impactos sobre el medio ambiente; al controlar los procesos y actividades que los generan.¹⁰²

Buenas prácticas ambientales en generación de residuos sólidos

Estos son algunos de los requisitos en manejo de residuos sólidos que debe cumplir una empresa productora de muebles en madera.

Separar los residuos en su lugar de origen, esto es, en el momento en que se generen, depositándolos en los diferentes contenedores habilitados al efecto y separándolos correctamente, según tipos o características de los residuos producidos. Se ha de priorizar la estrategia de las Reducción, Reutilización y Reciclaje

Estos requisitos ambientales fomentan y regulan el uso adecuado de los recursos naturales

¹⁰² Disponible en www.senado.gov.co/transparencia/politicas-y-planos/item/.../35 extraído el 1 de octubre del 2012

6.8 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ENTORNOS

Cuadro 13 Matriz de análisis de entornos

variable	tendenci a	impact o	Por que
económico			
PIB	alta	positivo	El sector manufacturero y de la construcción presentaron un crecimiento sustancial en el 2010 y el 2011 comparado con años anteriores; el crecimiento de estos dos sectores ofrece grandes oportunidades de negocio para las empresas productoras de muebles en madera, debido a que las nuevas obras civiles, necesitan ser amobladas con diferentes elementos en madera, como puertas, camas y diferente tipo de muebles, con el objetivo de ser habitadas por la población colombiana.
inflación	estable	positivo	El índice general de precios en Colombia es relativamente estable; por lo tanto no hay mucho peligro de que los precios de algunos productos e insumos necesarios para la fabricación de algún producto se eleven exageradamente.
Tasa de interés	alta	negativo	La tasa que aplica para el crédito de Libre Inversión es 29,53% efectivo anual; lo que indica que los intereses son altos, para aquellas personas que piensan acceder a créditos para invertir en alguna actividad económica, por lo tanto la empresa debe producir más dinero para cubrir sus cuotas financieras.
tasa de desempleo	baja	positivo	El desempleo en el 2012 registra una cifra de 0,9 puntos porcentuales inferior a la registrada en el mismo mes de 2011; En concordancia a esto; Una disminución en el desempleo indica que hay mayor número de personas con ingresos disponibles; ocasionando un aumento en el consumo y en la inversión.
Balanza	alta	neutro	

comercial			
Importaciones	alta	Positiva	Esto es muy favorable para las personas que deseen crear una empresa en Colombia; Puesto que puede importar tecnología de punta fácilmente, con el objetivo estar a la vanguardia y ser más competitivo que las empresas que se encuentre ya establecidas.
Exportaciones	alta	neutro	
Índice de precios al productor	alta	negativo	El aumento de los costos en las actividades y de los insumos ocasiona un incremento en los costos del productor, lo que se traduce en un mayor precio de los muebles y artículos en madera.
Índices de precios al consumidor	estable	positivo	El valor para el consumidor depende del tipo de mueble, el estilo, la madera en que este hecho y el color que el cliente.
demográfico			
Tamaño de la población	alta	Positiva	El mercado crece cada día más y por lo tanto hay mayores oportunidades para las empresas regionales y locales; las cuales puede vender más productos.
Tasa de natalidad	alta	positivo	Puede haber una mayor demanda de camas y cunas para los recién nacidos.
Niveles de mortalidad	Alta	negativo	Son asesinadas personas laboralmente activas y que pueden comprar artículos y muebles en madera.
Tasa de migración	baja	negativa	Esta variable puede afectar a los individuos que viven de las remesas que sus familiares les envían; puestos que estos individuos utilizan estos dineros para comprar alimentos y diferentes artículos que puedan mejorar sus condiciones de vida en el país.
Esperanza de vida	Alta	neutral	
Tasa de alfabetismo	baja	positiva	Variable indica que cada día los colombianos están cada vez más capacitados por lo tanto pueden acceder a mejores empleos y disponer de más recursos o dinero.
Ingreso	estable	negativa	Esta variable indican que los salarios en Colombia son muy bajos comprados con

promedio			los del resto del mundo; por lo tanto no hay una gran demanda de articulo de bienes para el hogar.
Entorno jurídico	alta	negativo	Estos requisitos son demasiado costosos, debido a que hay que hacer una gran inversión de dinero para pagar los trámites exigidos por el estado para poder funcionar.
Derecho comercial	alta	positivo	Estas leyes y normas fomentan la creación formal de empleo y tienen como objetivo regular el funcionamiento legal de cualquier empresa que se establezca en país.
Derecho laboral	alta	positivo	Las personas que cumplen con todos los trámites y requisitos legales de funcionamiento, puede acceder fácilmente a créditos bancarios con el objetivo de invertir en el negocio y mantenerse en el mercado.
Derecho ecológico	alta	positiva	Los requisitos ambientales fomentan y regulan el uso adecuado de los recursos naturales que cada día son más escasos.
Entorno político	alta	positivo	El gobierno esta implementado iniciativas políticas con el objetivo de generar empleo y de motivar a las personas a que desarrollen proyectos productivos, los cuales puedan mejorar las condiciones de vida de los colombianos, además está apoyando las incentivas de creación de mipymes; de igual manera está desarrollando e implementando políticas de anticorrupción y de seguridad pública para disminuir los índices de violencia y mortalidad.
Entorno socio-cultural	alta	positivo	En Colombia hay múltiples manifestaciones culturales que expresan la variedad étnica, religiosa y las diferentes costumbres y tradiciones que esculpen las formas de vida de su población, así como su riqueza natural y diversidad de climas, geografías y paisajes. Este tipo de eventos culturales fomenta el turismo en la región; Por consiguiente genera un mayor número de empleos; ya

			sea para las personas que se dedican a vender artesanías o para las empresas locales que venden servicios de hotelería y gastronomía. de igual manera estimulan la economía local debido a que hay un mayor flujo de dinero, el cual es brindado por las personas que visitan este tipo de eventos.
Entorno tecnológico	alta	positivo	La tecnología se puede adquirir en el mercado local y regional fácilmente; puesto que este tipo de herramientas es muy utilizado en las remodelaciones y tienen mucha demanda en el mercado de la contribución.
Tecnología avanzada	alta	positivo	La tecnología avanzada y puede ofrecer grandes beneficios productivos para la empresa que la desee utilizar; debido a que minimiza tiempos de corte de materiales y minimiza desperdicios que pueden ser ocasionados por mal manejo de la maquinaria por parte de los operarios; del mismo modo mejora la seguridad en la empresa; debido a que las máquinas se programan con software y el sistema de la maquinaria, realiza las tareas correspondientes.
Entorno ambiental	alta	positivo	Esto es una gran ventaja. Puesto que Colombia y el municipio de Caicedonia Valle, cuenta con grandes riquezas forestales que pueden ser aprovechadas por este tipo de empresa.
Restricciones ambientales de la actividad económica	alta	negativa	La empresa debe capacitarse para el manejo adecuado de residuos, los cuales pueden generar altos costos y demorar demasiado tiempo al implementar las capacitaciones.

Fuente: autor

6.9 ANÁLISIS DEL SECTOR

6.9.1 Intensidad de la rivalidad entre los competidores existentes

6.9.2 El número de competidores

El número de competidores en Caicedonia Valle es alto; según la cámara y comercio en el municipio hay 1035¹⁰³ empresas registradas formalmente; de las cuales 27 empresas se dedican a la producción de muebles; estas son empresas productoras de artículos en madera o en metal y según su clasificación se establecen de la siguiente manera:

- Fabricación de utensilios y artículos decorativos de madera para el hogar y oficina
- Comercio al por menor de muebles para el hogar, en establecimientos especializados
- Fabricación de utensilios y artículos decorativos de madera para el hogar y oficina, fabricación de puertas ventanas y sus partes,
- Fabricación de muebles y accesorios metálicos para comercio y servicios
- Comercio al por menor de cofres, estuches, adornos de madera, artículos de cestería, membrería y artesanías
- Fabricación de elementos metálicos para arquitectura y ornamentación, tales como puertas, portales, ventanas,
- Comercio al por menor de equipo y artículos de uso doméstico diferentes de electrodomésticos y muebles para el hogar, en establecimientos especializado,
- Comercio al por menor de muebles para oficina, maquinaria y equipo de oficina, computadoras,
- Fabricación de muebles para comercio y servicios, Comercio al por menor de muebles para el hogar, en establecimientos especializados.

Esto indica que el municipio de Caicedonia Valle 2.6% de las empresas registradas son competidores de la empresa productora de muebles en madera.

¹⁰³ Bases de datos de la cámara y comercio de caicedonia valle del año 2010.

El número de competidores existentes es alta; pero hay que tener en cuenta que la fábrica de muebles en madera que se desea establecer, contara con gran tecnología; Por esta razón la organización cumplirá más fácilmente los plazos de entrega; además los productos de la organización tendrán una calidad superior comparados con los productos de la competencia, de igual manera con la implementación de la nueva tecnología se reducirán costos de producción y de mano de obra, por consiguiente esto ayudara a atacar fuertemente la competencia y brindara ventajas competitivas en relación a los precios con los posibles competidores.

Esto es positivo porque con la ayuda de la nueva tecnología; la empresa será más eficiente en relación a calidad de producto final y además esto ayudara al cumplimiento de los plazos entrega a los clientes.

6.9.3 Crecimiento del sector

Al analizar los resultados del PIB de 2011 por grandes ramas de actividades económicas comparados con los del año 2010, se observaron las siguientes variaciones: 14,3% en explotación de minas y canteras; 6,9% en transporte, almacenamiento y comunicaciones; 5,9% en comercio, servicios de reparación, restaurantes y hoteles; 5,9% en establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas; 5,8% en construcción; 5,7% en industrias manufactureras; 3,9% en servicios sociales, comunales y personales; 3,1% en agropecuario, silvicultura, caza y pesca; y 2,2% en electricidad, gas de ciudad y agua 1,8%.

El valor agregado del sector manufacturero creció 3,9% y de igual manera el sector de la construcción presentó un crecimiento en 5,7% durante el año 2011¹⁰⁴

Esto revela que el sector de muebles en madera en las regiones de Colombia creció; lo que indica que puede haber un crecimiento en la producción de artículos en madera.

Esto es una gran oportunidad para las empresas productoras de muebles en madera del país debido a que posiblemente, las nuevas obras civiles necesita ser amobladas con diferentes elementos en madera como puertas, camas y todo tipo de muebles con el objetivo de ser habitadas por la población colombiana.

¹⁰⁴ Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf/ extraído el 13 de septiembre

6.9.4 Costo de almacenajes

Los costos de almacenaje de la materia prima son bajos debido a que en la madera los insumos necesarios para la producción; se pueden adquirir fácilmente en el mercado; Puesto que hay gran variedad de proveedores puede haber un constante flujo de materiales disponibles en el momento que sean requeridos.

Esto puede ser una gran ventaja debido a que estas empresas no necesitan tener grandes inventarios de materia prima que ocupen grandes bodegas que incurren en gastos de almacenaje; Puesto que la materia puede ser adquirida fácilmente y por lo tanto se puede mantener una producción constante gracias a la gran disposición de materia prima que se puede encontrar en la región.

6.9.5 Capacidad de diferenciación del producto

En relación con la producción de muebles en madera en Caicedonia Valle; la diferenciación de los productos es alta; puesto que se pueden adquirir productos con precios relativamente bajos pero con una calidad dudosa; de igual manera hay productos un poco más costosos, pero de alta calidad y con una vida útil más larga. La diferenciación está reflejada más en los precios y la calidad del producto que el cliente esté dispuesto a pagar o adquirir.

La capacidad diferenciación del producto de la empresa productora de muebles en madera comparada con la competencia es positiva; debido a que se ofrecerá un producto de bajo costo con un acabado impecable y con excelente calidad; puesto que se utilizarán los mejores materiales disponibles en el mercado.

6.9.6 Barreras de salida

En la producción de muebles en madera este tipo de barreras es muy bajo puesto que muchos de los productos tienen demanda en toda la región del país gracias a la gran vida útil y los diseños atractivos que tienen los muebles que se fabrican en madera.

Esto es un elemento positivo para la organización; puesto que si la empresa desea incursionar en otros mercados; puede hacerlo debido a la gran demanda que tienen los muebles en madera; puesto que hay muchos consumidores de muebles en el país y muchos de estos están dispuestos a obtener productos con diseños atractivos hechos en madera de buena calidad

6.9.7 Barreras de entrada

Las barreras de entrada en relación con la producción de muebles en madera son bajas; debido a que no hay un ente que regule efectivamente la aparición de nuevas empresas informales que puedan entrar a competir en el mercado.

Esto es bueno para empresa productora de muebles en madera puesto que si hay el capital disponible para comprar maquinaria y tecnología de punta, la empresa puede entrar a competir fuertemente y ganar gran parte del mercado local.

De igual manera hay que tener en cuenta que en la región de Caicedonia Valle; no existen competidores fuertes o monopolios que puedan amenazar la creación de la fábrica de muebles en madera.

6.9.8 Amenazas de nuevos competidores

6.9.9 Diferenciación de otros productores

Diferenciación de otros productores es baja, debido a que los muebles en madera en Caicedonia Valle se diferencia en los niveles de precios; Puesto que muchos de los productos de la región no cuentan con marcas registradas; además los productos se diferencian en la calidad y en presentación, debido a que la empresa productoras de muebles en madera utilizan tecnología de punta que facilita el desarrollo de los procesos; con el objetivo de reducir los costos de producción y mejoraran la calidad del producto.

Esto puede ser una gran oportunidad para la empresa productora de muebles en madera que se desea establecer con este proyecto; Puesto que se desea implementar una tecnología de punta, la cual permita a la organización ofrecer un producto de bajo costo con un acabado impecable y con excelente calidad.

6.9.10 Costos de cambio para el comprador

El Costos de cambio para el comprador en la fabricación de muebles en madera son altos puesto que si los productos de la competencia tiene un precio más bajos pero sus productos son de menos calidad, los consumidores prefieren pagar un precio más alto por un producto que tenga una buena vida útil y un buen acabado.

Esto es positivo para la organización puesto la empresa fabricara productos hechos en madera de buena calidad, con una esperanza de vida útil más larga que los productos que pueda ofrecer la competencia llamará fácilmente la atención de los consumidores de muebles.

6.9.11 Necesidades de capital

Para poder desarrollar un proyecto productivo como la creación de una empresa productora y comercializadora de muebles en madera; se necesita una inversión alta, puesto que hay tecnología que tiene un gran valor económico y es indispensable para desarrollar el proyecto, además hay que invertir en adecuaciones para las instalaciones donde se puede ubicar la empresa.

Por lo tanto si se desea crear una empresa productora y comercializadora de muebles en madera; se deben buscar diferentes fuentes de financiamiento con entidades financieras con el objetivo de que el proyecto pueda ser realizado; de igual manera se buscará las tasas de interés bajas en el mercado debido a que en estos momentos está es muy alta.

La tasa que aplica para el crédito de Libre Inversión es 29,53%¹⁰⁵ expresada en términos efectivos anuales, en conversión mensual es de 2.18%, lo que indica que los intereses es alta; esto puede ser negativo debido a que hay que pagar una cantidad de dinero superior ocasionada por los intereses del préstamo; por dichas razones la empresa tiene que vender mayor cantidad de productos para obtener los rendimientos esperados.

De igual manera se buscaran inversionistas que quiera invertir en el desarrollo de este proyecto, con el objetivo de no implementar un crédito y no incurrir en los intereses que este ocasiona.

6.9.12 Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es relativamente bajo; puesto que en la región hay muchos proveedores de madera y aglomerados como almacenes el cedro, maderas choco, el constructor y proveedores de pinturas y disolventes como tecnipinturas y mundo color, los cuales ofrecen productos similares y que son relativamente un poco más costosos comparado con algunas empresas que se pueden encontrar en la ciudad de armenia Quindío, las cuales ofrecen todo tipo de madera y mdf; como AG maderas y triplexalirio García Quiceno, Madecentro, placacento y almacén el carpintero y proveedores de todo tipo pinturas, lacas y disolventes conocida como fabrica gama; muchos estos de proveedores ofrecen descuentos para sus clientes con el objetivo de retener el mayor número consumidores y tratar de competir agresivamente.

¹⁰⁵ Disponible en http://www.banrep.gov.co/informes-economicos/ine_pre_frec3.htm extraído el 26 de octubre del 2012

Esto es positivo para la empresa porque hay gran variedad de proveedores; la organización y tiene el poder de elegir entre la variedad de proveedores, que se adapten a las necesidades de la empresa; además los proveedores ofrecen materiales muy similares comparados con la competencia; Al mismo tiempo los proveedores no venden productos especializados para la fabricación de muebles en madera.

6.9.13 Concentración de proveedores

La concentración de proveedores es alta; debido a que hay gran variedad de empresas que venden materiales e insumos para la creación de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle.

Esto es positivo para la empresa porque tiene una gran variedad de proveedores que le pueden suministrar los insumos y materiales a un costo relativamente bajo.

6.9.14 Diferenciación de los productos y servicios del proveedor

La diferenciación de los productos y servicios del proveedor son bajos; Puesto que los proveedores venden materiales e insumos similares y simplemente se diferencia en los niveles de precio.

Esto es positivo para la empresa porque tiene el poder de elegir al proveedor, que le ofrezca los mejores materiales e insumos a precios bajos.

6.9.15 Costos por cambiar de proveedor

Los costos por cambiar de proveedor son relativamente bajos; debido a que los materiales e insumos que ofrecen los proveedores son muy similares y por lo tanto se puede cambiar de proveedor fácilmente; puesto que la mayoría de proveedores vende productos similares y las variaciones están en costos.

Esto es positivo porque si la empresa desea cambiar de proveedor; lo puede hacer fácilmente; puesto que la diferenciación de los materiales e insumos que ofrecen los diferentes proveedores son similares o casi iguales a sus competidores.

6.9.16 Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores en Caicedonia Valle es relativamente alto porque los clientes presionan al fabricante para que baje los precios, cuando desean comprar un volumen considerable de muebles en madera, de igual manera, los consumidores de artículos en maderas y además este tipo de producto son muy indispensables para las personas; Puesto que las personas los

necesitas para amoblar sus hogares y son indispensables para mejorar la comodidad de los individuos que los consumen.

El comprador tiene gran poder cuando desea un producto al instante y tiene el dinero suficiente para obtenerlo en el momento y no repara en el precio o el valor del mueble.

Esto puede ser positivo para la organización; porque si los clientes desean un producto, lo más rápido posible y están dispuestos a pagar una buena cantidad de dinero por ello, la empresa deberá mantener una buena cantidad de inventario acorde, para satisfacer este tipo de consumidores.

6.9.17 concentración de los compradores

La concentración de compradores en Caicedonia Valle alta; debido a que en la región hay un gran número de compradores; puesto que el municipio cuenta con aproximadamente 30.341¹⁰⁶ habitantes los cuales pueden comprar los productos de la empresa.

Esto es positivo debido a que la empresa cuenta con un gran mercado al que le puede ofrecer la variedad de productos que fabrica la empresa.

6.9.18 la diferenciación del producto o servicio

La diferenciación del producto o servicio es alta; debido a que la fábrica de muebles en madera ofrecerá productos fabricados con madera de buena calidad y con acabados impecables a precios bajos; con el objetivo de obtener el mayor número de clientes posibles.

Esta estrategia puede ser positiva, porque la empresa utilizara materiales de alta calidad y tecnología de punta, la cual ofrezca mayores rendimientos en plazos de entrega y una mejor calidad del producto final, comparado con los productos que pueda ofrecer la competencia, a un precio más bajo.

Además la fábrica de muebles en madera ofrece sus productos de acuerdo a los gustos y necesidades del cliente, Puesto que mucho de los consumidores tienen necesidades y gustos diferentes; Por consiguiente a esto la empresa también ofrecerá productos hechos a medida.

¹⁰⁶ Información extraída de PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2012 – 2015

6.9.19 Información del comprador

La información del comprador es alta debido a que la organización conoce el número de personas que habitan en el mercado; además tienen información el numero habitantes que es de 30434 divididos en estratos socioeconómicos así; estrato 1, 3725, estrato 2, 13009, estrato 3, 11434, estrato 4, 1952, estrato 5, 238y estratos 6, 76.¹⁰⁷

Esto es positivo para la organización; puesto que esta cuenta con información confiable para poder hacer una buena investigación de mercado que arroje datos congruentes.

6.9.20 Capacidad de integrarse hacia atrás

La capacidad de integración hacia atrás de la empresa es alta; Puesto que la empresa puede volverse fácilmente distribuidora de muebles en madera y no venderle directamente al cliente.

Esto puede ser positivo para la organización; puesto que la empresa puede distribuirles a los vendedores detallistas de muebles en madera de la región. Por consiguiente la empresa puede mantener una gran ventaja en relación con los competidores; puesto que esta puede suministra los productos a todos los comerciantes de muebles en el municipio.

6.9.21 Productos de sustitución

Los productos son relativamente altos; puesto que en ocasiones los consumidores no tienen el dinero suficiente para poder adquirir un mueble en madera; por esta razón algunos consumidores tienen la necesidad de comprar productos sustitutos que satisfacen la necesidad temporalmente mientras adquieren el dinero suficiente para comprar muebles en madera.

Esto es negativo para la empresa debido a que los productos sustitutos pueden convertirse en competidores directos; cuando los consumidores no cuentan con recursos suficientes para poder comprar un mueble en madera.

6.9.22 Diferencia de productos.

Diferencia de productos es alta; puesto que la fábrica de muebles ofrecerá en el mercado productos hechos con materiales de la mejor calidad; además los

¹⁰⁷ Departamento nacional de planeación de Caicedonia valle del cauca /agosto 20/2012

productos que fabricara la organización tendrán mejores diseños y estilos más llamativos que los que ofrecen la competencia.

Esto es positivo para la organización; puesto que la empresa establecerá un portafolio de productos con estilos llamativos acorde a las necesidades del mercado; con el objetivo de satisfacer las necesidades más urgentes del consumidor.

6.9.23 Identidad de marca

La identidad de marca es baja debido a que en el mercado de la región no hay una empresa productora de muebles en madera, con una marca reconocida que ofrezca productos de buena calidad.

Esto puede ser positivo para empresa productora de muebles en madera que se desea establecer con este proyecto; debido a que no hay referente de un competidores fuertes y por lo tanto se puede crear una marca con el objetivo de que los productos de la organización pueda ser reconocidos fácilmente por los consumidores.

6.9.24 Impacto sobre la calidad/desempeño

El Impacto sobre la calidad/desempeño es alto; debido a que la empresa utilizara los mejores materiales disponibles con el objetivo de ofrecer un producto tenga la mejor calidad posible y una vida más larga que los productos que ofrece la competencia.

Esto es positivo para la organización; debido a que los productos que ofrezca la empresa serán reconocidos fácilmente por los consumidores de muebles de la región; además los productos que fabricara la empresa tendrán una mejor calidad y por esta razón soportaran más fácilmente el desgaste generado por el uso intensivo.

6.9.25 Productos sustitutos

En Caicedonia Valle los productos sustitutos para la madera son altos porque existen muchos, los cuales son; el metal, el plástico, la guadua, el mimbre, que son elementos un poco menos costoso pero con los cuales se pueden construir artículos y muebles como camas, closet, mesas, puertas y muchos otros más elementos que tienen un precio más bajo, comparado con los productos hechos en madera.

Además hay que tener en cuenta, que estos sustitutos no tienen la misma calidad y durabilidad que puede ofrecer la madera. Puesto que los productos hechos en metal se oxidan fácilmente al contacto con el agua, los artículos en plástico se deforman fácilmente con el uso, la guadua no tiene la forma ideal para construir algunos muebles y es muy costoso adquirirla, y el mimbre se deteriora fácilmente con el uso.

Esto es negativo para la empresa debido a que los productos sustitutos pueden convertirse en competidores directos; cuando los consumidores no cuentan con recursos suficientes para poder comprar un mueble en madera.

Hay que mencionar que mucho de los competidores que hay en el mercado local, fabrican productos sustitutos y por lo tanto son competidores indirectos.

6.9.26 Desempeño relativo precio del sustituto

El desempeño relativo del precio sustituto para los muebles en madera en Caicedonia Valle es relativamente alto; Puesto que muchos de los productos sustitutos tienen un precio más bajo comparado con los muebles madera.

Por consiguiente esto puede ser negativo, porque los consumidores en la región simplemente se fijan en los precios de los productos más no en la calidad y en la vida útil de un producto final.

6.9.27 Propensión del comprador a sustituir

La propensión a sustituir los muebles en madera en Caicedonia Valle es alta; Puesto que alguno de los consumidores de muebles en la región; optan por productos sustitutos como el plástico que tiene un precio mucho menor comparado con los productos de en madera.

Esto puede negativo para la empresa; Puesto que los consumidores simplemente se pueden fijan en los precios más no en la calidad del producto final.

9.10 MATRIZ ANÁLISIS DEL SECTOR

Cuadro 14 Matriz Análisis del sector

Variable	Alto	bajo	Impacto
Intensidad de la rivalidad entre los competidores existentes			
El número de competidores	X		Esto puede ser una negativo al corto plazo debido a que puede haber una competencia intensiva, lo cual produzca que la empresa en su comienzo no obtenga las utilidades esperadas; pero al largo plazo puede ser positivo; Puesto que la empresa utilizará nueva tecnología; para ser más eficiente y tener una mejor calidad de producto final y además esto ayudara al cumplimiento de los plazos entrega a los clientes.
Crecimiento del sector	X		Esto es positivo para las empresas productoras de muebles en madera del país; debido a que posiblemente con el crecimiento del sector de la construcción y las nuevas obras civiles necesitan ser amobladas con diferentes elementos en madera como puertas, camas y todo tipo de muebles con el objetivo de ser habitadas por la población colombiana.
Costo de almacenajes		X	Esto puede ser una positivo debido a que estas empresas no necesitan tener grandes inventarios de materia prima que ocupen grandes bodegas que incurren en gastos de almacenaje; Puesto que la materia puede ser adquirida fácilmente y por lo tanto se puede mantener una producción constante gracias a la gran disposición de materia prima que se puede encontrar en la región.
Capacidad de diferenciación del producto	X		La capacidad diferenciación del producto de la empresa, productora de muebles en madera comparada con la competencia es positiva; debido a que se ofrecerá un producto de bajo costo con un acabado impecable y con excelente calidad; puesto que se utilizaran los mejores materiales disponibles en el mercado.

Barreras de salida		X	Esto es un elemento positivo para la organización; puesto que si la empresa desea incursionar en otros mercados; puede hacerlo debido a la gran demanda que tienen los muebles en madera; Por esta razón muchas de los consumidores de muebles en el país, están dispuestos a obtener productos con diseños atractivos hechos en madera de buena calidad.
Barreras de entrada		X	Esto es positivo para empresa productora de muebles en madera puesto que si hay el capital disponible para comprar maquinaria y tecnología de punta, la empresa puede entrar a competir fuertemente y ganar gran parte del mercado local.
Amenazas de nuevos competidores			
Diferenciación de otros productores		X	Esto puede ser positivo para la empresa productora de muebles en madera que se desea establecer con este proyecto; Puesto que se desea implementar una tecnología de punta la cual permita a la organización ofrecer un producto de bajo costos con un acabado impecable y con excelente calidad.
Costos de cambio para el comprador		X	Esto es positivo para la organización; puesto la empresa fabricará productos hechos en madera de buena calidad, con una esperanza de vida útil más larga que los productos que pueda ofrecer la competencia; por lo tanto llamará fácilmente la atención de los consumidores de muebles.
Necesidades de capital	X		Esto es negativo para la empresa porque se hace necesario buscar entes financieros con la tasas de interés bajas en el mercado, debido a que en estos momentos la tasa de interés está muy alta; además se buscaran inversionistas que quiera invertir en el desarrollo de este proyecto, con el objetivo de no implementar un crédito y no incurrir en los intereses que este ocasiona.
Poder de negociación de los proveedores			
Concentración de proveedores	X		Esto es positivo para la empresa porque tiene una gran variedad de proveedores que le pueden suministrar los insumos y materiales a un costo relativamente bajo.

Diferenciación de los productos y servicios del proveedor		X	Esto es positivo para la empresa, porque tiene el poder de elegir al proveedor que le ofrezca los mejores materiales e insumos a precios bajos.
Costos por cambiar de proveedor		X	Esto es positivo porque si la empresa desea cambiar de proveedor; lo puede hacer fácilmente; puesto que la diferenciación de los materiales e insumos que ofrecen los diferentes proveedores son similares o casi iguales a sus competidores.
Poder de negociación de los compradores			
concentración de los compradores	X		Esto es positivo debido a que la empresa cuenta con un gran mercado, al que le puede ofrecer la variedad de productos que fabrica la empresa.
la diferenciación del producto o servicio	X		Esto es positiva porque la empresa utilizara materiales de alta calidad y tecnología de punta, la cual ofrezca mayores rendimientos en plazos de entrega y una mejor calidad del producto final, comparado con los productos que pueda ofrecer la competencia; a un precio más bajo.
Información del comprador	X		Esto es positivo para la organización; puesto que esta cuenta con información confiable para poder hacer una buena investigación de mercado que arroje datos congruentes.
Capacidad de integrarse hacia atrás	X		Esto puede ser positivo para la organización; puesto que la empresa puede distribuirles a los vendedores detallistas de muebles en madera de la región; Por consiguiente la empresa puede mantener una gran ventaja en relación con los competidores; puesto que esta puede suministrar los productos a todos los comerciantes de muebles en el municipio.
Productos de sustitución	X		Esto es negativo para la empresa debido a que los productos sustitutos pueden convertirse en competidores directos; cuando los consumidores no cuentan con recursos suficientes para poder comprar un mueble en madera.
Diferencia de productos.	X		Esto es positivo para la organización; puesto que la empresa establecerá un portafolio de productos con estilos llamativos acorde a las necesidades del mercado; con el objetivo de satisfacer las necesidades más urgentes del consumidor.

Identidad de marca		X	Esto puede ser positivo para empresa productora de muebles en madera que se desea establecer con este proyecto; debido a que no hay referente de un competidores fuertes y por lo tanto se puede crear una marca con el objetivo de que los productos de la organización pueda ser reconocidos fácilmente por los consumidores.
Impacto sobre la calidad/desempeño	X		Esto es positivo para la organización; debido a que los productos que ofrezca la empresa serán reconocidos más fácilmente por los consumidores de muebles de la región; puesto que son productos con una vida útil más larga y por esta razón soportaran más fácilmente el desgaste generado por el uso intensivo.
Productos sustitutos			
Desempeño relativo precio del sustituto	X		Esto es Negativo porque los consumidores en la región simplemente se fijan en los precios de los productos más no en la calidad y en la vida útil de un producto final.
Propensión del comprador a sustituir	X		Esto es negativo para la empresa; Puesto que los consumidores simplemente se pueden fijan en los precios más no en la calidad del producto final.

Fuente: autor

6.11 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Con el objetivo de realizar una buena segmentación para los muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle, se implementara la matriz de Igoranssof¹⁰⁸ para de identificar los posibles mercados que tienen los productos de la fábrica de muebles en madera, además establecer estrategias adecuadas para cada segmento del mercado.

Cuadro 15 matriz de segmentación

matriz de segmentación					
empresa segmentación	hogares hoteles turísticos moteles restaurantes	Producto actual		productos nuevos	
		camas	comedores	muebles a medida	muebles personalizados
		x	x		X
		x	x		
mercados organizacionales tradicionales	moteles restaurantes				
		x			X
			x	x	
mercados nuevos	cadenas de almacenes casa fincas almacenes de electrodomesticos				
		x	x		
		x			X
		x	x		

Fuente autor

Igoranssof un pionero en el campo de la estrategia organizacional, presento en 1965 una matriz donde se recomiendan las estrategias para una buena segmentación de mercado.

¹⁰⁸ SALLENAVE, J, P gerencia y planeación estratégica .Cali edit. norma, 1985, p 48.

6.11.1 Estrategias a implementar en los posibles escenarios

Cuadro 16 Estrategias a implementar en los posibles escenarios

Mercado actual	Penetre en el mercado ,ser eficiente y flexible ; reduzca costos persiga una posición de liderazgo; logre una diferenciación mas fuerte o identifíquese por una marca	Aumente la investigación y el desarrollo ;introduzca variaciones del producto imite o añada ,mas características del producto proporcione y anuncie mas el producto	Amplíe línea del producto o reemplace el producto existente; diversifique lateralmente ;entre en productos muy relacionados aumente la utilización de los recursos
	Producto actual	Producto mejorado	producto nuevo

Fuente autor

Con esta matriz se pueden analizar los posibles mercados y los posibles clientes; además recomienda la utilización de algunas estrategias que ayudan al desarrollo de la organización.

6.11.2 Productos traicionales y mercados tradicionales

Según la matriz Ignoran ansoff desarrollada para la realización de este proyecto; se pueden identificar los posibles mercados que están al alcance de la fábrica de muebles; además establece los mercados tradicionales, para las camas y comedores; con esta información se identifican los segmentos de mercados, estos están compuestos por hogares donde hay jóvenes y adultos mayores con ingresos disponibles que desean adquirir muebles en madera, por lo tanto, podrán ser el mercado objetivo de la fábrica, de igual manera se pueden encontrar consumidores de comedores en los dueños de los restaurantes, que son lugares donde se pueden encontrar este tipo de muebles que son usados por los comensales.

La fábrica de muebles en madera podría tener como clientes potenciales a los dueños de los hoteles y moteles de la región, que ofrecen a las personas habitaciones con camas para disfrutar de unos momentos de intimidad y tranquilidad sin interrupción.

6.11.3 La estrategia a implementar en los productos tradicionales y los mercados tradicionales

Según la matriz Ignoran ansoff La estrategia para este tipo de mercado es de penetración en el mercado, en la cual, se quiere tratar de introducir el mayor numero de productos, en la región con el objetivo ganar el mayor mercado posible, además se trata de mejorar la posición de la empresa frente a los competidores de la región y mejorar la relación con los clientes, que actualmente utilizan o consumen los productos, así mismo se implementaran campañas de publicidad y con descuentos por consumidores frecuentes.

6.11.4 Nuevos mercados y productos actuales

La empresa productora de muebles en madera tiene en la mira como posibles clientes a chales o casas fincas “(Un chalé o chalet es un edificio concebido principalmente para su uso como vivienda unifamiliar, que comparte terreno en una misma finca)”¹⁰⁹ estos lugares se usan para el turismo de la región y donde se pueden encontrar comedores y camas para que los visitantes disfruten de la comodidad del lugar.

6.11.5 La estrategia a implementar en los mercados nuevos con los productos actuales

Según la matriz Ignoran ansoff, cuando el producto es actual y nuevos mercados, se recomienda implementar estrategias de desarrollo de mercados, que buscan conseguir nuevos clientes para los productos actuales; por esta razón se ofrecerá un portafolio de productos para nuevos mercados como los chales y casas fincas; con el objetivo de ganar una mayor porción del mercado regional.

6.11.6 Producto nuevo y mercado actual

En el caso de que la empresa desee incursionar en los mercados actuales, con productos nuevos y personalizados y hechos a la medida, la empresa debe tener en cuenta, las exigencias de los consumidores, que están dispuestos a comprar un producto que este hecho con especificaciones y medida que ellos deseen.

¹⁰⁹ Disponible en internet <http://es.thefreedictionary.com/chalet> extraído el 24 de mayo del 2013

6.11.7 La estrategia a implementar en los mercados actuales con productos nuevos

Según la matriz Ignoran ansoff , cuando el producto es nuevo y los mercados son actuales, se recomienda la estrategia de diversificación, en la cual se ofrecerán los productos, hechos a la medida y con características nuevas con el objetivo de que llamara la atención de los consumidores actuales dispuestos a comprar los productos que la empresa le ofrece.

6.11.8 Cuando el producto es nuevo y el mercado es nuevo

Con el objetivo de llamar la atención del cliente, se debe desarrollar un portafolio de productos, el cual puedan satisfacer las necesidades de los clientes con gustos exóticos, los cuales gustan de productos como closet, puertas, cocinas integrales, muebles para los baños y todo tipo de artículos en madera, que son novedoso y son muy utilizados por los clientes con una condición económica alta.

Closet es un mueble conocido como armario cerrado por medio de puertas, en cuya distribución interior puede haber estantes, colgadores para perchas y cajones, ideado para guardar ropa y cosas.

Cocina integral es un grupo de muebles y gabinetes diseñado para decorar y dividir de manera más eficiente los espacios, en el lugar donde se prepara los alimentos en el hogar.

Los muebles para baño, son gabinetes en madera para el baño utilizado para guardar los implementos de aseo personal.

6.11.9 La estrategia a implementar en los mercados nuevos con producto nuevo

Según la matriz Ignoran ansoff, Cuando el producto es nuevo y los clientes son nuevos se recomienda la estrategia de diversificación, en la que se trata de ofrecer un portafolio de productos variado, con diferente tipo de productos, como puertas, cocinas integrales, muebles para el baño y closet; con el objetivo de conseguir nuevos clientes para la empresa.

6.11.10 Matriz de Thompson-strickland¹¹⁰

Con la siguiente Matriz de Thompson-strickland se evalúa la posición de la empresa frente la competencia y el crecimiento que esta tienen en el mercado.

Cuadro 17 Matriz de Thompson-strickland



Fuente autor

Según el análisis realizado con la Matriz de Thompson-strickland, La empresa de muebles en madera que se desea establecer con este proyecto, tendrá una posición competitiva fuerte; debido a que utilizara tecnología de avanzada con el objetivo de realizar los procesos de la manera más eficiente; además hay que mencionar el crecimiento del mercado, es rápido debido al crecimiento del sector de la construcción y del sector manufacturero donde se encuentra establecida la empresa.

¹¹⁰ SALLENAVE, J, P gerencia y planeación estratégica .Cali edit. norma, 1985, p 48.

La empresa se encuentra en el Cuadrante 1 donde la estrategia a utilizar es:¹¹¹

6.11.11 Estrategias a implementar según Matriz de Thompson-strickland

6.11.12 concentración desarrollo de mercado y de producto

Esta estrategia consiste en concentrarse en conseguir nuevos clientes para los productos actuales de la organización, además en desarrollar un nuevo producto como puertas, cocinas integrales, muebles para el baño y Closet para los clientes actuales; asimismo realizar cambios fundamentales a los productos; la base de la estrategia es crear una marca propia para fomentar la lealtad del consumidor y atraer clientes satisfechos que han utilizado productos de la organización para que consuma o utilicen los nuevos productos de la empresa nuevamente.

6.11.13 integración vertical

La fábrica de muebles en madera para ganar un mayor posicionamiento en el mercado la empresa ofrecerá sus productos a cadenas de almacene y almacenes de electrodomésticos; puesto que son posibles competidores; de igual manera establecer una integración vertical hacia atrás; esta estrategia consiste en que una determinada organización adquiere o controla otra organización que le sumista entradas; esta estrategia es también llamada integración vertical hacia atrás porque controla la fuente de suministros de la organización; por lo tanto la empresa se volverá, el proveedor de estas organizaciones, para suministrar directamente los productos a estas.

6.11.14 diversificación concéntrica

Esta estrategia busca adquirir o crear líneas de negocio cuyos producto y tecnología y materia primas sea parecido pero no idéntico a la línea de productos. Además consiste en concentrarse en producir un producto que ofrezcan los mejores rendimientos para la organización.

6.11.15 Selección de la estrategia

Una vez que se han evaluado los las diversas alternativas de mercado, hay que seleccionar una estrategia que se adaptara la organización en un futuro.

¹¹¹ SALLENAVE, J, P gerencia y planeación estratégica .Cali edit. norma, 1985, p 48.

6.11.16 Estrategias a implementar la empresa de muebles en madera

Según la matriz Ignoran ansoff Como la empresa fabricara productos que actualmente existen y que existen en el mercado debe implementar una estrategia de desarrollo de mercados, que buscan conseguir nuevos clientes para los productos actuales; La fábrica de muebles en madera puede ganar un mayor posicionamiento en el mercado, y según Matriz de Thompson-strickland se realizara una alianza estratégica con las empresas que comercializan los muebles en madera en la región de Caicedonia Valle y sus alrededores; además ofrecer sus productos a cadenas de almaceñe y almacenes de electrodomésticos; puesto que son posibles competidores.; de igual manera establecer una integración vertical hacia atrás, donde la organización se volverse, el proveedor de estas empresas, para suministrar directamente los productos a estas organizaciones; además se establecerá una estrategia concéntrica para fabricar los productos que ofrezcan los mejores rendimientos para la organización.

6.11.17 Herramientas de Boston consulting group Matriz de Crecimiento – Participación, Herramientas de Análisis Estratégico.¹¹²

La matriz de de crecimiento –participación, conocida como la matriz de bcg, es un método grafico de análisis de cartera que evalúa las unidades estratégicas UEN de negocio de una empresa en términos de su tasa de crecimiento y su participación relativa en el mercado; las UEA se clasifican como estrellas, vacas de dinero en efectivo, signo de interrogación y perros.

Estrella; son negocios o productos con alto crecimiento y alta participación.es común que la estrella necesite fuerte inversión para financiar su rápido crecimiento. Tarde que temprano su crecimiento se frenara; y se convertirá en vaca de dinero en efectivo.

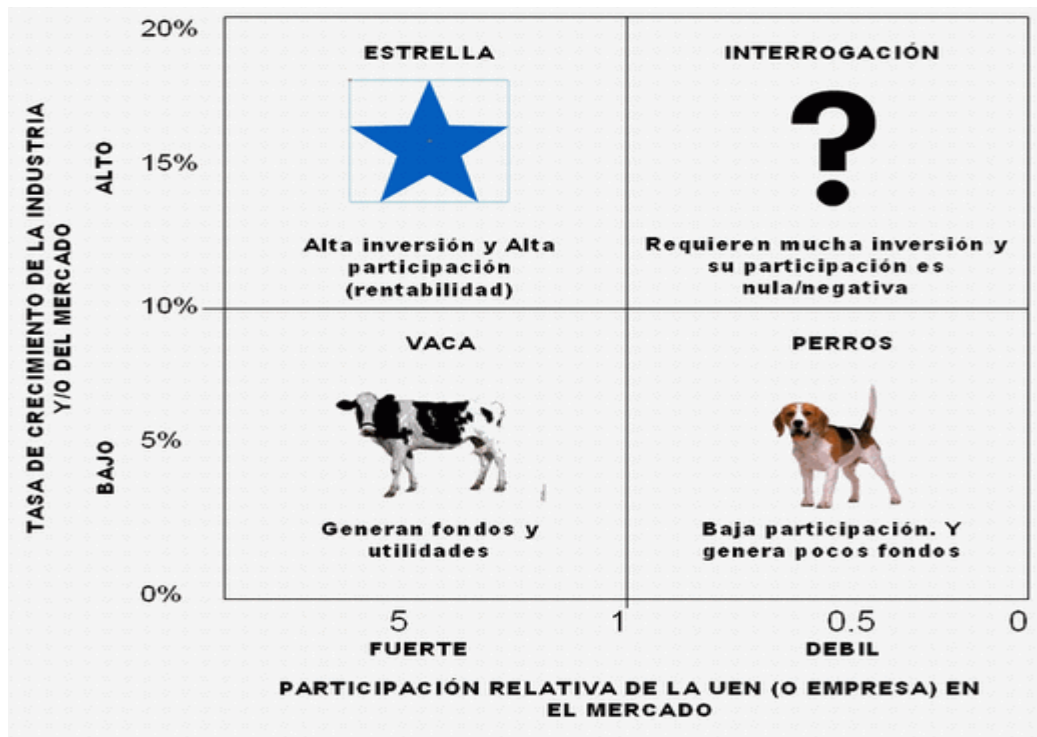
Vaca de dinero en efectivo; son negocios o productos de bajo crecimiento y alta participación en el mercado; estas UEN establecidas, que han tenido gran éxito necesitan una menor inversión para retener su participación en el mercado.

Signo de interrogación; son unidades estratégicas de negocio con baja participación en el mercado de alto crecimiento; requiere mucho dinero para su participación, la dirección tiene que meditar para determinar cuáles signos de interrogación trataran de convertirse en estrellas y cuales deberán descontinuarse.

¹¹² Philip kotler- gary Armstrong, fundamentos de marketing edición 6 editorial person

Los perros; son negocios y productos de bajo crecimiento y baja participación. Estas UEA podrán generar suficiente dinero para mantenerse a sí mismo, pero no prometen ser fuentes importantes de dinero.

Cuadro 18 Matriz de Crecimiento – Participación



Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos61/matriz-crecimiento-articipacion/Image27851.gif>

La fábrica de muebles en madera le apunta a productos con el objetivo de mantener una posición competitiva fuerte en el mercado.

El primer producto son las camas; este producto es considerando una Vaca de dinero en efectivo, debido a que este tipo de producto tiene un crecimiento bajo en el mercado, pero mantienen una participación fuerte en el negocio de los muebles en madera de la región de Caicedonia Valle.

El segundo producto que la empresa le desea apuntar es a los comedores de 4 puestos; este tipo de producto puede considerado como un perro debido a que su participación en el mercado de muebles en madera es baja y su crecimiento es bajo, pero mantienen su rentabilidad y se auto sostiene; es conveniente mantener este producto en la empresa, porque puede ser el gancho para los demás productos que fabrica la organización.

6.11.18 Mercado potencial

El mercado potencial para la venta de muebles en madera es La población de análisis es Caicedonia Valle del cauca, el cual cuenta con 30434 habitantes divididos en estratos socioeconómicos así; estrato 1, 3725, estrato 2, 13009, estrato 3, 11434, estrato 4, 1952, estrato 5, 238 y estratos 6, 76.¹¹³ Con ingresos superiores a los \$700.000 pesos mensuales.

6.11.19 Definición del mercado objetivo

6.11.20 Perfil de consumidor

la empresa debe enfocarse en un mercado de personas que se encuentre entre los 30 y 50 años de edad, con estrato socioeconómico 3; con ingreso superiores a los \$700.000 pesos y debe ofrecer camas y comedores a precios que entre los \$300.000 a \$700.000 pesos.

¹¹³ Departamento nacional de planeación de Caicedonia valle del cauca /agosto 20/2012

6.12 OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

Los objetivos de la presente encuesta

Obtener el mayor conocimiento e información acerca de la adquisición de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle

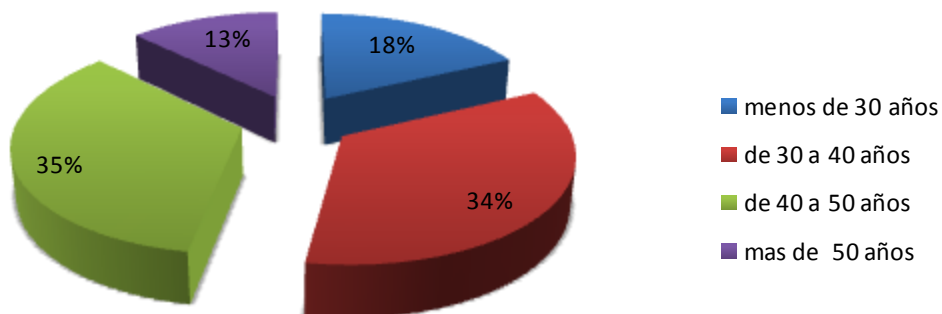
Identificar un mercado objetivo para la producción de muebles en maderas en Caicedonia Valle.

Establecer un portafolio de productos, según los artículos o muebles que las personas más adquieren.

6.12.1 Resultados de la encuesta realizada

6.12.2 Rango de edades

RANGO DE EDADES DE LOS ENCUESTADOS

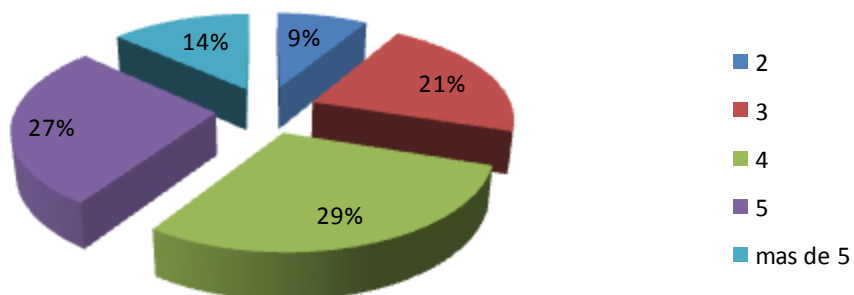


Fuente Autor

Según la encuesta realizada en el municipio de Caicedonia Valle el rango de edades de los encuestados; está establecido de la siguiente manera: menos de 30 años un 18%, de 30 a 40 años 34%, de 40 a 50 años un 35% y mas de 50 años un 13%.

6.12.3 Número de personas que conforman un hogar.

NÚMERO DE PERSONAS QUE CONFORMAN UN HOGAR

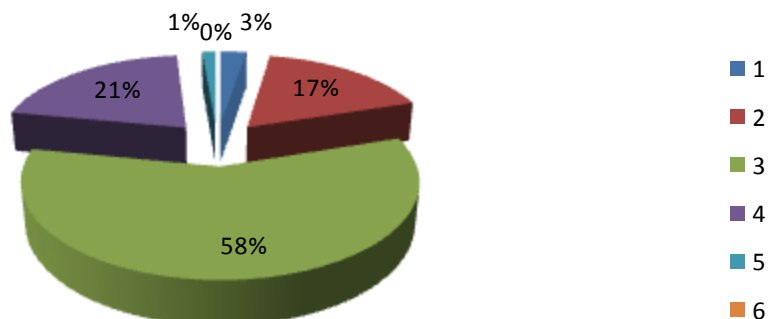


Fuente Autor

De acuerdo con los resultados de la encuesta el número de personas que habitan en un hogar es de: 2 personas con un 9 %, 3 personas 21%, 4 personas 29 %, 5 personas 27% y más de 5 personas 14%.

6.12.4 estrato socioeconomicos

ESTRATOS SOCIOECONOMICOS

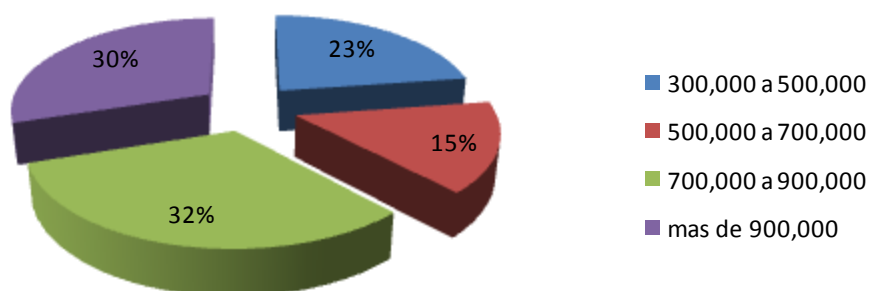


Fuente Autor

Teniendo en cuenta la respuesta sobre el estrato socioeconómico al que pertenecen los encuestados, los resultados se distribuyen así; el estrato 1 con 3%, el estrato 2 con 17%, el estrato 3 con un 58%, el estrato 4 con un 21% y el estrato 5 con 1%.

6.12.5 rango de ingresos mensuales

RANGO DE INGRESOS MENSUALES



Fuente Autor

De acuerdo con la información recolectada, el rango de ingresos mensuales es de: \$300.000 a \$500.000 un 23%, de \$500.000 a \$700.000 con un 15%, de \$700.000 a \$900.000 un 32%, más de \$900.000 un 30%

6.12.6 En alguna ocasión ha comprado un mueble

HA COMPRADO UN MUEBLE

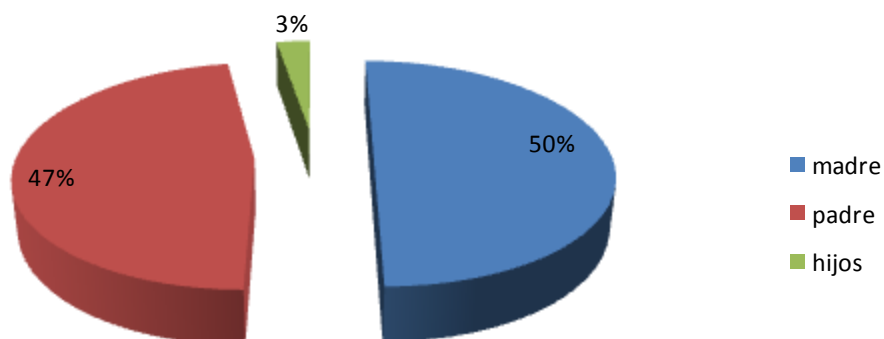


Fuente Autor

El 100% de los encuestados en alguna ocasión en su vida han comprado o adquirido un mueble.

6.12.7 decisiones de compra de muebles en su hogar

DECISIÓN DE COMPRA DE MUEBLES EN SU HOGAR



Fuente Autor

Teniendo en cuenta la respuesta de las personas encuestadas; sobre quien decide la compra de los artículos o muebles en madera en su hogar, los resultados establecen que las madres deciden en un 50%, los padres un 47% y los hijos un 3%

6.12.8. Lugares en que compran muebles



Fuente Autor

Los resultados de la encuesta con relación al lugar donde se compra o adquieren artículos en madera se distribuyen así: 55% en los almacenes de electrodomésticos, 37% en ebanisterías, 4% mueblerías y el 4% en cadenas de almacenes.

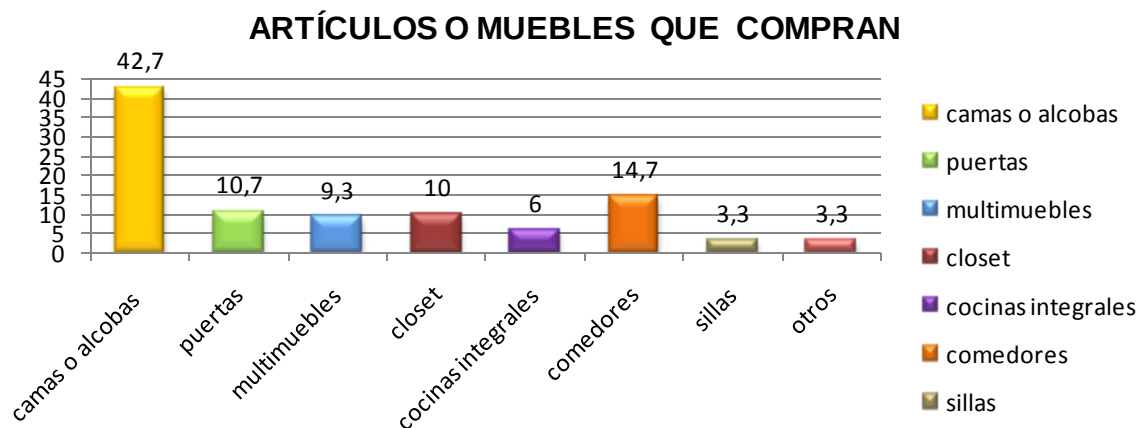
6.12.9 materiales en que están hechos los muebles para el hogar



Fuente Autor

De acuerdo con los resultados de la encuesta, acerca de los materiales de que están hechos los artículos y muebles; se evidenció lo siguiente: el 66% de los productos están hechos en madera, el 17% en aglomerado, el 16% en metal, 1% están hechos de otros materiales como el mimbre y la guadua.

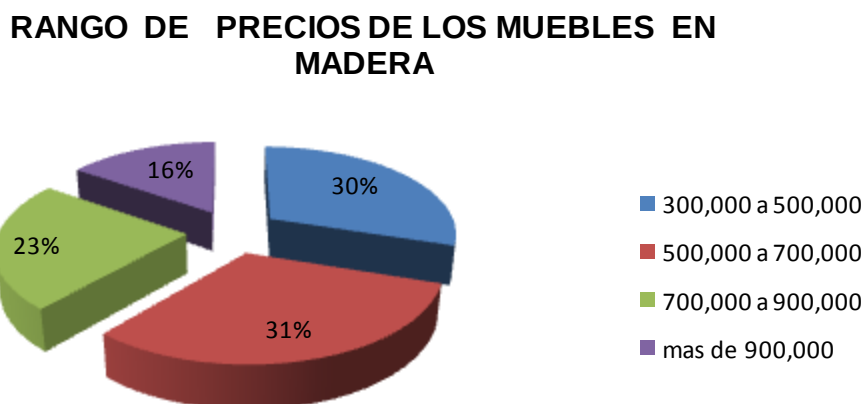
6.12.10. Que artículos o muebles compra



Fuente Autor

Según los resultados obtenidos, los artículos que más adquieren las personas encuestadas son: camas y alcobas con un 42.7%, puertas 10.7%, multimuebles 9.3%, closet 10%, cocina integral 6%, comedor 14.7%, sillas 3.3% y otros 3.3%

6.12.11. Rango de precios de los muebles en madera

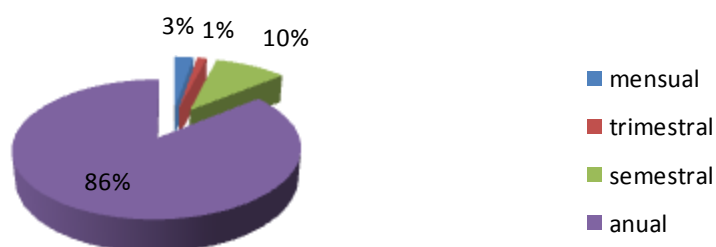


Fuente Autor

El resultado de las encuesta muestra el rango del precios en que se encuentran los artículos y muebles en madera que las personas normalmente pagan, son precios de: \$300.000 a \$500.000 un 30%, entre \$500.000 y \$700.000 un 31%, \$700.000 a \$900.000 un 23% y más de \$900.000 el 16%.

6.12.12 frecuencias de compra de muebles en madera

FRECUENCIA DE COMPRA DE MUEBLES EN MADERA



Fuente Autor

La mayoría de los encuestados respondieron en relación a la frecuencia de compra de artículos y muebles para el hogar, que este tipo bienes normalmente son adquiridos anualmente en un 86%, semestralmente un 10%, trimestral un 1% y mensualmente un 3%.

6.12.13 Características importantes de los muebles en madera

CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES DE LOS MUEBLES EN MADERA

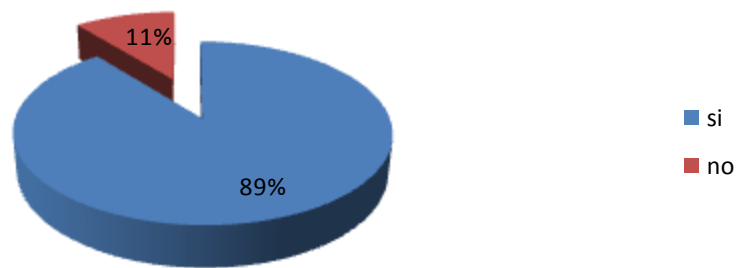


Fuente Autor

Según la respuesta de las personas encuestadas con relación a la importancia al momento de comprar un artículo o mueble es: precio con un 37%, presentación 37% y calidad 26%.

6.12.14 Si en Caicedonia Valle surge una empresa productora de muebles en madera comprara sus productos

COMPRARAN LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE MUEBLES

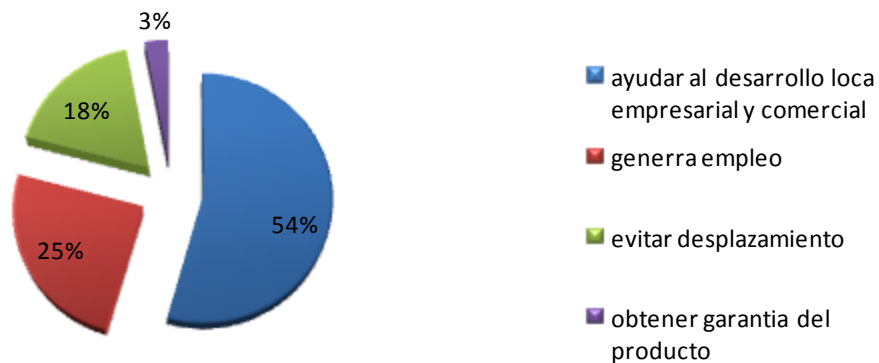


Fuente Autor

Analizando los resultados con relación a la posibilidad de que surja una empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle, los encuestados respondieron; el 89% si y el 11% no.

6.12.15 Porqué si compraría en la empresa productora de muebles

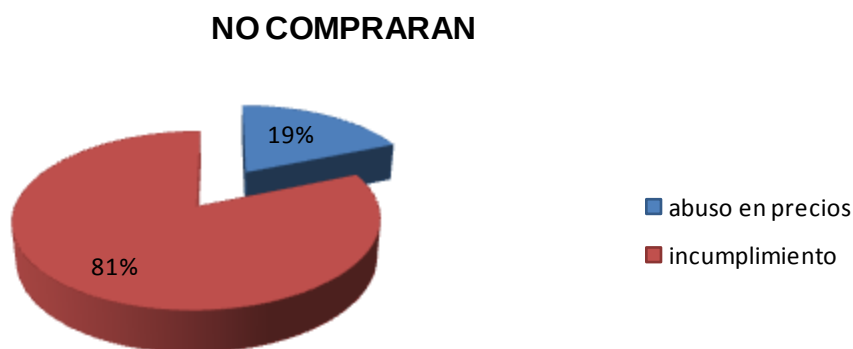
SI COMPRARAN



Fuente Autor

Según los encuestados que respondieron con relación al porqué comprarían los productos realizados por una nueva empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle fueron: el 54% compraría porque ayudaría al desarrollo local y empresarial de la región, 25% para generar empleo, 18% para evitar desplazarse a otros lugares, 3% para obtener garantía de los productos que la empresa pueda ofrecer.

6.12.16 Porqué no compraría en la empresa productora de muebles



Fuente Autor

Los encuestados que respondieron con relación al no comprar los artículos de una empresa productora de muebles en madera en Caicedonia Valle fueron los siguientes: el 19% por abuso de los precios, el 81% por incumplimiento en los plazos de entrega.

6.13 Tabulación y análisis de la información

Cuadro 19 Tabulación y análisis de la información

Preguntas	Hallazgos
1. Señale el rango de edad en que se encuentra	Lo que indica que después de analizar los datos en relación con las edades de las personas encuestadas; el mercado potencial para la fabricación de muebles en madera, se encuentra en edades de 30 años en adelante, debido a que potencialmente tienen ingresos disponibles y pueden acceder a los artículos de la fábrica y están en una situación económica activa.
2. Indique el número de personas que habitan en su hogar	se puede establecer que los productos de la empresa deben estar diseñados, para los hogares que tienen de 4 a 5 personas y donde existe más concentración de habitantes por hogar.
3. Indique el estrato en que se encuentra ubicado su hogar	En concordancia a estos resultados los productos de la empresa deben estar diseñados para el estrato socioeconómico 3, donde se concentran el mayor número de personas encuestadas y que posiblemente pueden adquirir los productos que fabricará la empresa.
4. Señale el rango en que se encuentra sus ingresos mensuales	Las personas encuestadas cuentan con ingresos mensuales según los resultados obtenidos, el 62% tiene un rango de ingresos superiores a \$700.000 mensuales.
7. ¿En qué lugares ha comprado artículos o muebles?	De acuerdo con el análisis de los datos los compradores de muebles adquieren los artículos en los almacenes de electrodomésticos; debido a que en estos lugares puede visualizar un producto terminado y además estos pueden ser pagados en diferentes formas, ya sea a crédito o de contado; por lo tanto las personas se sienten atraídas a este tipo de lugares.
8. ¿En qué materiales ha comprado artículos para el hogar?	Las personas encuestadas gustan de los muebles en madera; debido a que son productos visualmente agradables y más duraderos, están fabricados con otros tipos de materiales como el metal que se puede oxidar al contacto con el agua o deformarse como los que están hechos en aglomerados.

10. señale el rango del precio en que se encuentra los artículos o muebles en madera que ha comprado	Según los resultados, las personas encuestadas respondieron que el rango de los precios que normalmente están acostumbrados a pagar es de \$300.000 a \$700.000; por lo tanto se debe estudiar los precios de los competidores para poder ofrecer precios acordes al mercado regional.
11. ¿con qué frecuencia compra muebles o artículos de madera?	En los resultados se puede identificar que la demanda de los artículos y muebles en madera es por temporadas anuales; debido a que muchas personas adquieren este tipo de bienes cuando obtiene un dinero adicional
12. ¿Qué es lo más importante al momento de comprar un artículo o mueble en madera?	Muchas personas al momento de comprar un mueble en madera solo se fijan que el producto tenga un precio bajo y buena presentación; no se fijan mucho en los materiales de que están hechos y en la vida útil del artículo.
13 ¿si en Caicedonia Valle surge una empresa productora de muebles en madera de buena calidad adquiriría sus muebles?	Según los encuestados que respondieron con relación al porqué comprarían los productos realizados por una nueva empresa productora y comercializadora de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle fueron: el 54% compraría porque ayudaría al desarrollo local y empresarial de la región, 25% para generar empleo, 18% para evitar desplazarse a otros lugares, 3% para obtener garantía de los productos que la empresa pueda ofrecer. Los encuestados que respondieron con relación al no comprar los artículos de una empresa productora de muebles en madera en Caicedonia Valle fueron los siguientes: el 19% por abuso de los precios, el 81% por incumplimiento en los plazos de entrega.

Fuente: autor

6.14 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Cuadro 20 Análisis de la información

Objetivos específicos	Preguntas	Análisis
Efectuar un estudio de mercadeo para determinar la oferta y la demanda de muebles en madera en Caicedonia.	1. Señale el rango de edad en que se encuentra 2. Indique el número de personas que habitan en su hogar	Con el análisis de estas dos preguntas se puede establecer el rango de las edades de los posibles compradores; además se puede identificar si hay un mercado para la venta de artículos y muebles en madera. Según el análisis de las edades indica que posiblemente, el mercado potencial de la empresa productora de muebles en madera, son las personas que se encuentra en las edades de 30 a 50 que corresponde a un 69% del total de los encuestados. Ademas se puede analizar que con el numero de personas que habitan un hogar esde 4 a 5 individuos; por lotanto se puede determinar un portafolio de productos que este diseñado para las familias integradas por 4 y 5 individuos que corresponde a un 56% de los encuestados.
Establecer un portafolio de productos, según los artículos o muebles que las personas más adquieren	9. ¿qué artículos o muebles a comprado?	Según los resultados obtenidos sobre los artículos que mas adquieren las personas encuestadas son las camas y las alcobas con un 42.6% y los comedores con 14.7
la presente encuesta se realiza para obtener el mayor	1. Señale el rango de edad en que se encuentra 3. Indique el estrato en que se encuentra	Según los resultados obtenido en la encuesta se puede identificar los siguientes datos en relación con las preguntas; se estableció que el rango de edades de las personas están entre 30 a 50 años con un

conocimiento e información acerca de la adquisición de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle	ubicado su hogar 4. señale el rango en que se encuentra sus ingresos mensuales 10. señale el rango del precio en que se encuentra los artículos o muebles en madera que ha comprado 9. ¿qué artículos o muebles a comprado?	69% de las encuestas realizadas y son los posibles compradores o mercado objetivo; de igual manera se puede encontrar que el estrato socio económico a que deben estar dirigidos los productos de la empresas, es el estrato 3 debido a que representan 58% de las encuestas. Del mismo modo se puede establecer que estas personas cuentan con ingresos mensuales superiores a \$700.000 según el 62% las personas que respondieron la encuesta. En relación con los precios de los muebles en madera las personas están acostumbradas a pagar entre \$300.000 y \$700.000 según el 62% de las personas que respondieron la encuesta analizando los resultados de los productos que mas compran los encuestados las camas y las alcobas 42.7% y los comedores 14.7%; esto indica que la empresa debe ofrecer camas y comedores
		Conclusión Según los resultados obtenidos la empresa debe enfocarse en un mercado de personas que se encuentre entre los 30 y 50 años de edad, con estrato socioeconómico 3; con ingreso superiores a los \$700.000 pesos y debe ofrecer camas y comedores a precios entre los \$300.000 a \$700.000 pesos.

Fuente: autor

6.15 ESTRATEGIA DE PRODUCTO

6.15.1 Definición del producto

La empresa de muebles Mac, fabricara camas y comedores.

Camas

Una cama es un mueble que se utiliza para dormir aunque también suele usarse para otras actividades: leer, sentarse, descansar.¹¹⁴

Una cama es una base de estructura rígida generalmente de madera, sobre la cual se extiende un colchón de resortes, por lo que le da una muy buena resistencia al colchón alargando la vida útil de éste y es ideal para personas con problemas de columna y postura, que están acostumbradas a dormir en una cama dura y rígida.¹¹⁵



Fuente: hogar-decoracion.blogspot.com

Comedores

Es un mueble cuyo cometido es proporcionar una superficie horizontal elevada del suelo; con múltiples usos, apoyarse sobre ella, comer o colocar objetos; además está acompañada de 4 sillas cuya finalidad es servir de asiento a las persona. Suele tener cuatro patas, pueden estar elaboradas en diferentes materiales: madera, hierro, forja o en plástico.

¹¹⁴ Disponible en <http://dictionary.reference.com/browse/cama> extraído el 6 de marzo del 2013

¹¹⁵ Disponible en <http://www.diferencia-entre.com/diferencia-entre-cama-americana-y-box-spring/> extraído el 6 de marzo del 2013



Fuente artefactoscolombia.blogspot.com

6.15.2 Tipo de producto

Las camas y comedores son productos que se clasifican como:

Producto final, económico, imperecedero, durable, material y tangible Por esta razón esta puede ser tocado y se puede observar físicamente.¹¹⁶

En la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de las marcas

Títulos de las clases

Clase 20

Muebles, espejos, marcos; productos de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todos estos materiales o de materias plásticas, no comprendidos en otras clases.¹¹⁷

¹¹⁶ Disponible en <http://www.slideshare.net/sudatec/trabajo-de-marketing-2341791> extraído el 6 de marzo del 2013

¹¹⁷ Disponible en http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/11/jer/clasi_pro_servicios/Niza10_Resumen.pdf extraído el 6 de marzo

6.15.3 Productos sustitutos de la madera

Muebles en metal

Los sustitutos de los muebles en madera más conocidos son el Aluminio, Hierro, Acero. En los cuales se fabrican todo tipo de muebles de color plateado y livianos. Estos metales se ha venido en uno de los más utilizando desde los años 60, los cuales estaban hechos con tubos de extracción.

En la actualidad, estos aún se siguen utilizando, principalmente en los alrededores de las piscinas. Los muebles que se elaboran con este metal son utilizados para comedores del exterior y para áreas de descanso. Ahora bien, este material debe de ser utilizado adecuadamente a la hora de fabricar un mueble, de este modo se podrá garantizar su durabilidad y evitará la oxidación. Es por ello que esta pieza tiene algunos detalles que la persona debe de tener en cuenta para realizar un perfecto trabajo¹¹⁸

Este tipo de muebles son bastante resistentes pero pueden oxidarse fácilmente si se dejan en la intemperie.



Fuente www.arqhys.com/construcciones/muebles-metal

118 Disponible en <http://www.arqhys.com/construcciones/muebles-metal.html> extraído el 6 de marzo del 2013

Muebles en plástico

Este material está relacionado con nuestra cotidianidad. Lo encontramos, sin percatarnos, en cocinas, baños, prendas de vestir o en juguetes infantiles; no obstante, gracias a la creatividad de grandes diseñadores y al uso de tecnología de punta por parte de la industria, éste se convierte también en muebles duraderos, funcionales y fascinantes.¹¹⁹

Este tipo de muebles son duraderos pero su uso es limitado comparado con los muebles en madera; puesto que no ofrece la misma resistencia y se deterioran fácilmente con el uso.



Fuente <http://www.revista-mm.com>

El Mimbre

El mimbre es una planta perteneciente al género del sauce. Es originario de las regiones frías de Europa y Asia y data de 2.000 años de antigüedad. Se caracteriza por producir varas de gran flexibilidad y resistencia a la torsión, condiciones que lo hacen ideal para la confección de diversos artículos, desde canastos cosecheros, hasta muebles y artículos para el hogar. Es un material natural 100%, clásico y moderno, trabajado artesanalmente.¹²⁰

¹¹⁹ Disponible en http://www.revista-mm.com/ediciones/rev73/muebles_plasticos.pdf extraído el 6 de marzo del 2013

¹²⁰ Disponible en http://www.losmimbreros.com.ar/el_mimbre.htm extraído el 6 de marzo del 2013

Con este tipo de material se fabrican todo tipo de muebles todo para el hogar desde sillas hasta camas.



Fuente mobiliario –hogar.com

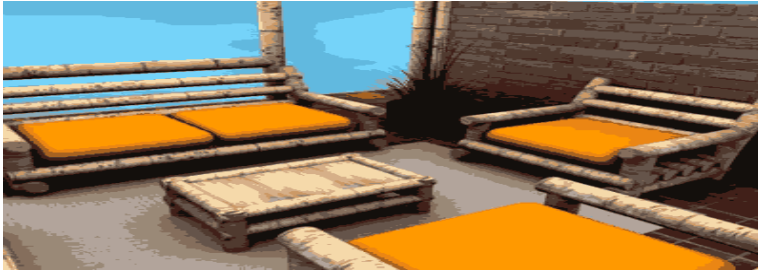
Muebles en guadua

La guadua se caracteriza por una gran resistencia, durabilidad y fácil manejo, lo que llevó a denominarla el acero vegetal. Crece de manera muy rápida, alcanzando en cinco años la altura de treinta metros. En el clima adecuado como puede crecer hasta once centímetros al día y lograr su altura total en seis meses. Es un recurso sostenible y renovable, que se auto multiplica vegetativamente, sin necesidad de semillas para reproducirse.

Además de ser un material muy apreciado en la arquitectura y construcción, gracias a sus múltiples características, es un producto que en manos de nuestros artesanos se convierte en un excelente material para la elaboración de originales muebles, lámparas, accesorios del uso diario, elementos decorativos diseñados de manera funcional¹²¹

Este tipo de material es también usado para fabricar cualquier tipo de mueble para el hogar gracias a su fácil manejo y gran vida útil.

¹²¹Disponible en <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/historia-y-tradicion/artesanias/materiales-autoc-tonos/guadua> extraído el 6 de marzo del 2013



Fuente cali.olx.com.co

Muebles en aglomerados

El aglomerado de madera es un material que se vende en tableros está compuesto por partículas de madera de diferentes tamaños, aglutinadas entre sí por algún tipo de resina, cola u otro material, el origen de la madera y de los aglutinantes varía y de ahí que sea más o menos ecológico.

DM en español o MDF en Inglés, las siglas de Fibras de Densidad Media, es un tablero conformado por partículas de madera de tamaño medio, muy uniformes, muy fáciles de trabajar.¹²²

Es material en la actualidad es muy usado para la fabricación de cualquier mueble; aunque puede ser fácilmente confundido con la madera. .



Fuente <http://genuardis.net>

6.15.4 Productos complementarios

Cochón

Un colchón es lecho rectangular, relleno de lana, pluma, espuma, muelles, látex y otros materiales, de tamaño proporcionado al cuerpo humano, ideado para dormir

¹²² Disponible en <http://www.areatecnologia.com/videos/AGLOMERADO.htm> extraído el 6 de marzo del 2013

y descansar sobre él, en un principio se usaba directamente en el suelo, aunque generalmente sobre una cama¹²³



Fuente <http://www.consumoteca.com/diccionario/colchon>

Espuma

Caucho natural o sintético muy esponjoso y elástico; también es conocido como espuma de poliuretano es un material plástico poroso formado por una agregación de burbujas, conocido también por el nombre coloquial de goma espuma. Se forma básicamente por la reacción química de dos compuestos. Dicha reacción libera un gas que va formando las burbujas.¹²⁴

Este material es utilizado para rellenar los cojines de todo tipo de sillas.



Fuente www.sankoespumas.com.br

Tela

Es una lámina flexible compuesta por muchos hilos que se entrecruzan de manera regular y alternativa en toda la longitud.

Las telas pueden ser las obras tejidas en el telar o aquellas semejantes que se encuentran formadas por series alineadas de puntos o lazadas hechas con un mismo hilo.

123 Disponible en <http://www.consumoteca.com/diccionario/colchon> extraído el 13 de marzo del 2013

124 Disponible en http://www.schneidersa.com.ar/espuma_definicion.html extraído el 13 de marzo del 2013

Las características de las telas pueden variar de acuerdo a su permeabilidad, su tenacidad y su elasticidad, este es el componente principal de la mayoría de las vestimentas; además es utilizada en la industria de los muebles para forrar todo tipo de superficie.¹²⁵



Fuente www.ciudadeltigre.com

Laca Catalizada Transparente

La Laca catalizada es una pintura o un producto de dos componentes en envases separados cuya mezcla proporciona excelentes acabados en su presentación brillante, semimate y mate. Produciendo capas protectoras y decorativas de óptima resistencia, rápido secamiento y fácil manejo se consigue en transparente y en colores planos primarios.¹²⁶

Presentación

Cuarto (1/4), Galón (1/1), cuñete (5 galones)



Fuente <http://www.pinturasrenania.com>

Tintes

¹²⁵ Disponible en Definición de tela - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/tela/#ixzz2NTsvE1W3> extraído el 13 de marzo del 2013

¹²⁶ Disponible en http://www.pinturasrenania.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=29:laca-transparente&Itemid=91&lang=es extraído el 13 de marzo del 2013

El tinte para madera, permite cambiar su tonalidad o el color, Al teñir la madera el pigmento se sedimenta, cambiando su color, pero manteniendo la belleza natural de su veta. Una clasificación sencilla de los tintes de madera nos permite diferenciarlos en dos grandes grupos, atendiendo a su composición química: tintes sintéticos y tintes ecológicos.

Los tintes sintéticos, basados en derivados del petróleo, tienen un menor poder de penetración en la madera debido a que su base disolvente es muy volátil. Se secan muy rápido

Los tintes ecológicos, también llamados tintes al agua, tienen un mayor poder de penetración puesto que su evaporación es más lenta.¹²⁷



Fuente www.pinturasevery.com.

Colbon o resitol

Resina o pegante líquido utilizada para pegar elementos como papel, madera, cerámica y porcelana¹²⁸



Fuente <http://www.tecnoquimicas.com>

MDF

MDF (Medium Density Fiberboard) son las siglas en inglés de "tableros de fibra de madera de densidad media"¹²⁹

127 Disponible en <http://www.barnizadosbarbas.com/tintes-para-la-madera.html> extraído el 13 de marzo del 2013

128 Disponible en <http://www.tecnoquimicas.com/ProductoDetalle.aspx?PID=89&CID=81&CPID=78> extraído el 13 de marzo del 2013

Un material industrializado que sustituyera la cada vez más escasa disponibilidad de madera aserrada. Se logra de esta forma un panel de dimensiones y núcleo homogéneos que conserva gran parte de las características de la madera que le da origen.



Fuente <http://www.caraluvi.com/index>.

6.16 MARCA Y LOGO



Fuente autor

129

http://www.caraluvi.com/index.php?option=com_content&view=article&id=80:prueba&catid=36:contenido&Itemid=182 extraído el 13 de marzo del 2013

6.17 Estrategia de precio

6.17.1 Análisis del punto de equilibrio

$$PE_{\text{unidades}} = \frac{CF}{PV_q - CV_q}$$

$$PE = \frac{2.370.571 + 2.540.340 + 4.576.500 + 480.000 + 250.000}{(400.000 + 350.000 + 300.000 + 250.000 + 500.000) - (107.000 + 97.500 + 97.500 + 91.000 + 223.000)}$$

$$PE = \frac{10.201.411}{1.195.000}$$

8.54 aproximadamente 9 unidades

La empresa debe fabricar y vender 9 unidades de cada producto mensualmente, para que los ingresos totales recibidos se igualen a los costos incurridos en la producción y la venta de los muebles.

6.17.2 Tipo de mercado y su incidencia en el precio

Los productos que venderá la fábrica de muebles, están diseñados para en un mercado de personas con estrato socioeconómico entre 3,4y5; con ingreso superiores a los \$700.000 pesos, con productos que tengan precios entre los \$300.000 a \$700.000 pesos; según el análisis realizado en la investigación de mercado. Además serán distribuidos por las empresas que comercializan muebles en madera, en el municipio de Caicedonia Valle.

6.17.3 Cálculo y sustentación del precio.

Para calcular el precio de los muebles de la fábrica, se hace necesario conocer los costos en que la empresa incurre; para poder ofrecer los productos a un precio acorde a las necesidades y expectativas del mercado.

Los costos de los materiales de los productos que fabricara la empresa son:

Cuadro 21 costo total producto terminado

costo total producto terminado	
ÍTEMS	COSTO
camas deko 1,40 cm	\$ 107.000
camas deko 1,20 cm	\$ 97.500
camas windsor 1,40	\$ 97.500
camas windsor 1,20	\$ 91.000
comedor de 4 puestos	\$ 223.500

Fuente autor

Además la empresa debe asumir los costos de una nomina mensual, así como unos costos de funcionamiento y unos costos indirectos de fabricación

Cuadro 22 mano de obra directa

mano de obra directa	
detalles	salario
jefe de producción	\$1.204.340
operario	\$635.000
pintor	\$635.000
vendedor	\$570.000
gerente	\$1.511.879
contador	\$200.000
secretaria	\$635.000
total	v5.391.219

Fuente autor

Cuadro 23 gastos de funcionamiento

gastos de funcionamiento		
detalle	Q	venta mensual
Arrendamiento	1	\$144.000
gastos de mantenimiento	1	\$45.000
papelería	1	\$100.000
art aseo	1	\$80.000
publicidad	1	\$100.000
total		\$469.000

Fuente autor

Cuadro 24 costo indirecto de fabricación

costo indirecto de fabricación		
DETALLE	Q	venta mensual
Arrendamiento	1	\$336.000
gastos de mantenimiento	1	\$105.000
extintores	2	\$77.000
guantes	5	\$5.000
tapabocas	8	\$3.000
gafas	5	\$10.000
total		\$536.000

Fuente autor

6.17.4 Calculo total de costos por producto**Cuadro 25 costo total producto terminado**

costo total producto terminado						
ÍTEMS	costo de materia prima	Costo de mano de obra mensual por producto	Costos de funcionamiento por producto	Costos indirectos por producto	margen de contribución por producto	Precio estimado
camas deko 1,40 cm	\$ 101.000	\$89.853	\$15.633	\$17.863	80%	\$ 400.000
camas deko 1,20 cm	\$ 91.500	\$89.853	\$15.633	\$17.863	80%	\$ 350.000
camas windsor 1,40	\$ 91.500	\$89.853	\$15.633	\$17.863	40%	\$ 300.000
camas windsor 1,20	\$ 91.000	\$89.853	\$15.633	\$17.863	17%	\$ 250.000
comedor de 4 puestos	\$ 430.000	v89.853	\$15.633	\$17.863	26%	\$ 600.000

Fuente autor

6.17.5 costo total producto terminado

Por esta razón los productos que ofrecerá la empresa tendrán un precio venta de:

Cuadro 26 precio de venta total producto terminado

precio de venta total producto terminado	
ítems	precio
camas deko 1,40 cm	\$ 400.000
camas deko 1,20 cm	\$ 350.000
camas windsor 1,40	\$ 300.000
camas windsor 1,20	\$ 250.000
COMEDOR DE 4 PUESTOS	\$ 500.000

Fuente autor

6.17.6 Estrategia de distribución

La empresa establecerá un canal de distribución con intermediarios que son los que venderán los productos en el municipio de Caicedonia Valle.

Debido a que empresa establecerá una estrategia de integración vertical hacia atrás; donde la organización se volverse, el proveedor de cadenas de almacen y almacenes de electrodomésticos.

Las empresas que servirán de intermediarios son:

Electrodomésticos dulce hogar, establecido en la carrera 16 número 7,17

Macro hogar la 16, establecido en la carrera 16 número 9,41

Jhofer home, establecido en la carrera 16 calle 10 esquina

Variedades el rancho establecido en la carrera 15 número 9,61

Colchonería las Américas establecido en la calle 9 número 12,40

Esta empresa son los posibles compradores de fábrica de muebles Mac.

6.17.7 Proveedores

La empresa establecer un canal de provisión directa, con el objetivo de reducir que podrían generarlos intermediarios

Los proveedores de la fábrica de muebles Mac serán: proveedores de madera y aglomerados como almacenes el cedro, maderas choco, el constructor de armenia Quindío, las cuales ofrecen todo tipo de madera y mdf; como AG maderas y triplexalirio García Quiceno, Madecentro, placacentro y almacén el carpintero y proveedores de pinturas y disolventes como tecnipinturas y mundo color; de armenia Quindío el proveedores de todo tipo pinturas, lacas y disolventes conocida como fabrica gama.

6.17.8. Estrategia de promoción

Con el objetivo de dar a conocer la existencia de la empresa productora de muebles en Caicedonia Valle en el mercado local; la organización implementara diversos tipos de publicidad.

6.17.8.1 Publicidad radial

La empresa le pagara a la emisora local, para que esta anuncie los productos que la empresa esta ofertando en el mercado; así mismo esta anunciara las posibles promociones y los lugares donde están disponibles los productos que la empresa ofrecerá al mercado local y regional.

6.17.8.2 Publicada impresa

Con el objetivito de mostrar los productos que fabricara la empresa productora de muebles en madera; hechos para el mercado local y regional, se imprimirán Folletos, que informen a la comunidad en general, los productos que la empresa esta ofertando; así mismo se especificaran los diseños y los precios que tendrán los productos de la compañía.

6.17.8.3 Publicidad masiva

Se utilizara las redes sociales como el facebook y twitter, con el objetivo de mostrar al mayor número de clientes potenciales, la existencia de la fábrica productora de muebles en madera, establecida en el municipio de Caicedonia Valle; de igual manera se especificaran los diseños, precios y promociones que tendrán los productos de la compañía.

7. ESTUDIO TÉCNICO

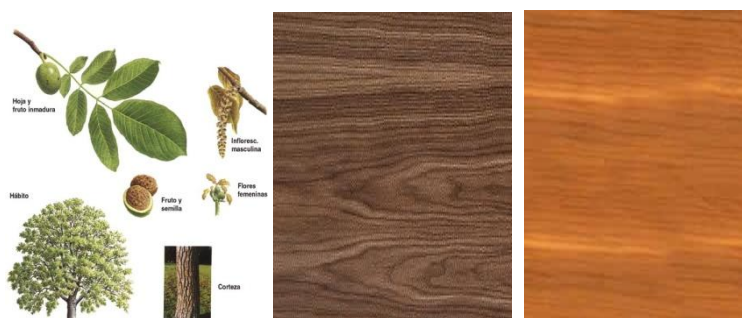
Este estudio muestra la distribución física de una planta productora y comercializadora de muebles en madera en Caicedonia Valle, la cual especifica algunos requerimientos, con el objetivo de permitir el aprovechamiento de los espacios físicos disponibles para la empresa.

En cuanto a la distribución física de la planta será necesario se determinar los aspectos como instalaciones físicas, equipo, herramientas e instrumentos requeridos para el funcionamiento de la empresa en un futuro no muy lejano.

Con el objetivo de aprovechar los espacios de la planta productora y comercializadora de muebles en madera, se realizara un modelo a escala del diseño físico de planta, para determinar los espacios necesarios de algunas áreas de la empresa, estableciendo claramente las relaciones de movimientos y procesos de la producción; para lograr establecer un flujo ordenado de materiales e insumos y productos, acordes con la planeación de la distribución de la planta.

La empresa fabricara sus productos en nogal y cedro. Debido a que en el municipio de Caicedonia Valle, se pueden encontrar estos dos tipo de madera fácilmente y aun precio económico; además son dos árboles que proporcionan una madera muy resistente y se pueden procesar de una mejor manera, comparado con otro tipo de arboles.

El Nogal y el cedro son Árboles de tronco alto y fuerte, de madera dura, con la corteza lisa y la copa grande y redonda, formada por ramas gruesas con hojas verdes y brillantes¹³⁰

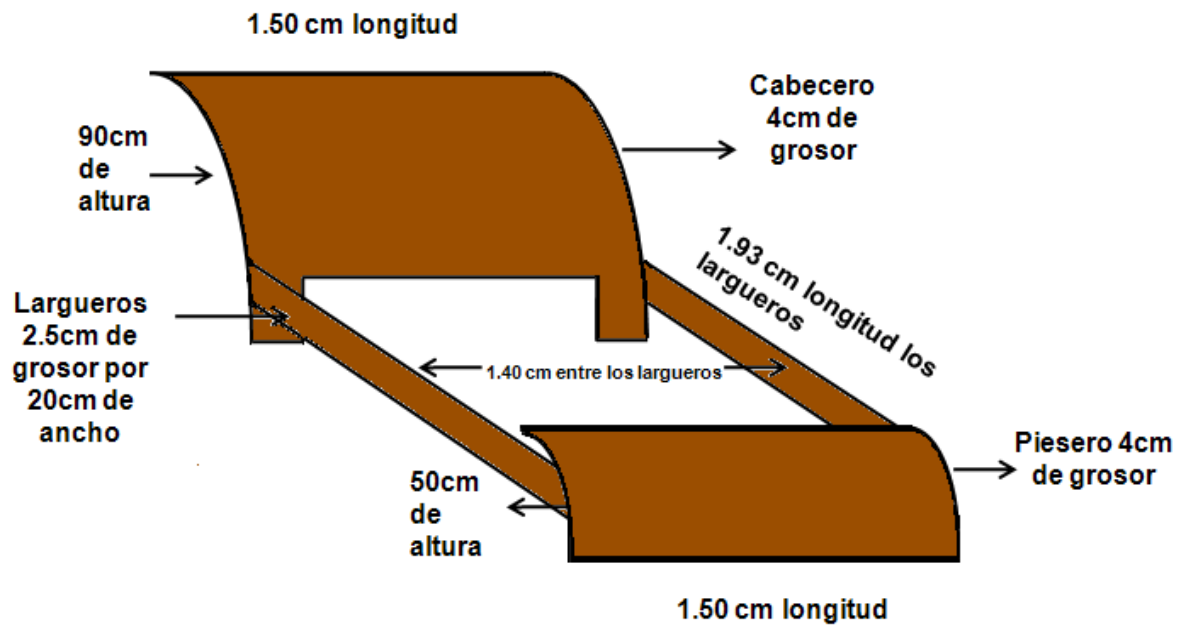


Fuente www.agronomia.uchile

¹³⁰ Disponible en <http://es.thefreedictionary.com/nogal> extraído el 13 de marzo del 2013

7.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO O SERVICIO

7.1.1 Cama estilo deco de 1.40 cm

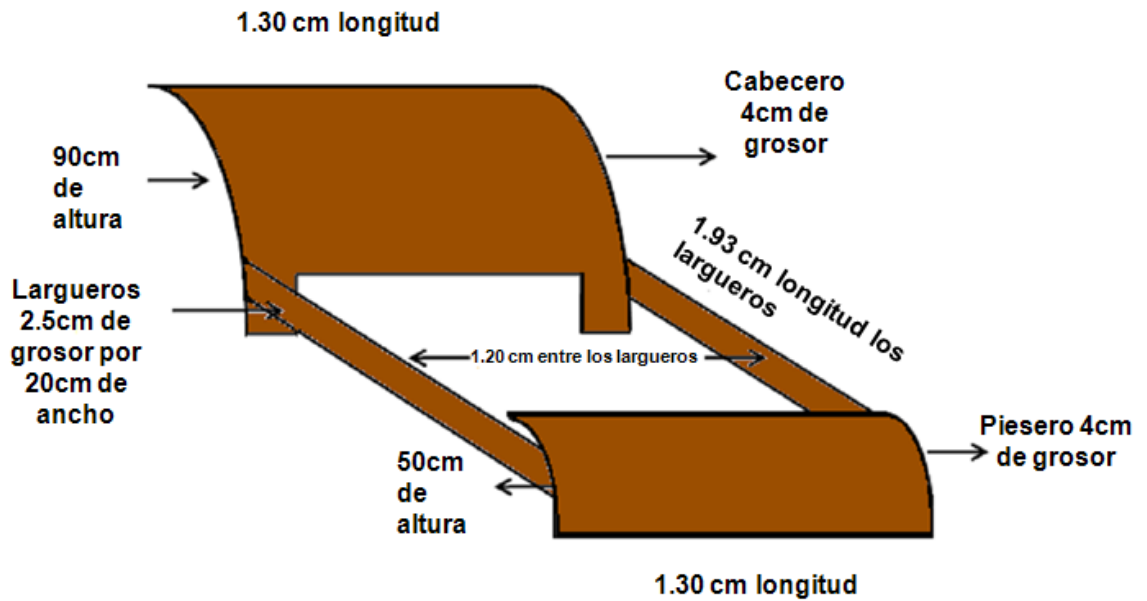


Fuente autor

1. Cama estilo deco 1.40 cm

- Materiales
- 3 cuartones en nogal de 4 pulgadas anchos x 2.5cm de grosor x 3 metros de largo
- 1 telera en nogal de 2.5 pulgadas grosor x 6 pulgadas de ancho x 2 metros en nogal
- ½ lamina de MDF de 4 cm de grosor.
- Colbon puntillas y tornillos
- Pintura
- ½ sellador catalizado, ¼ base pardo, ¼ laca semimate, Tinte, lija 150 en papel, resane.

7.1.2 Cama estilo deco de 1.20 cm



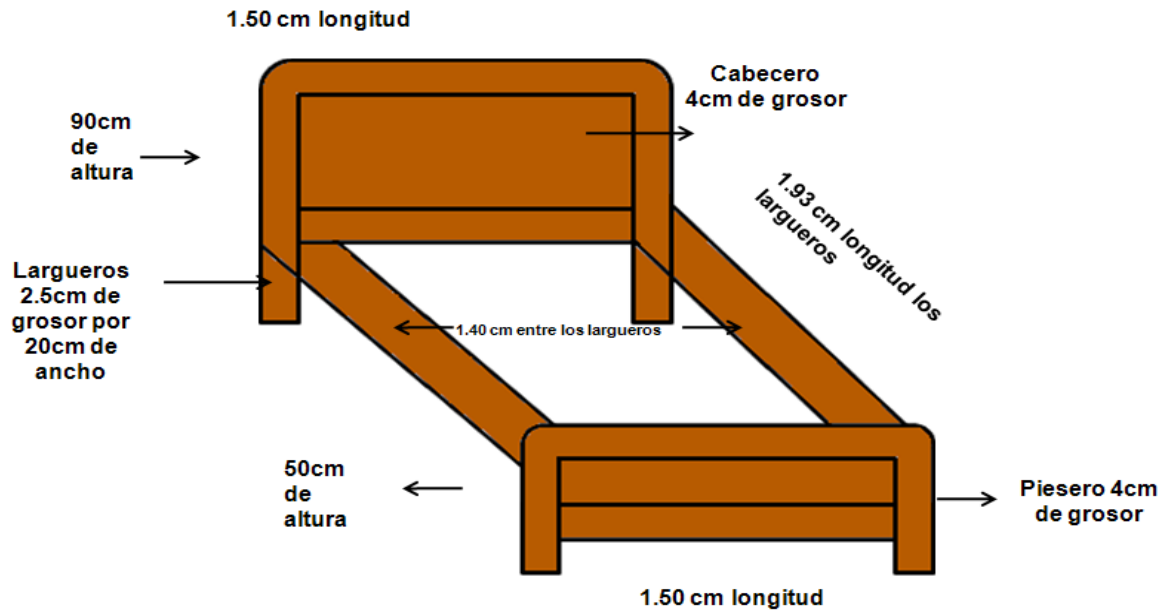
Fuente autor

2. Cama estilo deco 1.20 cm

Materiales

- 3 cuartones en nogal de 4 pulgadas anchos x 2.5cm de grosor x 2.5 metros de largo
- 1 telera en nogal de 2.5 pulgadas grosor x 6 pulgadas de ancho x 2 metros en nogal
- ½ lamina de MDF de 4 cm de grosor.
- Colbon puntillas y tornillos
- Pintura
- ½ sellador catalizado, 1/8 base pardo, ¼ laca semimate, Tinte, lija 150 en papel, resane.

7.1.3 Cama sencilla estilo Windsor 1.40



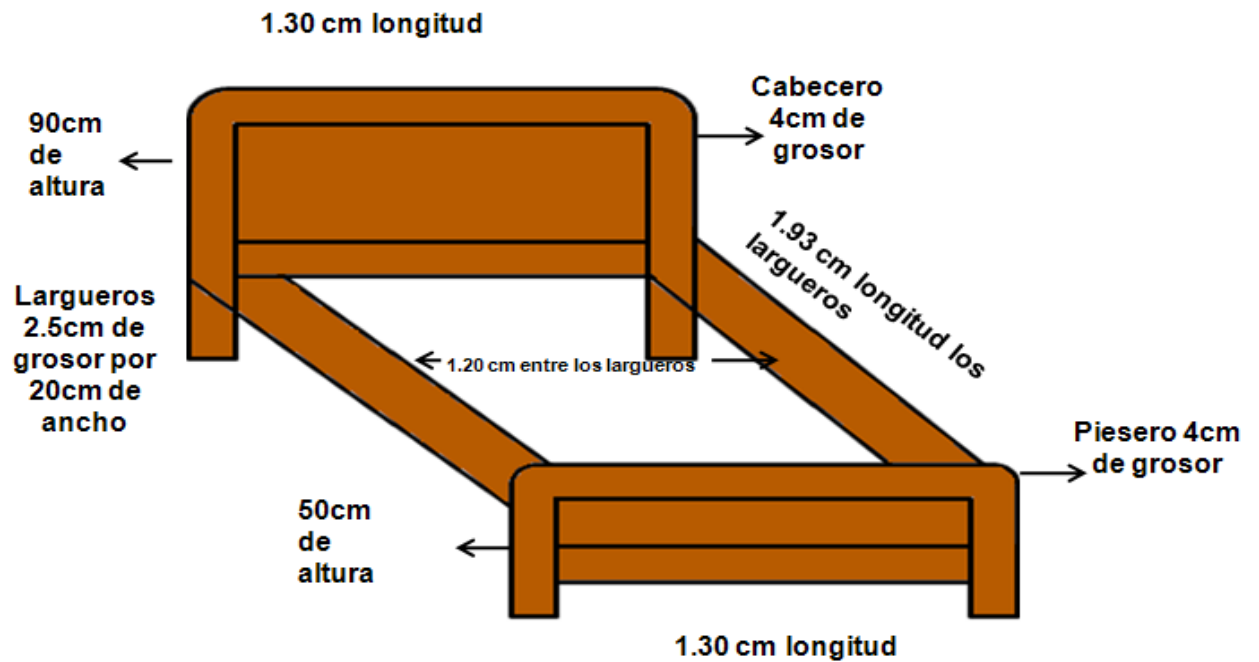
Fuente autor

3. Cama sencilla Windsor 1.40 cm

Materiales

- 3 cuartones en nogal de 4 pulgadas anchos x 2.5cm de grosor x 3 metros de largo
- 1 telera en nogal de 2.5 pulgadas grosor x 6 pulgadas de ancho x 2 metros en nogal
- 1/4 lamina de MDF de 9 cm de grosor.
- Colbon puntillas y tornillos
- Pintura
- 1/2 sellador catalizado, 1/8 base pardo, 1/4 laca semimate, Tinte, lija 150 en papel, resane.

7.1.4 Cama sencilla Windsor 1.20cm



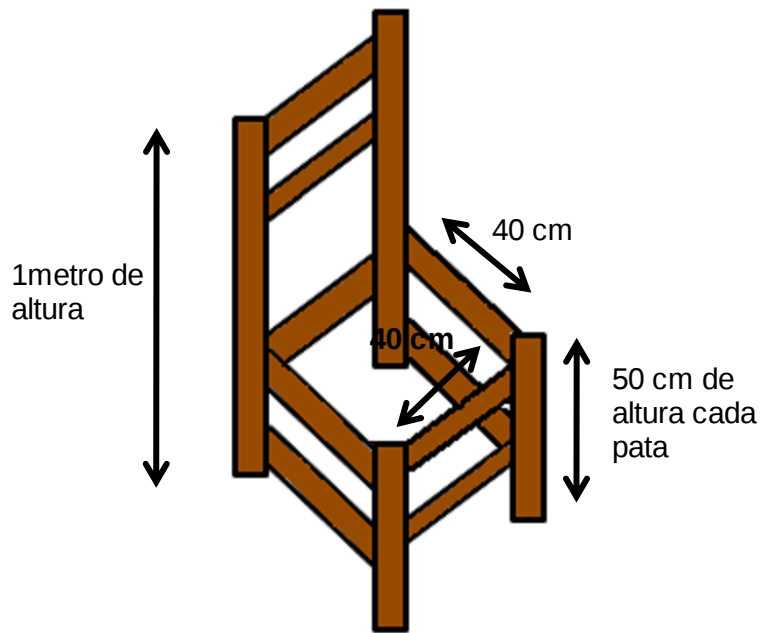
Fuente autor

4. Cama sencilla Windsor 1.20 cm

Materiales

- 3 cuartones en nogal de 4 pulgadas anchos x 2.5cm de grosor x 2.5 metros de largo
- 1 telera en nogal de 2.5 pulgadas grosor x 6 pulgadas de ancho x 2 metros en nogal
- 1/4 lamina de MDF de 9 cm de grosor.
- Colbon puntillas y tornillos
- Pintura
- 1/2 sellador catalizado, 1/8 base pardo, 1/4 laca semimate, Tinte, lija 150 en papel, resane.

7.1.5 Silla sencilla



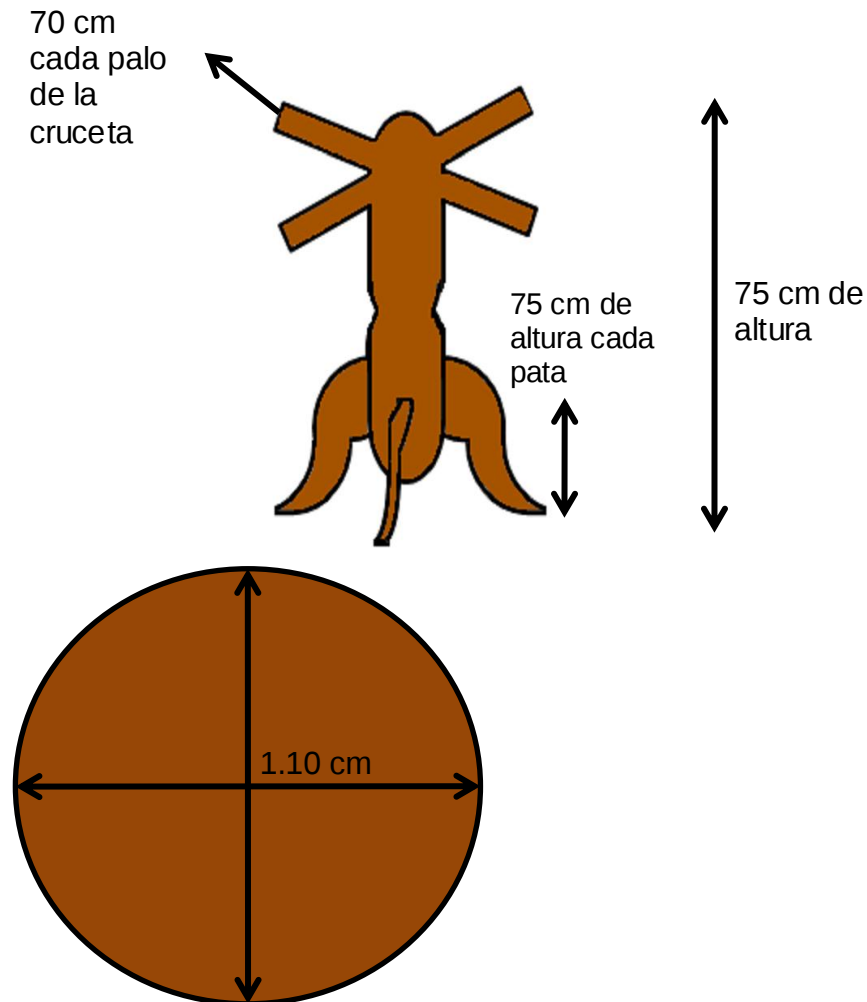
Fuente autor

5. Silla sencilla

Materiales

- 1 listón 4 cm de ancho por 4 cm grosor de 3 metros de largo y una vareta de 4 cm ancho por 3 cm grosor por 3 metros de largo
- Colbon puntillas y tornillos
- 40 cm largo por 40 ancho de MDF de 15 cm de grosor, 40 cm largo por 40 ancho 10 grosor de espuma para tapizar, 50 cm largo por 50 ancho de tela para tapizar.
- Pintura
- 1/4 sellador catalizado, 1/8 base pardo, 1/4 laca semimate, Tinte, lija 150 en papel, resane.

7.1.6 Pata y cubierta de mesa



Fuente autor

6. Pata y cubierta de mesa

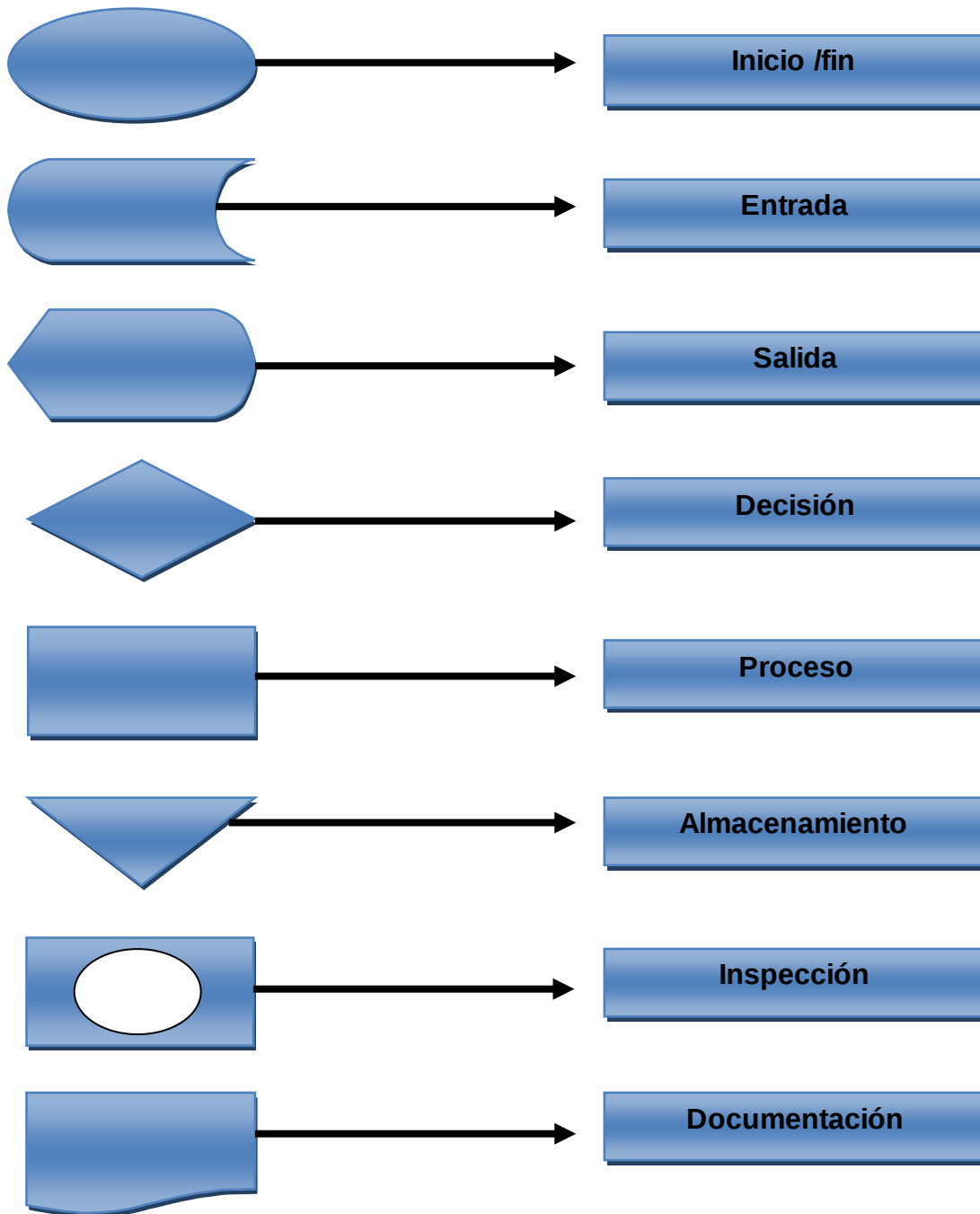
Materiales

- 1 metro de columna de 10 anchos por 10 cm grosor de 1 metros de largo; 1 listón de 7 cm de ancho por 4 cm grosor de 1.50 metros de largo; 1 telera en nogal de 2.5 pulgadas grosor x 6 pulgadas de ancho x 2 metros en nogal
- Colbon puntillas y tornillos
- Para la cubierta $\frac{1}{4}$ de lámina de 15 mm de MDF.
- Pintura
- 1 galón de sellador catalizado, $\frac{1}{4}$ base pardo, $\frac{1}{2}$ galón de laca semimate, Tinte, lija 150 en papel, resane.

7.2 ESTADO DE DESARROLLO

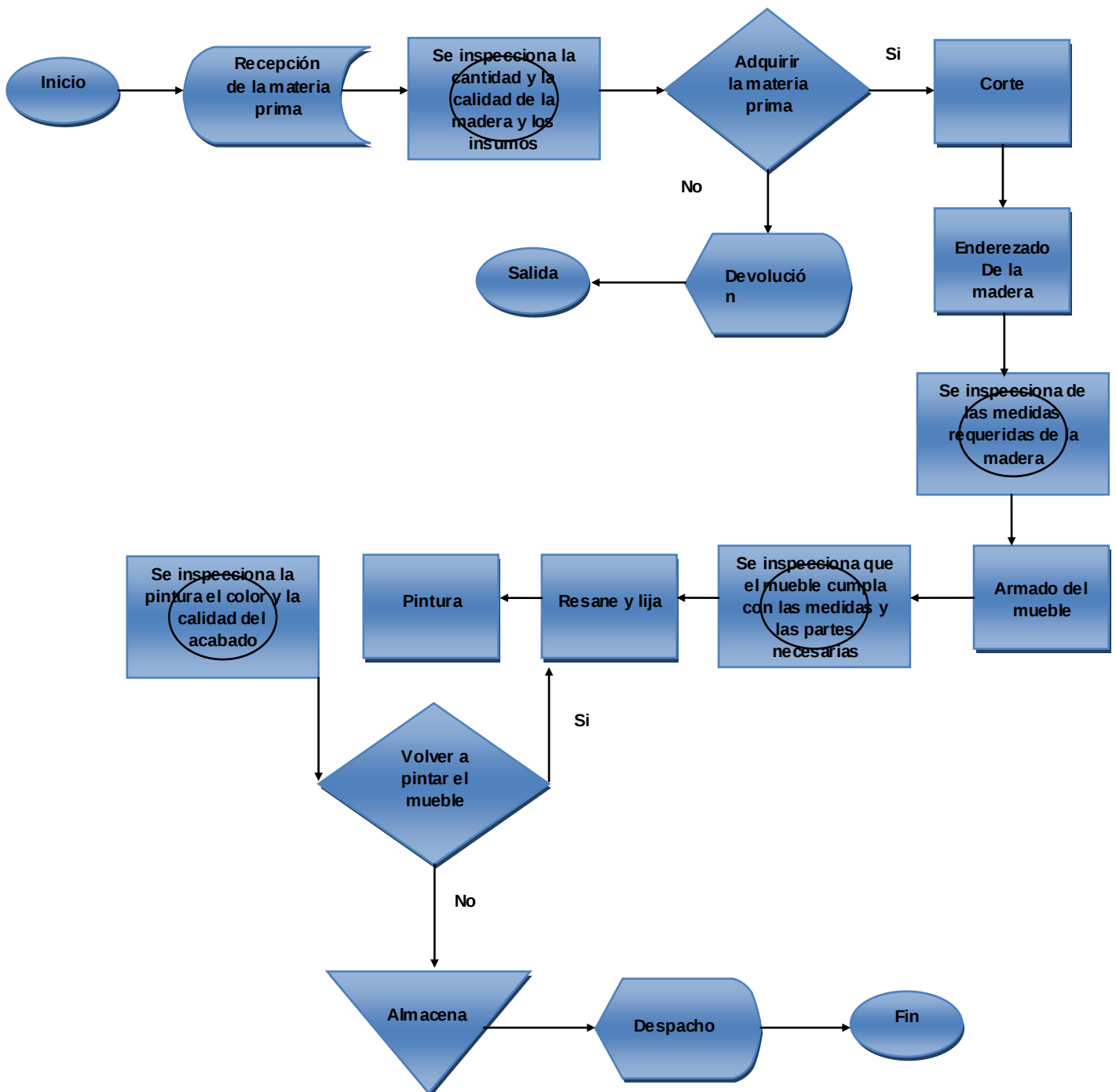
Flujo grama de procesos

Símbolos ¹³¹



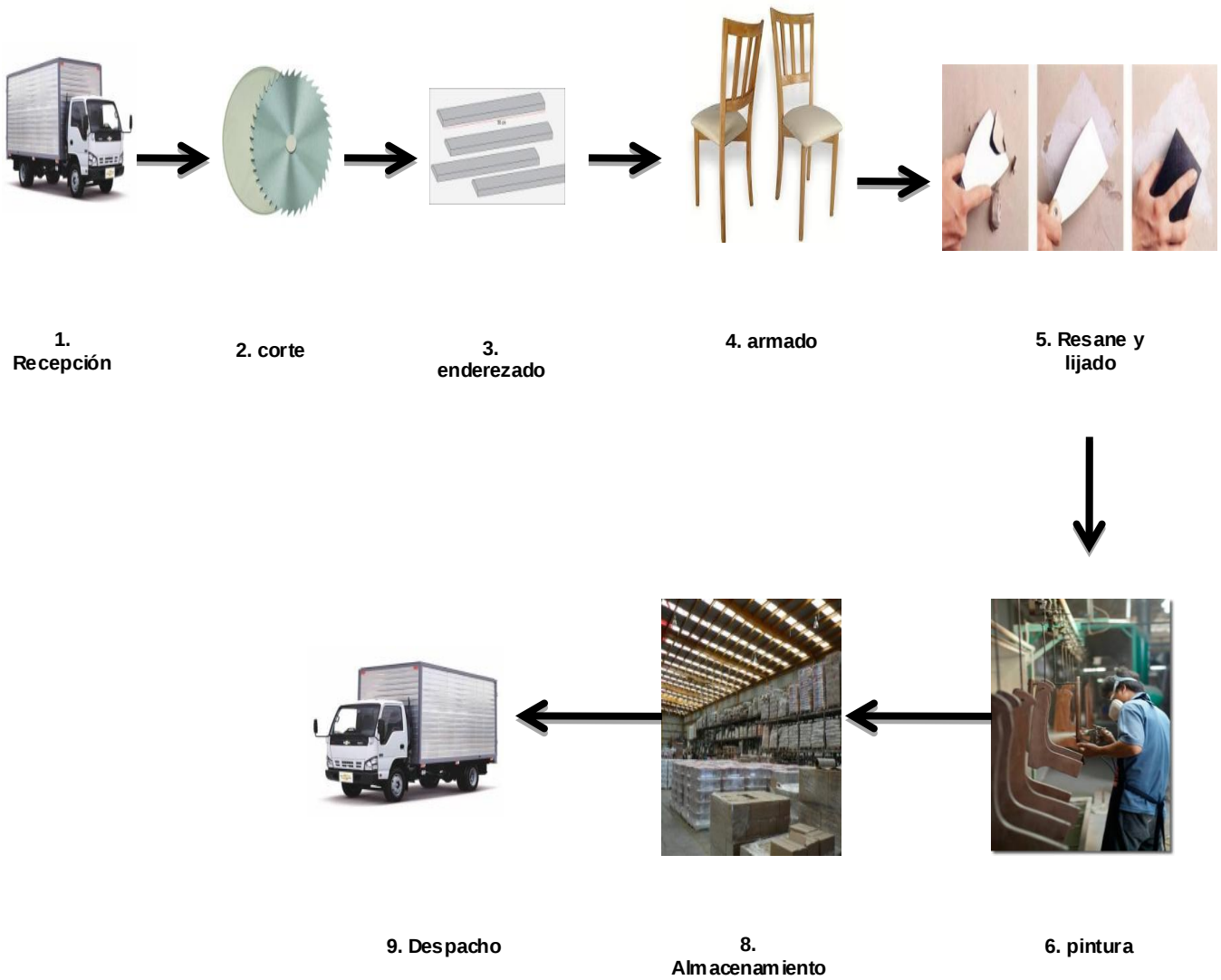
¹³¹ Disponible en <http://diagramasdeflujo-edwin.blogspot.com/> extraído el 2 de abril del 2012

7.3 ESTADO DE DESARROLLO DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MUEBLES EN MADERA



Fuente autor

7.4 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO



Fuente autor

7.5 PASO PARA LA PRODUCCIÓN

7.5.1 recepción de los materiales y la madera



Fuente: aminosacanaladas.com

En la recepción de la planta productora de artículos y muebles en madera, se recibe, se verifica y se registra la cantidad de madera, láminas de MDF y pintura e insumos necesarios para la producción. Luego del descargue se distribuye en los diferentes departamentos de la empresa que necesiten insumos y materiales.

7.5.2. Área de corte



Fuente: mueblesdomoticos.blogspot.com

Este proceso consiste en cortar la madera y las laminas de MDF en piezas, según sea la medida establecida del los muebles que se estén fabricando.

7.5.3 área de enderezado



Fuete cepilladora.mov

Se inspecciona las piezas de madera con el objetivo de verificar que estén alineadas y estén lo más rectas posibles.

7.5.4 armado



En este proceso se ensamblan y se pegan cada una de las partes de los muebles con el objetivo de darle forma al artículo.

Fuente: varufabricademuebles.org

7.5.5 lijado y resane

Al obtener el artículo ya ensamblado, se prosigue a resanar y lijar las imperfecciones y las asperezas de la madera.



Fuente: noticias.buscoinmuebles.com.uy

7.5.6. Pintura



Al obtener el mueble ya previamente lijado se procede a aplicar un emporador; después de que seque este emporador es nuevamente lijado, se repite el proceso hasta obtener un artículo suave al tacto; se aplica una base, de color parda para que los objetos tengan un color uniforme, se lija nuevamente y por último se aplica laca catalizada con tintes de algún color específico.

Fuente: www.forokawasaki.com

7.5.7 almacenamientos



Fuente www.pordescubrir.com

7.5.8 despacho



Fuente: despachoyrecibo.blogspot.com

El almacenamiento se realiza con el objetivo de que el mueble seque de manera adecuada y evapore todo tipo de olor que pueda resultar del proceso de la pintura.

Los productos son distribuidos a las diferentes empresas comercializadoras y a los compradores.

7.6 NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

Cuadro 27 maquinaria requerida

maquinaria	cantidad	valor unitario	valor total
Cierra de banco metálica	1	1.500.000,00	1.500.000,00
Cepilladora industrial	1	5.500.000,00	5.500.000,00
Canteadora	1	2.200.000,00	2.200.000,00
Compresor	1	1.000.000,00	1.000.000,00
Banco de carpintero	3	250.000,00	750.000,00
juego de brocas	1	150.000,00	150.000,00
juego de destornilladores	1	150.000,00	150.000,00
Escuadras	5	15.000,00	75.000,00
juego de formones	1	350.000,00	350.000,00
Lijadora orbital	4	250.000,00	1.000.000,00
Taladro	4	350.000,00	1.400.000,00
Sierras y serruchos manuales	4	50.000,00	200.000,00
Sierra de calar o de vaivén	2	300.000,00	600.000,00
Pistola Para Pintar	2	50.000,00	100.000,00
Espátula	8	5.000,00	40.000,00
Pistola de grapas	2	400.000,00	800.000,00
escritorios	2	350.000,00	700.000,00
retrete	1	150.000,00	150.000,00
lavamanos	1	100.000,00	100.000,00
botiquín dotado	1	120.000,00	120.000,00
guantes	5	10.000,00	50.000,00
maskaras de gases	5	30.000,00	150.000,00
gafas	5	10.000,00	50.000,00
total			17.135.000,00

Fuente: almacén el constructor armenia Quindío

Productos a precios de enero 2013

7.6.1 Herramientas de trabajo y sus características

7.6.2 Cierra de banco metálica



Especificaciones Técnicas¹³²

Largo de la Cubierta:	85 cm.
Ancho de la Cubierta	700 cm.
Capacidad de Corte en altura	110 cm.
Hoja de Sierra hasta	350 cm.
2 guías angulares:	
1 guía corte recto	
Cono morse para cabeza de taladro	
Motor de 3 caballos de fuerza	

Fuente <http://www.imesa.cl/banco%20sierra%20circular>

7.6.3 Cepilladora industrial



Cepilladora industrial Especificaciones Técnicas¹³³

Anchura máxima a cepillar	42 cm.
Espesor máximo a cepillar	17.5 cm.
Diámetro del eje porta cuchillos	8.5 cm.
Diámetro de los cilindros de avance	4.5 cm.
Rotación del eje porta cuchillos	5.000 rpm.
Avance en metros por minuto	9 - 5
Motores 4 Hp y 1Hp 380 V	
Motores 3 Hp y 1 Hp 220 V	

Fuente <http://www.imesa.cl/banco%20sierra%20circular>

¹³² Disponible en <http://www.imesa.cl/banco%20sierra%20circular.htm> extraído el 7 de febrero del 2013

¹³³ Ibíd. pág. 223

7.6.4 Canteadora



Canteadora Especificaciones Técnicas¹³⁴

Largo de la Mesa	1.5 m.
Ancho de la Mesa	35 cm.
Diámetro Rodillo Porta cuchillos (3 cuchillos)	10.5 cm.
Rotación	4.000 rpm.
Potencia Requerida	2 Hp.

Fuente <http://www.imesa.cl/banco%20sierra%20circular>

7.6.5 Compresor¹³⁵



Compresor

Profesional 200 libras de presión, motor de 1 caballo de fuerza, cabezote de 2

Fuente www.sfmcompresores.com/index

¹³⁴ Disponible en <http://www.imesa.cl/banco%20sierra%20circular.htm> extraído el 7 de febrero del 2013

¹³⁵ Disponible en <http://www.sfmcompresores.com/index.php/productos-es/air/compresores-de-pistón-industriales.html> extraído el 12 de febrero del 2013

7.6.6 Herramientas básicas para la transformación de la madera¹³⁶

7.6.7 Banco de carpintero¹³⁷



Superficie preparada para facilitar el trabajo de la carpintería, como el cepillado, lijado, corte

Fuente www.bricopage.com/cherramientas.

7.6.8 Brocas¹³⁸



Pieza metálica construida con forma espiral e instalada en un berbiquí o taladro, tiene gran capacidad de penetración.

Fuente www.bricopage.com/cherramientas

7.6.9 Destornillador¹³⁹



Instrumento con mango y parte metálica alargada terminada generalmente en forma de pala o cruciforme

Introducción y extracción de tornillos girando la herramienta en sentido de las agujas del reloj para apretar o introducir y contrario a las agujas del reloj para aflojar o extraer.

Fuente www.bricopage.com/cherramientas

¹³⁶ Disponible en <http://www.bricopage.com/cherramientas.htm> extraído el 12 de febrero del 2013

¹³⁷ Ibíd. pág. 225

¹³⁸ Ibíd. pág. 225

¹³⁹ Ibíd. pág. 225

7.6.10 Escuadras¹⁴⁰



Pieza normalmente metálica que forma ángulo recto, o con pieza móvil que permite modificar el ángulo, según el tipo.

Fuente www.bricopage.com/cherramientas

7.6.11 Formón¹⁴¹



Herramienta de corte y para ahuecar, con mango y hoja de extremo cortante.

Fuente www.bricopage.com/cherramientas

7.6.12 Lijadora orbital¹⁴²



Placa con motor y mango que vibra cuando se acciona

Lijar grandes superficies planas

Fuente bricopage.com/cherramientas

¹⁴⁰ Ibíd. pág. 225

¹⁴¹ Ibíd. pág. 225

¹⁴² Ibíd. pág. 225

7.6.13 Taladro¹⁴³



Herramienta que mediante la inserción de distintos elementos acoplados, se transforma en una herramienta polivalente.

Fuente www.bricopage.com/cherramientas

7.6.14 Sierras y serruchos manuales¹⁴⁴



Sierras y serruchos manuales

Instrumento con asidero y cuchilla dentada de acero para corte

Uso: Cortar maderas, caucho

Fuente www.bricopage.com/cherramientas

7.6.15 Sierra de calar o de vaivén¹⁴⁵



Maquina a la que se le acopla sierras de distinto calibre según los cortes que se necesiten realizar.

Cortes curvos o rectos en todo tipo de madera y otros materiales cambiando la sierra a la idónea para cada caso.

Fuente www.bricopage.com/cherramientas

¹⁴³ Ibíd. pág. 225

¹⁴⁴ Ibíd. pág. 225

¹⁴⁵ Ibíd. pág. 225

7.6.16 Pistola Para Pintar



Pistola Para Pintar Por Gravedad De Baja
Hvlp-2000 Rp-8021-3

Fuente www.exito.com/pistola-de-pintura

7.6.17 Espátula



La espátula consta de dos piezas, unidas firmemente: un mango y la hoja o lámina metálica plana, que generalmente son de acero inoxidable. La hoja, generalmente, tiene una terminación uniforme y recta

Fuente www.resol.com.ar

7.6.18 Pistola de grapas



146

Grapadora	Línea completas de grapadoras neumáticas para gancho 80 y 90. Presión de aire de 90 psi, opción con cargador automático para altas producciones	Tapicería, industrias de maderas, muebles y la industria En gen
------------------	---	---

Fuente www.ciedecolombia.com/productos/remachadoras_grapadoras-puntilladoras-pinadoras.htmlextraído el 12 de febrero del 2013

¹⁴⁶ Disponible en http://www.ciedecolombia.com/productos/remachadoras_grapadoras-puntilladoras-pinadoras.htmlextraído el 12 de febrero del 2013

7.7 PLAN DE PRODUCCIÓN

La fábrica de muebles MAC producirá mensualmente 36 camas y 4 comedores

Los cuales están divididas de la siguiente manera; 8 Cama estilo deco 1.40 cm, 8 Cama sencilla Windsor 1.40, 10 Cama estilo deco 1.20cm, 10 Cama sencilla Windsor 1.20 cm, 16 Silla sencilla y 4 Pata para comedor con cubierta.

7.8 PLAN DE COMPRAS

Para poder fabricar los muebles que la empresa establece mensualmente esta debe comprar los siguientes materiales e insumos;

1000 pulgadas de madera

MDF 3 laminas de 9 mm de 1.80cm largo por 2,13cm ancho ,5 láminas de 4mm de 1.80cm largo por 2,13cm ancho y 1 lamina de 15 mm de 1.80cm largo por 2,13cm ancho

1 galón de colbon, 1 lámina de espuma de 1.80cm largo por 2,50 cm ancho

Pintura 14 galones de sellador catalizado, 9 galones de laca catalizada, 10 pliegos de lija 150, 2 metros de lija de banda 80, 10 cajas de resane, 10 litros de tinte

7.9 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Cama estilo deco de 1.40 cm

Cuadro 28 material para una Cama estilo deco de 1.40 cm

materiales	cantidad	precio
madera	34 pulgadas	34.000,00
MDF	1/2 lamina	20.000,00
colbon putillas y tornillos		10.000,00
sellador catalizada	1/2 galón	14.000,00
base parda catalizada	1/8 galón	3.000,00
laca semi mate catalizada	1/4 galón	7.000,00
tinte	1/4 de litro	5.000,00
lija de papel y de banda	2	3.000,00
resane	1	5.000,00
total		101.000,00

Precio de los materiales

Precios del 2013

Cama estilo deco 1.20cm**Cuadro 29 material para una Cama estilo deco 1.20cm**

materiales	cantidad	precio
madera	30 pulgadas	30.000,00
MDF	1/2 lamina	20.000,00
colbon putillas y tornillos		10.000,00
sellador catalizada	1/3 galón	11.000,00
base parda catalizada	1/8 galón	3.000,00
laca semi mate catalizada	1/5 galón	5.500,00
tinte	1/5 de litro	4.000,00
lija de papel y de banda	2	3.000,00
resane	1	5.000,00
total		91.500,00

Precio de los materiales

Precios del 2013

Cama sencilla Windsor 1.40**Cuadro 30 material para una Cama sencilla Windsor 1.40**

materiales	cantidad	precio
madera	34 pulgadas	34.000,00
MDF	1/4 lamina	12.000,00
colbon putillas y tornillos		10.000,00
sellador catalizada	1/2 galón	14.000,00
base parda catalizada	1/8 galón	3.000,00
laca semi mate catalizada	1/5 galón	5.500,00
tinte	1/4 de litro	5.000,00
lija de papel y de banda	2	3.000,00
resane	1	5.000,00
total		91.500,00

Precio de los materiales

Precios del 2013

Cama sencilla Windsor 1.20

Cuadro 31 material para una Cama sencilla Windsor 1.20

materiales	cantidad	precio
madera	30 pulgadas	30.000,00
MDF	1/4 lamina	12.000,00
colbon putillas y tornillos		10.000,00
sellador catalizada	1/3 galón	11.500,00
base parda catalizada	1/8 galón	3.000,00
laca semi mate catalizada	1/5 galón	5.500,00
tinte	1/4 de litro	5.000,00
lija de papel y de banda	2	3.000,00
resane	1	5.000,00
total		85.000,00

Precio de los materiales

Precios del 2013

Silla sencilla

Cuadro 32 materiales para una Silla sencilla

materiales	cantidad	precio
madera	7 pulgadas	7.000,00
espuma y tela	40 cm x 50 cm	20.000,00
MDF	40 cm x 50 cm	4.000,00
colbon putillas y tornillos		10.000,00
sellador catalizada	1/3 galón	11.500,00
base parda catalizada	1/8 galón	3.000,00
laca semimate catalizada	1/4 galón	7.000,00
tinte	1/4 de litro	5.000,00
lija de papel y de banda	2	3.000,00
resane	1	3.000,00
total		73.500,00

Precio de los materiales

Precios del 2013

Pata y cubierta

Cuadro 33 materiales para una Pata y cubierta

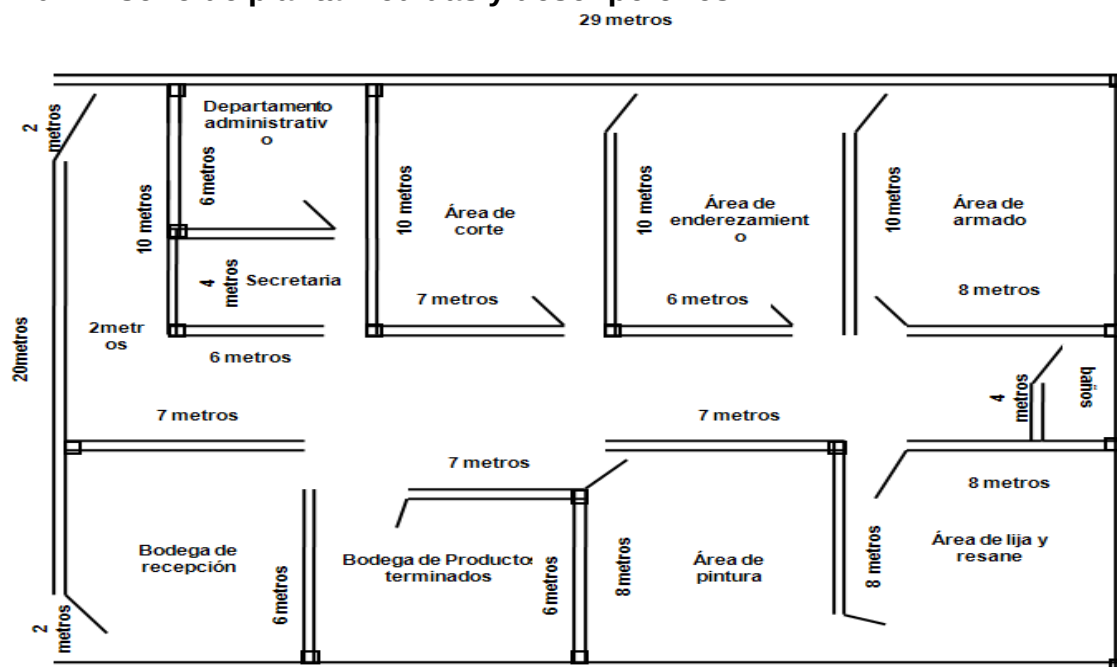
materiales	cantidad	precio
madera	19 pulgadas	19.000,00
MDF	1/4 lamina	40.000,00
colbon putillas y tornillos		10.000,00
sellador catalizada	1 galón	28.000,00
base parda catalizada	1/4 galón	12.000,00
laca semimate catalizada	1/2 galón	14.000,00
tinte	1/4 de litro	5.000,00
lija de papel y de banda	2	3.000,00
resane	1	5.000,00
total		136.000,00

Precio de los materiales

Precios del 2013

7.10 INFRAESTRUCTURA

7.10.1 Diseño de planta Medidas y descripciones



Fuente autor

7.10.2 detalles

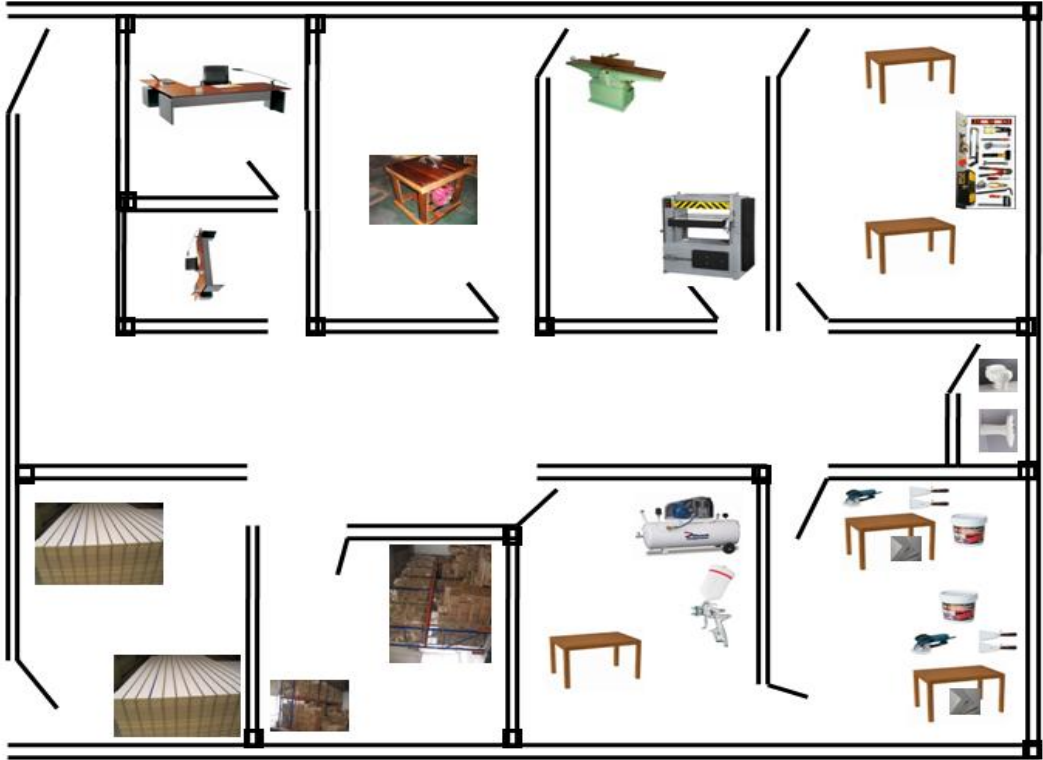
Cuadro 34

DETALLES	DESCRIPCIONES
—	Muros o paredes
/	Vigas
□	puertas

Fuente autor

7.10.3 Diseño de planta y activos fijos

Adecuación de la planta



Fuente autor

La planta para la producción de muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle, está diseñada para producir de 40 a 50 artículos de madera mensualmente; el lugar mide 29 metros largo x 20 metros ancho; contiene 10 divisiones distribuidas en un departamento administrativo, secretaria, un área de corte, área de enderezado, área de armado, área de lijado y resane, un cuarto de pintura y una bodega de producto terminado y una bodega de materiales e insumos; la planta está diseñada para que funcione de una manera secuencial; además hay un baño con lavamanos y con retrete, contará con un botiquín para el uso de los operarios. Así mismo los operarios serán dotados de tapabocas, guantes, casco y gafas para cumplir los mínimos reglamentos de seguridad laboral.

7.11 PLAN OPERATIVO

Cronograma de actividades

El tiempo estipulado para crear una cama

Cuadro 35 El tiempo estipulado para crear una cama

actividad	tiempo en horas
corte	1
enderezando	1
armado	2
resanando y lijando	3
pintando	4
tiempo total	11

Fuente autor

Tiempo total 11 horas

El tiempo estipulado para crear una silla

Cuadro 36 El tiempo estipulado para crear una silla

actividad	tiempo en horas
corte	1
enderezando	1
armado	1
resanando y lijando	2
pintando	2
tiempo total	7

Fuente autor

Tiempo total 7 horas

Tiempo estipulado para crear un comedor

Cuadro 37 Tiempo estipulado para crear un comedor

actividad	tiempo en horas
corte	2
enderezando	1
armado	1
resanando y lijando	2
pintando	3
tiempo total	9

Fuente autor

Tiempo total 9 horas

7.12 Localización

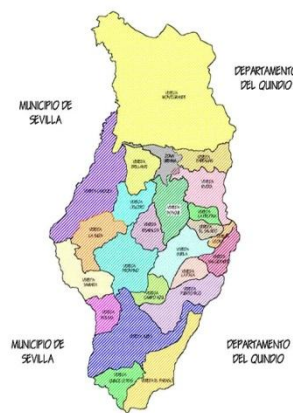
Colombia



Valle del Cauca



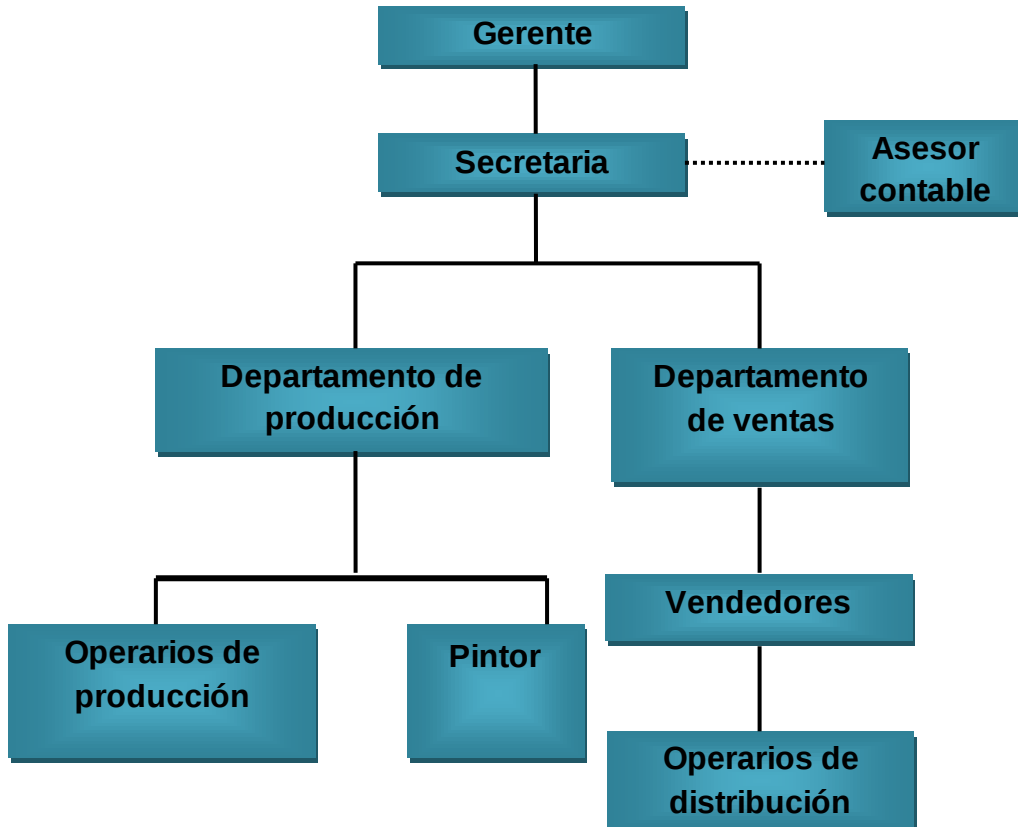
Caicedonia Valle



8 ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

8.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

8.1.1 Organigrama



Fuente autor

La empresa utiliza una estructura organizacional vertical, en donde se visualiza claramente las líneas de comunicación y poder formal, con el objetivo de establecer fácilmente, las responsabilidades de cada uno de los departamentos de la fábrica de muebles.

8.1.2 Descripción de cargos

El gerente

Funciones

Es la persona en cargada de tomar todas las decisiones relevantes de la empresa, además coordina y verifica que todas las actividades de la empresa, para que se realicen de la mejor manera posible.

De igual manera debe analizar costos de materiales e insumos, además realizar negocios con los proveedores y clientes.

Así mismo debe establecer estrategias que encaminen a la empresa en el mejor rumbo posible; con el objetivo de que la empresa pueda crecer cada vez más.

Debe velar por el buen funcionamiento de los proceso y de las actividades de la organización; con el objetivo de cumplir los plazos de entrega de los pedidos.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener formación académica en administración de empresas y negocios.

Secretaria

Funciones

Esta persona debe tener contacto periódico de proveedores para verificar los costos de los materiales e insumos.

Es la encargada de recibir llamadas telefónicas, para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.

Debe atender y orientar a los clientes y proveedores, que soliciten los servicios e información, de una manera cortés y amable.

Es la encargada de organizar, la información contable para realizar los balances contables de la mejor manera.

Debe obedecer y realizar instrucciones, que le sean asignadas por su jefe; relacionado con sus funciones laborales.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener formación académica, como auxiliar administrativo y contable.

Acceso contable

Funciones

Es persona encargada de evaluar los informes contables; con el objetivo de verificar que la información sea la correcta y la adecuada.

Debe diligenciar los documentos o fuentes de la contabilidad, como comprobantes de egreso e ingreso, recibos de caja, facturas de venta y facturas de compra.

Debe Revisar la información contable diligenciada; con el objeto de que no se presente ninguna inconsistencia.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener experiencia y formación académica como contador público.

Jefe de producción

Funciones

Esta persona debe coordinar que todas las funciones operativas, se cumplan de la mejor manera; además debe manejar todas las maquinarias de la fábrica; es el encargado de las aéreas de corte armado y enderezado.

Debe vigilar el buen funcionamiento de la maquinaria y debe realizar el mantenimiento previo para estas.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener conocimiento y experiencia, en el manejo de maquinaria industrial, para el corte, armado y enderezado de madera, además debe tener experiencia en la construcción de muebles en madera.

Pintor

Funciones

Esta persona debe coordinar que todas las funciones en el área de pintura se cumplan de la manera que están establecida.

Debe supervisar que los muebles tengan un acabado de buena calidad.

Esta persona es el encargado de realizar y supervisar todo el proceso de lijado resane y pintura.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener conocimiento y experiencia en el pintado de muebles en madera; además debe tener conocimiento en manejo de pinturas.

Operarios de producción

Funciones

Esta persona debe manejar la maquinaria industrial de la empresa; para el corte y enderezado de madera, además debe tener experiencia en la construcción de muebles en madera.

Debe tener conocimiento en procesos de pintura

Debe vigilar el buen funcionamiento de la maquinaria

Debe velar por la limpieza y aseo del espacio de trabajo y la herramienta que se utilice.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener conocimiento, en el manejo de maquinaria industrial, para el corte de madera, además debe tener experiencia en la construcción de muebles en madera, conocimiento en procesos de pintura.

Vendedores

Funciones

Es la persona encargada de adquirir el mayor número de clientes posibles.

Debe visitar a los clientes con el objetivo de vigilar la rotación del producto.

Debe realizar contratos de venta.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener experiencia y conocimiento como vendedor de muebles en madera.

Operario de distribución

Funciones

Esta persona es la encargada de transportar, los productos de la empresa, a los diferentes clientes.

Además debe vigilar que los productos no tengan ningún defecto el cual perjudique la calidad del mismo.

Esta persona es la encargada de cargar y descargar la materia prima y los productos terminados.

Debe colaborar en el aseo de la empresa.

Requisitos del cargo

Esta persona debe tener conocimiento y experiencia en manejo de mercancías.

8.2.3.1 MISION

La fábrica de muebles MAC, Elaborara y comercializara cama y comedores hechos en madera de cedro y nogal, implementado la mejor tecnología disponibles para ofrecer un productos de alta calidad; los productos están diseñados para consumidores con estratos socioeconómicos 3,4y5 de Caicedonia Valle y sus alrededores, con el objetivo de que la empresa pueda satisfacer de las necesidades de los consumidores de la región y pueda mantenerse en el mercado local.

8.2.3.2 Visión

Para el 2018 la fábrica de muebles Mac se convertirá en una de las mayores productora y comercializadora de comedores y camas del municipio de Caicedonia Valle; además será reconocida a nivel regional y local por su alto nivel de eficiencia y competitividad en la producción y comercialización de sus productos, con nuevas sucursales, las cuales permitan a los colombianos conocer esta empresa.

8.3 Análisis DOFA de la empresa productora y comercializadora de muebles en madera de Caicedonia Valle.

Debilidades

Falta de capital disponible para la inversión.

Debido a la falta de dinero disponibles para la inversión se hace necesario la adquisición de un prestamos bancario; el cual tienen una tasa a de interés 28 % efectivo anual; con la cooperativa cropocenva, la cual ofrece un interés más bajo que cualquier ente financiero.

Esto es negativo para la empresa, debida a que si hubiera el dinero suficiente, para realizar el proyecto, no se aria necesario, la implementación del préstamo y la empresa tendría más utilidades financieras.

Posible desconocimiento de algunos sectores del mercado.

Debido a que no hay un conocimiento total del mercado; hay la posibilidad, de que pueda haber variables que puedan afectar directa e indirectamente la empresa.

Esto es negativo, debido a que puede haber elementos que afecten el desarrollo normal, de la empresa productora y comercializadora de muebles en madera en Caicedonia Valle.

Falta de mano de obra capacitada.

Debido a que en el municipio Caicedonia Valle, no hay un ente educativo que capacite a las personas, interesadas en la creación de muebles en madera, hay poca mano de obra capacitada, que pueda participar en el desarrollo de este proceso.

Esto puede ser negativo para la organización debido hay que hacer una intensiva selección de personal; además hay que capacitarlos para que puedan ser útiles para el desarrollo del proceso.

Tasa de interese de crédito financieros muy alta

La tasa que aplica para el crédito de Libre Inversión es 28 % expresada en términos efectivos anuales, en conversión mensual es de 2%, lo que indica que los intereses son sustancialmente altos para aquellas personas que piensan invertir en alguna actividad económica y por lo tanto desmotiva a las personas que quieran acceder a créditos para desarrollar proyectos o actividad económica productivas.

Por tanto si se desea crear una empresa productora y comercializadora de muebles en madera; se deben buscar diferentes fuentes de financiamiento con el objetivo de que el proyecto pueda ser realizado.

Amenazas

Competencia desleal.

Hay que mencionar, que no todas las empresas dedicadas a la creación de muebles en madera en el municipio, cumplen con los requisitos legales y jurídicos; además en algunos casos estas empresas, no pagan impuestos ni licencias de funcionamiento.

Esto es negativo para la organización; debido a que hay competidores que no cumplen con los mínimos requisitos estipulados por las leyes jurídicas del municipio y son competidores directos de la fábrica de muebles.

Impuestos muy altos.

En el municipio de Caicedonia los impuestos que debe pagar una empresa, para que pueda funcionar legalmente son muy altos; además no hay ningún apoyo por parte del gobierno para aquéllas personas que deseen establecer una empresa en el municipio; de igual manera la administración municipal no apoya ni fomenta la creación de nuevas empresas en la región.

Esto es negativo para la empresa que se desea establecer con este proyecto; debido a los diferentes impuestos y licencias de funcionamiento que se deben pagar al momento de poner en marcha la empresa, los cuales son muy costosos.

Lavado de dinero.

El lavado de dinero es uno de los fenómenos más representativos de la economía subterránea en Colombia, puesto que convergen los dineros obtenidos de actividades ilegales. Para entender cómo funciona y cómo se inserta el dinero mal habido en la economía formal.¹⁴⁷

Esto es una amenaza para las personas que desean establecer empresa en la región; debido a que tienen que competir con empresas que lavan dinero y en

¹⁴⁷ Disponible en http://oasportal.policia.gov.co/imagenes_ponal/dijin/revista_criminalidad/vol53_1/11Elavado.pdf extraído el 30 de mayo del 2013

algunos casos son las empresas que controlan los precios de los muebles en madera en la región.

Alta Informalidad empresarial.

En el municipio de Caicedonia Valle; un gran porcentaje de las empresas que funcionan; no pagan los salarios legales ni seguros y además no cumplen con muchos de los requisitos legales y jurídicos, para funcionar legalmente.

Esto es negativo para la organización que se desea establecer con este proyecto; debido a que hay que competir con empresas que subvaloran el trabajo, para poder obtener mejores rendimientos económicos y ser competitivas.

Abundancia de productos sustitutos.

En Caicedonia valle los productos sustitutos para la madera son altos por que existen diversos productos y muebles hecho en materiales como; el metal, el plástico, la guadua, el mimbre, que son elementos con precios de venta más bajos comparados con los muebles en madera .

Esto es negativo para la empresa debido a que los productos sustitutos pueden convertirse en competidores directos.

Fortalezas

Uso de maquinaria avanzada y especializada.

La organización implementara tecnología de punta; la cual ofrece mejores rendimientos productivos y facilitara los procesos de organización.

Esto es positivo para la empresa debido a que, este tipo de tecnología reduce los tiempos de los procesos y ofrece un mejor acabado del producto final.

Calidad en los procesos productivos y en el producto final

Debido a que la empresa aplicara un cronograma establecido para la producción; los procesos se realizarán de la mejor manera posible; debido a la secuencia lógica que se establece en el estudio técnico.

Esto es positivo; debido que la empresa desarrollara, los procesos de una manera ordenada y organizada; los cuales se reflejaran una mejor calidad de un producto final y en reducción de desperdicios al máximo. Lo que se traduce en reducción de tiempos y reducción de tiempos de entrega.

Disponibilidad de materia prima de gran calidad.

Caicedonia Valle cuenta con gran variedad de recursos forestales, los cuales son aprovechados por muchas empresas de la región; debido a la abundancia de estos recursos los precios de las materias primas son muchos más bajos comparados con las empresas que están situada en otras ciudades.

Esto es positivo para la empresa debido a que cuenta con una gran variedad de recursos forestales a precios más bajos y con una excelente calidad; gracias a las diferentes variedades de arboles que se pueden encontrar en el municipio.

Disponibilidad de una gran variedad de proveedores.

en Caicedonia Valle hay muchos proveedores de madera y aglomerados como almacenes el cedro, maderas choco, el constructor y proveedores de pinturas y disolventes como tecnipinturas y mundo color, los cuales ofrecen productos similares y que son relativamente un poco más costosos comparado con algunas empresas que se pueden encontrar en la ciudad de armenia Quindío, las cuales ofrecen todo tipo de madera y mdf; como AG maderas y triplexalirio García Quiceno, Madecentro, placacentro y almacén el carpintero y proveedores de todo tipo pinturas, lacas y disolventes conocida como fabrica gama; muchos estos de proveedores ofrecen descuentos para sus clientes.

Esto es positivo para la empresa porque hay gran variedad de proveedores y la organización tiene el poder de elegir entre la variedad de proveedores, que se adapten a las necesidades de la empresa.

Oportunidades

Crecimiento del sector de la construcción y el sector manufacturero en Colombia.

El sector manufacturero en Colombia creció 3.9% y de igual manera el sector de la construcción presentó un crecimiento en 5,7% durante el año 2011¹⁴⁸

Esto revela que el sector de muebles en madera en las regiones de Colombia creció; lo que indica que puede haber un crecimiento en la producción de artículos en madera.

¹⁴⁸ Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim11.pdf extraído el 13 de septiembre

Esto es una gran oportunidad para las empresas productoras de muebles en madera del país; debido a que posiblemente, las nuevas obras civiles necesitan ser amobladas con diferentes elementos en madera como puertas, camas y todo tipo de muebles con el objetivo de ser habitadas por la población colombiana.

Cercanía de los proveedores de materia prima.

En Caicedonia Valle hay gran variedad de empresas que venden materiales e insumos para la creación de muebles en madera en el municipio, y en las ciudades cercanas como armenia y Pereira en donde se puede encontrar, empresa que venden todo tipo de materiales e insumos necesarios para la fabricación de muebles en madera a precios bajos .

Esto es positivo para la empresa; porque tiene una gran variedad de proveedores que le pueden suministrar los insumos y materiales a un costo relativamente bajo.

Disponibilidad de tecnología avanzada para el desarrollo del proyecto.

En Caicedonia Valle y en las ciudades cercanas, se puede adquirir tecnología avanzada a precios bajos; la cual puede ser utilizada en la fábrica de muebles en madera; esta tecnología puede ser utilizada para mejorar el rendimiento de los procesos, con el objetivo de reducir los tiempos; además esta tecnología ayuda a que los productos de la empresa tengan un mejor acabado.

Esto es positivo para la empresa; puesto que esta puede obtener tecnología avanzada sin necesidad de desplazarse a grandes ciudades; Lo que ocasionaría grandes costos de desplazamientos.

Disponibilidad de clientes con recursos suficientes para que compren los productos de la empresa.

Según la investigación de mercado y los resultados obtenidos, la empresa debe enfocarse en un mercado de personas, que se encuentre entre los 30 y 50 años de edad, con estrato socioeconómico 3; con ingresos superiores a los \$700.000 pesos.

Esto indica que el mercado puede acceder a los productos de la empresa y tienen la capacidad de comprarlos.

8.3.5 Matriz DOFA

Cuadro 38 Matriz DOFA

Debilidades	Amenazas
Falta de capital disponible para la inversión. Posible desconocimiento de algunos sectores del mercado. Falta de mano de obra capacitada. Tasa de interese de crédito financieros muy alta	Competencia desleal. Impuestos muy altos. Lavado de dinero. Alta Informalidad empresarial. Abundancia de productos sustitutos.
Fortalezas	Oportunidades
Uso de maquinaria avanzada y especializada. Calidad en los procesos productivos y en el producto final. Disponibilidad de materia prima de gran calidad. Disponibilidad de una gran variedad de proveedores.	Crecimiento del sector de la construcción y el sector manufacturero en Colombia. Cercanía de los proveedores de materia prima. Disponibilidad de tecnología avanzada para el desarrollo del proyecto. Disponibilidad de clientes con recursos suficientes para que compren los productos de la empresa.

Fuente autor

9. COSTOS ADMINISTRATIVOS

9.1 EJERCICIO DE SALARIOS Y CARGA PRESTACIONES ANUAL

La fábrica de muebles Mac, presenta los requisitos mínimos para el pago de los salarios; según lo establece la **LEY 100** DE 1993. (Diciembre 23) por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.¹⁴⁹

Cuadro 39 ejercicio de salarios y carga prestaciones anual integral

Se les cancelará de la siguiente manera los horarios a los siguientes trabajadores al jefe de producción y al gerente

Numero de operarios contratados directo		
Capacidad práctica de trabajo por operario	8	horas día
Días hábiles de trabajo al año	296	
Salario mensual	\$ 589.500	
Auxilio de Transporte	\$ 70.500	
Carga Prestacional:		
Prestaciones Sociales		
Cesantía	8,33%	
Prima	8,33%	
Intereses	1%	
Vacaciones	4,17%	21,83%
Calzado y Vestido		
Costo de cada dotación	\$ 180.000	por operario
Numero de dotaciones por año	3	de acuerdo a la ley
Costo anual de la dotación	\$ 540.000	por operario
Aportes Parafiscales	9%	9%
Caja Compensación	4%	
Sena	2%	
ICBF	3%	
Aportes Ley 100		
Salud	8,5%	
Pensión	12,000%	

¹⁴⁹ Disponible en <http://www.caprecom.gov.co/sitio/files/normatividad/Ley-100-de-1993.pdf> extraída el 3 de julio del 2013

Atep	2,436%	22,94%
Solución:		
Costo anual de la nómina		
Sueldos: (581,500x12x12)	\$ 7.074.000	
Aux. Transporte: (70,500x12x12)	\$ 846.000	
Total Salarios	\$ 7.920.000	\$ 660.000
Prestaciones Sociales:		
Cesantía: ((589500+70500)*8,33%)	\$ 660.000	
Prima Legal: ((589500+70500)*8,33%)	\$ 660.000	
Intereses: ((66000*1%)12)	\$ 79.200	
Vacaciones: (7074000*4,17%)	\$ 294.750	
Calzado y Vestido:(450,000x12)	\$ 540.000	
Total Prestaciones Sociales	\$ 2.233.950	\$ 186.163
Caja Compensación	\$ 282.960	
Sena	\$ 141.480	
ICBF	\$ 212.220	
Parafiscales: (84, 888,000x9%)	\$ 636.660	\$ 53.055
Aportes Ley 100		
Salud: (84, 888,000x8.5%)	\$ 601.290	
Pensión: (84, 888,000x12%)	\$ 848.880	
Atep: (84, 888,000x2.436%)	\$ 172.323	
Sub Total Aportes Ley 100	\$ 1.622.493	\$ 135.208
Gran Total salarios y carga prestaciones	\$ 12.413.103	\$ 1.034.425

Fuente autor

Se les cancelará de la siguiente manera los horarios a los siguientes trabajadores . Operarios, pintor, secretaria y vendedor y al contado se le cancelaran 200.000 por la revisión de los balances contables y las consultorías y accesorias mensual.la empresa contratara una aseguradora privada de riesgos profesional para los empleados de tiempo completo en la planta.

Cuadro 40 ejercicios de salarios Honorarios por horas

salario por horas	\$ 2900
horas laborales	8
valor día	\$ 23200
riesgos profesionales	\$ 50.000
riegos profesionales anuales	\$ 600.000
valor mes	\$ 603.200
dotación anual	\$ 81.600
Salario mensual	\$ 660.000
salario anual	\$ 7.920.000

Fuente autor

9.2 costo del personal

Cuadro 41 costos del personal

Mano de obra directa				
detalles	cantidad	salario mensual	meses	total
jefe de producción	1	\$ 1.050.571	12	\$12.606.852
operario	1	\$ 660.000	12	\$7.920.000
pintor	1	\$ 660.000	12	\$7.920.000
TOTAL				\$28.446.852
Mano de obra indirecta				
detalles	costo de hora	salario mensual	meses	total
gerente	1	\$ 1.204.340	12	\$14.452.084
contador	1	\$ 200.000	6	\$1.200.000
secretaria	1	\$ 660.000	12	\$7.920.000
vendedor	1	\$ 660.000	12	\$7.920.000
total				\$31.492.084
Costo de salarios anual total				\$59.938.936

Fuente autor

9.3 costos de puesta en marcha

Cuadro 42 costos de puesta en marcha

Costos de puesta en marcha	
muebles y equipo de oficina	\$900.000
equipos de computo y telecomunicaciones	\$2.920.000
Maquinaria	\$17135000
gastos de constitución	\$1500000
gastos de instalación	\$750.000
capital de trabajo para 2 mese	\$10.489.823
TOTAL	\$33.694.823

Fuente autor

10. ESTUDIO FINANCIERO

10.1 CAPITAL DE TRABAJO

Los recursos que se necesitan para financiar la operación del negocio en el los dos primeros meses del año son \$ 33.694.823; de los cuales el 60% serán aportados por 2 socios y el 40% restante; serán obtenidos con un crédito bancario.

10.2 TABLA DE AMORTIZACIÓN

Cuadro 43 amortizaciones

amortización				
N	cuotas	intereses	amortización	saldo
0				\$13.477.929,07
1	\$5.323.024,03	\$3.773.820,14	\$1.549.203,89	\$11.928.725,18
2	\$5.323.024,03	\$3.340.043,05	\$1.982.980,98	\$9.945.744,20
3	\$5.323.024,03	\$2.784.808,38	\$2.538.215,65	\$7.407.528,55
4	\$5.323.024,03	\$2.074.107,99	\$3.248.916,03	\$4.158.612,52
5	\$5.323.024,03	\$1.164.411,51	\$4.158.612,52	\$0,00

Fuente autor

Con el objetivo de obtener el capital suficiente para el desarrollo de este proyecto; se hace necesario realizar un préstamo con Coprocenva, que es el ente financiero que ofrece la tasa de interés más baja en el mercado local que se sitúa en 28% efectivo anual.

10.3 INGRESOS

Los ingresos se obtienen de la venta de las siguientes unidades y líneas de productos

Líneas de productos y unidades a vender

Cuadro 44 Líneas de productos y unidades a vender

cantidades	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades	Unidades
ítems					
camas deko 1,40 cm *1.98 cm	86	91	95	100	105
camas deko 1,20 cm*1.98 cm	108	113	119	125	131
camas windsor 1,40*1.98 cm	86	91	95	100	105
camas windsor 1,20*1.98 cm	108	113	119	125	131
Comedor con 4 sillas	43	45	48	50	53

Fuente autor

10.3 EGRESOS

Cuadro 45 Líneas de productos y unidades vendidas

DETALLES	2013	2014	2015	2016	2017
camas deko 1,40 cm	\$34.560.000	\$37.376.640	\$40.422.836	\$43.717.297	\$47.280.257
camas deko 1,20 cm	\$37.800.000	\$40.880.700	\$44.212.477	\$47.815.794	\$51.712.781
camas windsor 1,40	\$25.920.000	\$28.032.480	\$30.317.127	\$32.787.973	\$35.460.193
camas windsor 1,20	\$27.000.000	\$29.200.500	\$31.580.341	\$34.154.139	\$36.937.701
comedor de 4 puestos	\$30.240.000	\$32.704.560	\$35.369.982	\$38.252.635	\$41.370.225
TOTAL	\$155.522.013	\$168.196.894	\$181.904.778	\$196.729.854	\$212.763.174

Fuente autor

10.4 COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE FABRICACIÓN.

Cuadro 46 Costos directos e indirectos de fabricación

costos directos	valor mes	valor año
personal operativo	\$2.370.571	\$28.446.852
materia prima directa	\$4.576.500	\$54.918.000
costos indirectos		
servicios	\$250.000	\$3.000.000
arrendamiento	\$480000	\$5.760.000
gastos de mantenimiento	\$45.000	\$540.000
artículos de aseó	\$80.000	\$960.000
papelería	\$100.000	\$1.200.000
publicidad	\$80.000	\$960.000
extintores	\$12.833	\$154.000
tapo bocas	\$12.500	\$150.000
guantes	\$12.500	\$150.000
gafas	\$12.000	\$144.000
personal administrativo	\$2.624.340	\$31.492.084
total	\$10.656.245	\$127.874.936

Fuente autor

10.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

10.5.1 Estado de resultados

Cuadro 47 estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ingreso de ventas		155.522.013	168.196.894	181.904.778	196.729.854	212.763.174
Costo de producción		92.323.352	99.681.469	105.769.215	112.064.826	118.826.963
inventario inicial de materia prima Directa	0		508.500	769.920	808.416	848.837
Compra materia Prima Directa		54.918.000	61.175.632	66.161.445	71.553.603	77.385.222
Materia prima directa disponible para la pdn		54.918.000	61.684.132	66.931.365	72.362.019	78.234.059
- inventario final materia prima directa		508.500	769.920	808.416	848.837	891.278
Materia prima directa utilizada para la pdn		54.409.500	60.914.212	66.122.949	71.513.182	77.342.780
mano de obra directa		28.446.852	29.300.258	30.179.265	31.084.643	32.017.183
costo indirecto de fabricación		6.040.000	6.040.000	6.040.000	6.040.000	6.040.000
depreciación maquinaria y equipo		3.427.000	3.427.000	3.427.000	3.427.000	3.427.000
utilidad bruta		63.198.661	68.515.425	76.135.563	84.665.028	93.936.211
Gastos administrativos		44.621.084	45.836.687	47.088.757	48.378.390	49.706.712
mano de obra indirecta		31.492.084	32.436.847	33.409.952	34.412.250	35.444.618
depreciación		4.101.000	4.101.000	4.101.000	4.101.000	4.101.000
gastos de funcionamiento		8.628.000	8.886.840	9.153.445	9.428.049	9.710.890
Gastos renovables		\$ 400.000	\$412.000,00	\$424.360,00	\$437.090,80	\$450.203,52
Utilidad antes de impuesto		18.577.577	22.678.738	29.046.806	36.286.638	44.229.499

gastos financiero		3.773.820,14	3.340.043	2.784.808	2.074.108	1.164.412
Utilidad antes de impuestos		14.803.757	19.338.695	26.261.997	34.212.530	43.065.088
impuesto 35%		5181314,901	6768543,323	9191699,109	11974385,61	15072780,79
utilidad neta	-	9.622.442	12.570.152	17.070.298	22.238.145	27.992.307

Fuente autor

10.4.2 Flujo de caja

Cuadro 48 Estado de flujo de efectivo

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO							
Actividades operativas							
Ingreso neto			\$ 9.622.442	\$ 12.570.152	\$ 17.070.298	\$ 22.238.145	\$ 27.992.307
Depreciación			\$ 4.101.000	\$ 4.101.000	\$ 4.101.000	\$ 4.101.000	\$ 4.101.000
Actividades de inversión							
Molino		\$ 17.135.000					
Valor de rescate							\$ 12.762.816
Impuestos sobre las ganancias							\$ 5.646.485
capital de trabajo	3%	\$ 27.845.376	\$ 835.361	\$ 860.422	\$ 886.235	\$ 912.822	\$ 940.206
Actividades financieras							
Créditos		\$ 13.477.929					
Pago de capital			\$ 1.549.204	\$ 1.982.981	\$ 2.538.216	\$ 3.248.916	\$ 4.158.613
Flujo de efectivo		\$ 31.502.447	\$ 11.338.877	\$ 13.827.749	\$ 17.746.848	\$ 22.177.407	\$ 35.991.231
VPN	\$ 41.062.175						
TIR	44%						
B/C	2,303459859						

Fuente autor

10.4.3 Flujo de fondos

Cuadro 49 Flujo de fondos

FLUJO DE FONDOS						
detalle	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
fuentes						
uai		18.577.577	22.678.738	29.046.806	36.286.638	44.229.499
aporte a capital	20.216.894					
créditos	13.477.929					
depreciaciones	-	4.101.000	4.101.000	4.101.000	4.101.000	4.101.000
inventarios	-		508.500	769.920	808.416	848.837
total fuentes	33.694.823	22.678.577	27.288.238	33.917.726	41.196.054	49.179.336
usos						
compra de activos	20.955.000					
Pago de impto.	-	-	5.181.315	6.768.543	9.191.699	11.974.386
pago de intereses	-	3.773.820	3.340.043	2.784.808	2.074.108	1.164.412
amortizaciones	-	1.549.204	1.982.981	2.538.216	3.248.916	4.158.613
gastos de constitución	1.500.000					
gastos de instalación	750.000					
diferencia en activos	-	508.500	769.920	808.416	848.837	891.278
total usos	23.205.000	5.831.524	11.274.259	12.899.983	15.363.560	18.188.688
superávit o déficit	10.489.823	16.847.053	16.013.979	21.017.742	25.832.494	30.990.648
saldo anterior caja	-	10.489.823	27.336.876	43.350.855	64.368.598	90.201.092
saldo finan en caja	10.489.823	27.336.876	43.350.855	64.368.598	90.201.092	121.191.740

Fuente autor

10.4.4 Balance general proyectado a 5 años

Cuadro 50 Balance general proyectado a 5 años

BALANCE GENERAL						
ACTIVOS						
detalle	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
activos						
activo corriente						
caja	10.489.823	19.135.813	30.345.599	45.058.018	63.140.764	84.834.218
bancos						
cuentas por cobrar		8.201.063	13.005.257	19.310.579	27.060.328	36.357.522
inventarios		508.500	769.920	808.416	848.837	891.278
total activo cte.	10.489.823	27.845.376	44.120.775	65.177.013	91.049.929	122.083.018
activo fijo						
edificios	0	0	0	0	0	0
vehículos		0	0	0	0	0
maquinaria y equipo	17135000	17135000	17135000	17135000	17135000	17135000
equipo de oficina	900000	900000	900000	900000	900000	900000
equipo de computo y comunicación	2920000	2920000	2920000	2920000	2920000	2920000
herramientas		0	0	0	0	0
Depreciación acum. Maq. y equipo		4.101.000	8.202.000	12.303.000	16.404.000	20.505.000
total activos fijos	20.955.000	16.854.000	12.753.000	8.652.000	4.551.000	450.000
otros activos	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000	2.250.000
total activos	33.694.823	46.949.376	59.123.775	76.079.013	97.850.929	124.783.018
pasivos						
pasivo corriente						
imp x pag		5.181.315	6.768.543	9.191.699	11.974.386	15.072.781
total pasivo corriente		5.181.315	6.768.543	9.191.699	11.974.386	15.072.781
otros pasivos						
total pasivo largo plazo	13.477.929	11.928.725	9.945.744	7.407.529	4.158.613	-
total pasivos	13.477.929	17.110.040	16.714.288	16.599.228	16.132.998	15.072.781

patrimonio						
capital suscrito y pagado	20.216.894	20.216.894	20.216.894	20.216.894	20.216.894	20.216.894
utilidad del ejercicio		9.622.442	12.570.152	17.070.298	22.238.145	27.992.307
utilidad retenida			9.622.442	22.192.594	39.262.892	61.501.037
total patrimonio	20.216.894	29.839.336	42.409.487	59.479.786	81.717.931	109.710.238
total pasivo y patrimonio	33.694.823	46.949.376	59.123.775	76.079.013	97.850.929	124.783.018

Fuente autor

10.5 ANÁLISIS FINANCIERO

10.5.1 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno del proyecto durante el periodo, en este caso la TIR es del 44% esto indica que es la tasa mínima de inversión en la cual el VPN es cero, para este proyecto se debe invertir al 44% para no obtener pérdidas y cubrir la totalidad de la inversión inicial, es una tasa muy alta si tenemos en cuenta que la TIO o Costo de oportunidad es 13,3% efectivo anual; por lo tanto se concluye que el proyecto es viable por tener una TIR por encima de la Tasa Real de Interés que se establece en 28.89% efectivo anual

10.5.2 Cálculo TIO

Como la TIO es la tasa efectiva anual interna de oportunidad de los socios de una empresa cualquiera, entonces para el caso objeto de estudio, se tienen 2 socios con unos recursos únicos prestados a un particular para el desarrollo del proyecto; por esta razón obtendrán 13,3% efectivo anual de su inversión inicial.

10.5.3 Valor Presente Neto

El valor presente neto es de \$41.062.175; puesto que este valor es positivo nos indica que el proyecto es viable debido a esto los inversionistas cubrieron la inversión y obtendrán una rentabilidad en los 5 años proyectados a una tasa de 13% efectivo anual. Según los criterios de la decisión:

Si el VPN > 0: Los ingresos exceden a los egresos por lo cual se obtienen beneficios adicionales. Los dineros invertidos rentan a una tasa superior a la de oportunidad, por lo tanto se acepta el proyecto.

Si el VPN = 0: Los ingresos son iguales a los egresos y no se obtienen beneficios adicionales. Los dineros invertidos rentan igual a la tasa de oportunidad, por lo cual es indiferente su aceptación o rechazo.

Si el VPN < 0: Los ingresos son menores que los egresos, por lo cual hay pérdidas. El proyecto renta a una tasa de interés inferior a la tasa de oportunidad, por lo cual se rechaza el proyecto.

10.5.4 El beneficio costo

$$B/C = (VPN - FEA) / (-FEA)$$

VPN= valor presente neto

FEA= flujo de efectivo acumulado

$$B/C = (41.062.175 - 31.502.447) / (-31.502.447)$$

$$B/C = 2.303459$$

Lo que indica que el beneficio costo que se obtendrá con el desarrollo de este proyecto es de 2.303459 esto quiere decir que por cada peso que se invierte el proyecto ofrece \$1,303459 pesos de utilidad en valor presente, Como el beneficio costo es mayor de uno esto nos indica que el proyecto es viable y rentable.

Como se observa en los anteriores análisis se evidencia que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, pues se encuentra un VPN positivo, una TIR mayor al costo de capital y un porcentaje de utilidad positivo y adicionalmente un flujo de caja libre, suficiente para cubrir los requerimientos de la empresa.

10.5.5 WACC: Promedio Ponderado del Costo de Capital¹⁵⁰

El **WACC** (del inglés Weighted Average Cost of Capital) se denomina en ocasiones en español; como Promedio Ponderado del Costo de Capital o Coste Medio Ponderado de Capital (CMPC)

Ke: Tasa de costo de oportunidad de los accionistas. Generalmente se utiliza para obtenerla el método del CAPM

CAA: Capital aportado por los accionistas

D: Deuda financiera contraída

Kd: Costo de la deuda financiera

T: Tasa de Impuestos

La diferencia 1-T se conoce como escudo fiscal.

$$WACC(cpp) = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

WACC=

Ke=13%

CAA=20.955.000

D=13.477.292

Kd=28%

T=35%

WAAP=

$$13\%(20.955.000/20.955.000+13.477.292)+(28\%(1-35\%)/(13.477.292/20.955.000+13.477.292)$$

WAAP=24.61%

Como se observa en los anteriores análisis la tasa mínima de inversión a la cual pueden acceder los dueños del capital del proyecto debe ser superior a 24.61% efectivo anual de su inversión inicial.

¹⁵⁰ Disponible en <http://www.wacccalculator.com/> extraído el 26 de julio del 2013-07-26

10.5.6 Valor Económico Agregado o Valor Económico Añadido (E.V.A.)

E.V.A. =Utilidad Operativa después de impuestos-(C.P.P.C.*(Capital Invertido))=\$

Donde

C.P.P.C: Costo Promedio ponderado de capital "WACC".

Utilidad Operativa después de impuestos: EBIT x (1-Tasa efectiva de Impuestos)

Capital Invertido: Activo Total - Pasivos Operativos sin costo financiero

EVA= 89.493.344-(20.216.894+13.477.929)0.2461

EVA= 81.201.049

Como se observa en los anteriores análisis la utilidad deseada a la cual puede llegar acceder la empresa con el desarrollo de este proyectos de 81.201.049 millones de pesos.

11. CONCLUSIÓN

- Con el objetivo de aprovechar el crecimiento que ofrecen los sector manufacturero y de la construcción que presentaron un crecimiento sustancial en el 2010 y el 2011 comparado con años anteriores; lo que genera una gran oportunidad para el desarrollo de este proyecto; puesto que con el crecimiento de estos dos sectores se generan oportunidades de negocio para las empresas productoras de muebles en madera, debido a que las nuevas obras civiles, necesitan ser amobladas con diferentes elementos en madera, como puertas, camas y diferente tipo de muebles, con el objetivo de ser habitadas por la población colombiana.
- Con el desarrollo de este proyecto, se desea generar una oportunidad de negocio poco explorada en el municipio de Caicedonia Valle; puesto que en el municipio hay muy pocas empresas que aprovechen los recursos que le puedan ofrecer el entorno natural y económico que lo rodea; de igual manera se busca ofrecer oportunidades para aquellas personas que desean mantener la tradición cultural de la creación de muebles en madera en la región.
- Con el estudio de mercado se pudo establecer que en la región hay la demanda suficiente para establecer una empresa que produzca muebles en madera de buena calidad, a precios módicos puesto que la investigación de mercado arrojó que los productos que venderá la fábrica de muebles, están diseñados para un mercado de personas con estrato socioeconómico entre 3,4 y 5; con ingresos superiores a los \$700.000 pesos, para productos que tengan precios entre los \$300.000 a \$700.000 pesos. Según los datos obtenidos en la investigación de mercado se puede establecer que la empresa debe enfocarse en un mercado de personas que se encuentre entre los 30 y 50 años de edad, con estrato socioeconómico 3; con ingresos superiores a los \$700.000 pesos y debe ofrecer camas y comedores con precios entre los \$300.000 a \$700.000 pesos. Además serán distribuidos por las empresas que comercializan muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle.
- Además se puede contar con mercados como el Quindío y norte del Valle que son mercados bastante grandes para la empresa. De igual manera es importante expandirse a sectores que posiblemente, pueden ser más rentables que el mercado local.

- De igual manera con el estudio técnico se puede establecer que en el municipio de Caicedonia Valle; es posible establecer una empresa productora de muebles en madera; puesto que se pueden encontrar lugares disponibles que cumplan con los requerimientos y necesidades para establecer la planta en el municipio; de igual manera se pueden adquirir fácilmente en la región y en las ciudades cercanas la tecnología y la materia prima necesaria para poder desarrollar este tipo de proyecto .
- Además con el estudio financiero se puede establecer que con el desarrollo de este proyecto se obtienen utilidades suficientes para costear el interés del 28% efectivo anual, de un crédito bancario y pagar un interés del 13% efectivo anual a las personas que inviertan su dinero en el desarrollo de este proyecto. Además si se desarrolla el proyecto como se plantea el beneficio costo que se obtendrá con el desarrollo de este proyecto es de 2.303459 esto quiere decir que por cada peso que se invierte el proyecto ofrece \$1,303459 pesos de utilidad en valor presente; Así mismo la utilidad deseada a la cual puede llegar acceder la empresa con el desarrollo de este proyectos de 81.201.049 millones de pesos, lo que indica que el proyecto es financieramente viables.
- Se puede concluir que el proyecto es viable y factible debido a que ofrece un buen rendimiento económico; hay un mercado el cual puede consumir los productos que la empresa produce y es posible establecer una planta con las condiciones necesarias para poder desarrollar este tipo de proyecto.

12. RECOMENDACIONES

- Se recomienda diversificar los productos que la empresa ofrecerá, es decir, ampliar el portafolio de productos hechos en madera; ofrecer alcobas completas con nocheros peinadores y cajoneros para la ropa; de igual manera ofrecer comedores de 4 y de 6 puestos.
- Se recomienda tener un asesor contable, para que se encargue de apoyar al administrador con el manejo adecuado de los balances financieros.
- De igual manera se recomienda contratar personal capacitado con conocimiento y experiencia en la creación de muebles en madera.
- Con el objetivo de mejorar la calidad del producto y ser cada vez más eficientes; es necesario capacitar constantemente a cada una de los operarios contratados; en nuevas técnicas de producción y diseños de nuevos productos, con el objetivo de obtener los resultados esperados en el proyecto.
- Del mismo modo es muy importante incursionar en nuevos mercados; como el Quindío y norte del Valle; puesto que es importante expandirse a sectores que posiblemente, pueden ser más rentables que el mercado local.
- Por último es muy importante que la empresa establezca el mayor número de alianzas comerciales, con empresa que venden muebles en madera en el municipio de Caicedonia Valle y sus alrededores.

WEBGRAFIA

Disponible en internet <http://restamueble.galeon.com/aficiones475630.html> extraído 01 de marzo del 2012

Disponible en internet <http://www.platasdesign.com/biblioteca/historia%20del%20mueble.pdf> extraído 01 de marzo del 2012

Disponible en internet <http://www.revista-mm.com/mmflip/index.html> revista m&m, el mueble y la madera nº 74 diciembre 2011-febrero 2012 pagina 10 párrafo 2

Base de datos 2012 de cámara y comercio Caicedonia Valle del cauca.

Disponible en internet en <http://www.Caicedonia-Valle.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mfx-1-&m=f#> historia extraído 01 de marzo del 2012

Departamento nacional de planeación de Caicedonia Valle del cauca /agosto 10/ 2012

Departamento nacional de planeación de Caicedonia Valle del cauca /agosto 20/2012

Disponible en http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_pib_ivtrim11.pdf extraído el 13 de septiembre

Disponible en <http://www.gerencie.com/producto-interno-bruto.html> extraído el 26 de octubre

Disponible en <http://www.caicedonia-llc.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=mixx-1-&m=f> extraído el 3 de septiembre del 2012

Disponible en <http://www.portafolio.co/economia/caen-expectativas-inflacion-colombia-2012-y-2013> extraída el 12 de septiembre

Disponible http://www.banrep.gov.co/informes-economicos/ine_pre_frec6.htm extraído el 26 de octubre del 2012

Disponible en extraído el 7 de noviembre del 2012 Disponible en http://www.sufi.com.co/cs/satellite?c=page&cid=1266349013313&pagename=sufi%2fsitemenu_derecha_2 extraído el 17 de septiembre del 2012

Disponible [http:// www. Gestiopolis. Com/ canales/ economía/ artículos/51/ conmacroeco.htm](http://www.Gestiopolis.Com/canales/economía/artículos/51/conmacroeco.htm) extraído el 26 de octubre del 2012

disponible en [http:// www. Invierta en Colombia. com.co/ adjuntos/ perfil_forestal_2012. pdf](http://www.Invierta en Colombia. com.co/ adjuntos/ perfil_forestal_2012. pdf) extraído el 10 de octubre del 2012

salomón kalmanovitz, economía colombiana: el buen año que ya pasó y las perspectivas para 2012/ economía y sociedad/ domingo, 26 de febrero de 2012 disponible en <http://www.razonpublica.com/index.php/econom-y-sociedad-temas-29/2754-economia-colombiana-el-buen-ano-que-ya-paso-y-las-perspectivas-para-2012.html> extraído el martes 13 de noviembre del 2012

Mesa, m López g, a rodríguez v - perfil de coyuntura económica, 2010 - scielo.org.co disponible en http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s1657-42142010000200002&script=sci_arttext&lng=p extraído el 13 de octubre del 2012

Héctor j. Martínez covalada ministerio de agricultura y desarrollo rural observatorio agro cadenas colombiana/características y estructuras del sector forestal madera muebles en Colombia/noviembre del 2005 pág.42/43/ <http://www.softwareganadero.com/articulos/caracteristicas%20y%20estructura%20del%20sector%20forestal%20en%20colombia.pdf> extraído el 13 de octubre del 2012

Disponible en [http:// www.semana.com/nacion/colombia-significa-llegar-46000000-habitantes/ 157670-3.aspx](http://www.semana.com/nacion/colombia-significa-llegar-46000000-habitantes/157670-3.aspx) extraído el 4 de septiembre del 2012-09-05

Información extraída de plan de desarrollo municipal 2012 – 2015

Archivo disponibles en <http://datos.bancomundial.org/indicador/sp.dyn.cbtr.in>

Archivo disponible en www.indexmundi.com/es/colombia/ extraído el 17 de noviembre del 2012

Archivo disponible en [http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/ uploads/ 2012/05/ estructura-valle-del-cauca.pdf](http://www.observatoriovalle.org.co/wp-content/uploads/2012/05/estructura-valle-del-cauca.pdf) extraído el 17 de noviembre del 2012

Archivo disponible en www.indexmundi.com/es/colombia/ extraído el 17 de noviembre del 2012

Disponible en <http://www.phtz.com/bufete-juridico/asesoramiento-empresarial/marco-juridico/> extraído el 26 de octubre del 2012

Disponible en [http:// ciruelo.uninorte.edu.co/ pdf/ pensamiento_gestion/ 21/politica_publica_creacion_empresas.pdf](http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/21/politica_publica_creacion_empresas.pdf) extraído el 23 de octubre del 2012

Disponible en [http:// www.mineducacion.gov.co/ 1621/ articles-85593_archivo_pdf4. pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85593_archivo_pdf4.pdf) extraído el 22 de septiembre del 2012

Disponible en [http:// www. alcaldiabogota. gov.co/ sisjur/ normas/ norma1. jsp?i=1296](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/norma1.jsp?i=1296) extraído el 23 de septiembre del 2012

Disponible [http:// www. Invierta en colombia.com.co/ adjuntos/ perfil_forestal_2012.pdf](http://www.inviertaencolombia.com.co/adjuntos/perfil_forestal_2012.pdf) extraída el 10 de octubre del 2012

Disponible en [http://www. el colombiano. com/banco conocimiento/ u/ un_balance_politico_del_gobierno_santos/un_balance_politico_del_gobierno_santo s.asp](http://www.elcolombiano.com/banco_conocimiento/un_balance_politico_del_gobierno_santos/un_balance_politico_del_gobierno_santos.asp) extraído el 17 de septiembre

Disponible www.santospresidente.com/.../plan-de-gobierno-Juan-Manuel-santos extraído el 17 de septiembre

Disponible en [http:// www. Valle del cauca. gov.co/ planeación / publicaciones. php?id=20796](http://www.valledelcauca.gov.co/planeacion/publicaciones.php?id=20796) extraído el 19 de septiembre del 2012

Disponible en [http:// www.sinic.gov.co/ sinic/ colombiacultural/ colculturalbusca. aspx?areid=3&secid=8&iddep=76&coltem=217](http://www.sinic.gov.co/sinic/colombiacultural/colculturalbusca.aspx?areid=3&secid=8&iddep=76&coltem=217) extraído el 22 de octubre

Disponible en <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/nacional/en-el-2011-mejoraron-las-condiciones-de-vida-en-colombia-72988> extraído el 16 de diciembre

Disponible en [http:// www.colombia.travel/es/turista-internacional / Colombia / cultura](http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/Colombia/cultura) extraído el 22 de septiembre del 2012

Archivo disponible en <http://www.colombia.com/cultura/resenas/historia.asp> extraído el 23 de noviembre del 2012

Archivo disponible en [http:// dintev. univalle. edu.co/ cvisaacs/ patrimonio/ patrimonio_inmueble. htm](http://dintev.univalle.edu.co/cvisaacs/patrimonio/patrimonio_inmueble.htm) extraído el 23 de noviembre del 2012

Disponible en [http://www.sinic.gov.co/ sinic/ colombiacultural/ colcultural busca. aspx?areid=3&secid=8&iddep=76&coltem=215](http://www.sinic.gov.co/sinic/colombiacultural/colculturalbusca.aspx?areid=3&secid=8&iddep=76&coltem=215) extraído el 22 de septiembre

Archivo disponible en <http://tecnoautos.com/actualidad/eventos/fiestas-aniversarias-caicedonia-2012/> extraído el 22 de noviembre del 2012

Información disponible en [http:// www.construmatica.com / construpedia/ uso_seguro_de_la_mesa_de_sierra_circular_para_madera](http://www.construmatica.com/construpedia/uso_seguro_de_la_mesa_de_sierra_circular_para_madera) extraído el 9 de diciembre del 2012

Información disponible en <http://madera-fina.blogspot.com/2009/07/maquinas-para-empezar-fabricar-muebles.html> extraído el 9 de diciembre del 2012

Disponible en <http://www.abcpedia.com/construccion/taladros.html> extraído el 9 de diciembre del 2012

Disponible en [http:// www.revistamadera.com/ evaluando_herramientas/hablemos_de_ruteadoras_para_madera.htm](http://www.revistamadera.com/evaluando_herramientas/hablemos_de_ruteadoras_para_madera.htm) extraído el 09 de septiembre del 2012

Disponible en <http://www.otrascosas.com/brico/categoria.asp?idcat=167> extraída el 09 de diciembre del 2012

Disponible en www.osha.gov/publications/nailgun3505_sp.pdf extraído el 09 de septiembre del 2012

Disponible en www.constructor.com.co/constructor/ extraído el 09 de diciembre

Disponible en <http://mueblesdomoticos.blogspot.com/2010/12/ultima-tecnologia-en-maquinas-para-el.html> extraído el 09 de diciembre 2012

Disponible en [htt://www.colombia.travel/es/turista-internacional/](http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/) Colombia/geografia extraído el 10 de diciembre del 2012

Disponible en http://www.toda_colombia.com/departamentos/valledelcauca.html extraído el 10 de diciembre del 2012

Disponible en [http:// www.angelfire.com/ ga/Vargas/ fauna_y_flora_colombiana.html](http://www.angelfire.com/ga/Vargas/fauna_y_flora_colombiana.html) extraído el 10 de diciembre del 2012

Disponible en www.senado.gov.co/transparencia/politicas-y-planes/item/.../35 extraído el 1 de octubre del 2012

Disponible en <http://dictionary.reference.com/browse/cama> extraído el 6 de marzo del 2013

Disponible en <http://www.diferencia-entre.com/diferencia-entre-cama-americana-y-box-spring/> extraído el 6 de marzo del 2013

Disponible en <http://www.slideshare.net/sudatec/trabajo-de-marketing-2341791> extraído el 6 de marzo del 2013

Disponible en http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/11/jer/clasi_pro_servicios/niza10_resumen.pdf extraído el 6 de marzo

Disponible en <http://www.arqhys.com/construcciones/muebles-metal.html> extraído el 6 de marzo del 2013

Disponible en http://www.revista-mm.com/ediciones/rev73/muebles_plasticos.pdf extraído el 6 de marzo del 2013

Disponible en http://www.losmimbreros.com.ar/el_mimbre.htm extraído el 6 de marzo del 2013

Disponible en <http://www.areatecnologia.com/videos/aglomerado.htm> extraído el 6 de marzo del 2013

Disponible en <http://www.consumoteca.com/diccionario/colchon> extraído el 13 de marzo del 2013

Disponible en http://www.schneidersa.com.ar/espuma_definicion.htm extraído el 13 de marzo del 2013

Disponible en definición de tela - qué es, significado y concepto <http://definicion.de/tela/#ixzz2ntsve1w3> extraído el 13 de marzo del 2013

Disponible en <http://diagramasdeflujo-edwin.blogspot.com/> extraído el 2 de abril del 2012

Disponible en <http://www.imesa.cl/banco%20sierra%20circular.htm> extraído el 7 de febrero del 2013

Disponible en <http://www.sfmcompresores.com/index.php/productos-es/air/compresores-de-piston-industriales.html> extraído el 12 de febrero del 2013

Disponible en <http://www.bricopage.com/cherramientas.htm> extraído el 12 de febrero del 2013

Disponible en http://www.ciedecolombia.com/productos/remachadoras_grapadoras_puntilladoras-pinadoras.html extraído el 12 de febrero del 2013

Disponible en [http:// oasportal.policia.gov.co/ imagenes_ponal/ dijin/ revista_criminalidad/ vol53_1/11Ellavado.pdf](http://oasportal.policia.gov.co/imagenes_ponal/dijin/revista_criminalidad/vol53_1/11Ellavado.pdf) extraído el 30 de mayo del 2013

Disponible en <http://www.wacccalculator.com/> extraído el 26 de julio del 2013-07-26

BIBLIOGRAFIA

Estadísticas, conceptos y aplicaciones de los métodos de muestreo/pagina 35-37/numero 2 –enero de 2006 Cali –Colombia/Rafael klinger angarita/programa editorial universidad del Valle

Estadística aplicada a los negocios y la economía/lind marchal wanthen edición 15/editorial mc graw hill/año de edición 2012/página 247

Formichella, María Martha economía y sociedad, enero 2006 publicado por la universidad michoacana de san Nicolás de hidalgo, faculta de la economía “vasco de quiroga”2006.

Investigación de mercados edición 5 kinnear/Taylor/ editorial pearson educación /año 2008

kotler, philip, 1931, fundamentos de marketing. – 8, cap. segmentación, mercados, meta, y posicionamiento para construir las relaciones adecuadas con los clientes correctos /pag 163-195

Michael e. Porter técnicas para el análisis de los sectores industrial y la competencia capitulo 2 p 55-60

León blank bubis , la administración de la organización, un enfoque estratégico, tercera edición ,facultad de ciencias de la administración, universidad del Valle, p 143-170

Porter Michael.competitive ,strategy,techniques for análisis industries and competitor (new york) fred prereq

Parce, j.a.ii,y r.b robinson jr.op.cit,p.83

Rodrigo Varela v. arte y ciencia en la creación de empresas tercera edición /editorial mc,graw,hill/ año 1998 página 126

Sallenave, j, p gerencia y planeación estratégica .Cali edit. norma, 1985, p 48.

ANEXOS

1. Señale el rango de edad en que se encuentra

- ☐ Menos de 30 años
- ☐ De 30 a 40 años
- ☐ De 40 a 50 años
- ☐ Más de 50 años

2. Indique el número de personas que habitan en su hogar

- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ Más de 5

3. Indique el estrato en que se encuentra ubicado su hogar

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5
- ☐ 6

4. señale el rango en que se encuentra sus ingresos mensuales

- ☐ 300.000 a 500.000
- ☐ 500.000 a 700.000
- ☐ 700.000 a 900.000
- ☐ Más de 900.000

5. ¿en alguna ocasión ha comprado un artículo o muebles?

- ☐ Si
- ☐ No

6. ¿quién decide sobre la compra de artículos o mueble en madera en su hogar?

- ☐ Madre
- ☐ Padre
- ☐ Hijos

7. ¿En qué lugares a comprado artículos o muebles?

- ☐ Almacenes de electrodomésticos
- ☐ Ebanisterías
- ☐ Mueblerías
- ☐ Cadenas de almacenes

8. ¿en qué materiales a comparado artículos para el hogar?

- ☐ Metal
- ☐ Aglomerados
- ☐ Maderas
- ☐ Otros _____

9. ¿qué artículos o muebles a comprado?

- ☐ Camas o alcobas
- ☐ Puertas
- ☐ Multimuebles
- ☐ closet
- ☐ cocinas integrales
- ☐ comedores
- ☐ sillas
- ☐ otros

10. señale el rango del precio en que se encuentra los artículos o muebles en madera que ha comprado

- ☐ 300.000 a 500.000
- ☐ 500.000 a 700.000
- ☐ 700.000 a 900.000
- ☐ Más de 900.000

11. ¿con que frecuencia compra muebles o artículos de madera?

- ☐ Mensual
- ☐ Trimestral
- ☐ Semestral
- ☐ anual

12. ¿Qué es lo más importante al momento de comprar un articulo o mueble en madera?

- ☐ Calidad
- ☐ Precio
- ☐ Presentación

13 ¿si en Caicedonia valle surge una empresa productora de muebles en madera de buena calidad adquiriría sus muebles?

- ☐ Si
- ☐ No
- Por que _____

Fecha: _____

Hora: _____

Nombre del encuestador
