

**Proyecto De Inversión Creación De Empresa De Muebles De Madera Modular T En  
Municipio Madrid Cundinamarca**

Deisy Johanna Pulido Albarracín y Maritza Sanabria López  
Administración Financiera, Corporación Universitaria Minuto De Dios

Proyecto De Grado

Docente Fernando Belalcázar Mogollón

Madrid, Cundinamarca

Noviembre 2023

**Proyecto De Inversión Creación De Empresa De Muebles De Madera Modular´T En  
Municipio Madrid Cundinamarca**

Deisy Johanna Pulido Albarracín y Maritza Sanabria López

Docente Fernando Belalcázar Mogollón

Trabajo de grado para optar al título de Administrador Financiero

Corporación Universitaria Minuto De Dios

Programa contabilidad y finanzas

Administración Financiera

Madrid, Cundinamarca

2023

## Dedicatoria

Dedicado a mi amada familia quienes me apoyaron para poder terminar mi proceso académico, a mi esposo por demostrarme su amor en apoyarme a cumplir mis sueños, mis hijas por su tiempo y dejarles la enseñanza de que los proyectos que emprendan los realicen con amor y verdad, son las grandes obras de la vida y a mi madre que me enseñaste el valor de seguir adelante, a ti debo lo que soy.

Deisy Johanna Pulido Albarracín

Dedico con todo mi ser este trabajo a mi padre que siempre me inculco que es importante cumplir los sueños tomada de la mano de Dios, a mi madre que siempre me mantuvo en sus oraciones y que me dio fortaleza en los momento más difíciles, a mi esposo por su paciencia y por darme el espacio para este proceso, a mi hija que se encargo de decirme lo orgullosa que se sentía de mí y que nunca perdió la fe, por las veces que me ayudo a estabilizar mis emociones, por sus palabras diarias de apoyo, y por tomarse el tiempo de escucharme.

A mi familia gracias y mil gracias por este logro de todos, los amo con todo mi corazón.

Maritza Sanabria López

## Agradecimientos

Agradezco primero a Dios por que tu amor y misericordia me permitió caminar este proceso me brindo la fortaleza y la sabiduría para superar obstáculos y recoger éxitos. A mi compañera Maritza Sanabria por su dedicación y cariño, al profesor Fernando Belalcázar, Justo Dávila y Charles Hernández por su tiempo y enseñanzas y a mis compañeras Yesica Rodríguez, Diana Pacheco y Sofia Cajamarca que nos acompañaron y aportaron en el proceso académico.

Deisy Johanna Pulido Albarracin

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por darme la vida y la tenacidad para cumplir un sueño.

A mi familia que me apoyo económica y moralmente cada día de mi vida.

A mis maestros que me guiaron desde el primer momento, que con sus enseñanzas fueron abonando cada paso para cumplir una meta, especialmente a los profesores Fernando Belalcázar Mogollón, Charles Gerardo Hernández, Diana Lorena Torres y la profesora Angela Patricia Camargo, que me apoyaron en el momento más difícil de mi carrera y no dejaron que me debilitara en el proceso que estaba culminando.

A mis amigos y colegas que hicieron parte de este proceso, ellos que fueron parte esencial y que tuvieron la misión de recordarme una y otra vez lo valiosa que soy.

Maritza Sanabria López

## Índice Contenido

I	Capitulo.....	11
1	Fundamentación Teórica .....	11
1.1	Introducción .....	11
1.2	Justificación. ....	14
1.3	Justificación Teórica .....	14
1.4	Justificación metodológica .....	15
1.5	Justificación Práctica. ....	15
1.6	Objetivo General.....	17
1.7	Marco De Referencia.....	18
1.8	Diseño Metodológico. ....	21
II	Capitulo.....	22
2	Estudio de Mercado.....	22
2.1	Oportunidad de negocio y estrategia .....	22
2.2	Mercado objetivo y sus proyecciones .....	24
2.3	Ventaja competitiva .....	24
2.4	Sostenibilidad .....	25
2.5	Propuesta de negocio.....	25
2.6	Definición del sector.....	25
2.7	Descripción del sector económico.....	26
2.8	Oferta Y Demanda.....	27
2.9	Investigación De Mercados.....	30

III	Capitulo .....	48
3	Estudio Técnico .....	48
3.1	Caracterización.....	48
3.2	Documentación creación de empresa:.....	49
3.3	Ubicación de la empresa .....	50
3.4	Presentación:.....	51
IV	Capitulo .....	51
4	Estudio Legal-Ambiental .....	51
4.1	Políticos, Fiscales, Cambio De Entorno .....	52
V	Capitulo.....	53
5	Estudio Administrativo .....	53
5.1	La Empresa .....	53
5.2	Análisis FODA – PESTEL.....	72
5.3	Recursos Humanos .....	78
VI	Capitulo .....	80
6	Estudio Financiero .....	80
6.1	Presupuesto financiero .....	80
6.2	Depreciación de activos.....	81
6.3	Costos de producción .....	81
6.4	Ingreso por Ventas .....	82
6.5	Punto de equilibrio.....	82

6.6	Estado de resultados .....	83
6.7	Flujo de efectivo.....	84
6.8	Estado de situación financiera .....	84
6.9	Indicadores .....	85
VII	Capitulo .....	87
7	Resumen Analítico Especial –Rae .....	87
	Referencias .....	88
	Anexos.....	92

## Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Sectores Económicos</i> .....	27
Tabla 2. <i>Enfoque de las fuerzas Porter Modular T</i> .....	28
Tabla 3. Pregunta 1. ¿En cuál de los siguientes municipios reside? .....	35
Tabla 4. Pregunta 2. ¿En cuál de los siguientes rangos esta su edad? .....	35
Tabla 5. Pregunta 3 ¿En cuál de los siguientes rangos esta su nivel de ingresos?.....	36
Tabla 6. Pregunta 4 ¿Ha utilizado alguna vez servicios de carpintería para proyectos en su hogar o negocio? .....	36
Tabla 7 Pregunta 5 ¿Dónde adquiere los muebles que necesita para su vivienda? .....	36
Tabla 8. Pregunta 6 ¿Qué es más importante a la hora de adquirir un mueble?.....	36
Tabla 9. Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia ha requerido servicios de carpintería en los últimos 12 meses? .....	37
Tabla 10. Pregunta 8. ¿Cuánto invirtió al adquirir muebles de carpintería?.....	37
Tabla 11. Pregunta 9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con los servicios de carpintería? .....	37
Tabla 12. Pregunta 10 ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con servicios de carpintería?..	37
Tabla 13. Pregunta 11 ¿Creé que los costos en los servicios de carpintería son justos y transparentes? .....	37
Tabla 14. Pregunta 12. ¿Cómo calificaría la comunicación y el nivel de profesionalismo del personal de carpintería? .....	38
Tabla 15. Pregunta 13. Si existiera una oferta o promoción de muebles modulares que cumpla con sus necesidades o requerimientos, ¿la adquiriría?.....	38
Tabla 16. Pregunta 14. Si va a invertir en muebles modulares de carpintería, ¿Cuál sería el monto que está dispuesto a pagar? .....	38
Tabla 17. Pregunta 15. ¿Estaría interesado en recibir ofertas o promociones especiales en futuros proyectos de carpintería?.....	39

Tabla 18. Total, ponderado matriz PEYEA.....	69
Tabla 19. Fortalezas industriales matriz PEYEA .....	70
Tabla 20. Fortalezas financieras matriz PEYEA.....	70
Tabla 21. Ventaja competitiva matriz PEYEA.....	70
Tabla 22. Estabilidad ambiental matriz PEYEA.....	70
Tabla 23 MEFE .....	72
Tabla 24 MEFI .....	72
Tabla 25 FODA.....	73
Tabla 26. Valoración del Contexto Externo de la Organización PESTEL .....	75
Tabla 27. Capital y activos Modular´T .....	81
Tabla 28 Costo de proyecto por metros .....	82
Tabla 29 El precio de venta que se ofreció en los proyectos de madera para el 2022. ....	82
Tabla 30. Análisis anual punto de equilibrio año 2022.....	83
Tabla 31 Estado de resultados 2022.....	83
Tabla 32 Flujo de Efectivo.....	84
Tabla 33 Estado situación financiera Modular´T.....	85
Tabla 34. <i>Análisis VAN y TIR</i> .....	86
Tabla 35 Tabla costo-beneficio de Modular´T .....	86

## Índice de Figuras

Figuras 1. <i>Modelo Negocio Canvas</i> .....	24
Figuras 2. <i>Consumidores de madera (millones m3)</i> .....	26
Figuras 4. Grafica municipio de residencia.....	39
Figuras 5. Rango de edad.....	40
Figuras 7. Ha utilizado los servicios de carpintería.....	41
Figuras 8. Sitios donde adquieren los muebles.....	41
Figuras 9 Lo importante al adquirir un mueble.....	42
Figuras 10 Frecuencia con que compra muebles.....	42
Figuras 11. Cuanto invierte al adquirir muebles.....	43
Figuras 12. Nivel de satisfacción al adquirir un servicio para proyectos muebles.....	43
Figuras 13 Experiencia negativa con servicios de proyectos de mueble.....	44
Figuras 14 Satisfacción con el valor al comprar o utilizar los servicios de muebles.....	44
Figuras 15 Nivel de comunicación o profesionalismos en los servicios de muebles de madera.....	45
Figuras 16 Nivel de deseo de adquirir muebles de madera.....	45
Figuras 17 Monto dispuesto a pagar para proyectos futuros de muebles.....	46
Figuras 18. Deseo de recibir publicidad y promoción futuras de la empresa.....	47
Figuras 19 Tabla de homonimia.....	49
Figuras 20 <i>Ubicación geográfica de bodega Modular'T</i> .....	50
Figuras 21. <i>Proyecto mueblería Modular'T</i> Centro de Entretenimiento.....	55
Figuras 22. <i>Proyecto mueblería Modular'T</i> Biblioteca.....	55
Figuras 23. <i>Proyecto mueblería Modular'T</i> Escritorio.....	56
Figuras 24. <i>Proyecto mueblería Modular'T</i> Cocina Integral.....	56
Figuras 25. Grafica Matriz PEYEA.....	69
Figuras 26. Matriz PESTEL Modular'T.....	75
Figuras 27. <i>Organigrama de la empresa Modular'T</i> .....	79

## **Proyecto De Inversión Creación De Empresa De Muebles De Madera Modular`T En Municipio Madrid Cundinamarca**

### **I      Capitulo**

#### **1 Fundamentación Teórica**

##### **1.1 Introducción**

El propósito de este proyecto es proponer creación de empresa para una actividad económica dedicada a los proyectos a medida de muebles de madera llamada Modular`T, identificar la ejecución de sus procesos de fabricación y restructuración de muebles, como las barreras de acceso tanto en las ventas como en la adquisición de nuevos clientes potenciales que le garanticen la sostenibilidad empresarial en Madrid y municipios aledaños de Cundinamarca.

Se realizando un estudio financiero con el fin de analizar la viabilidad de un negocio productivo, planteando estrategias que pueda utilizar para incrementar sus ingresos y plan de acción para darse a conocer en redes sociales, ya que en este estudio se evidencia falta de conocimiento financiero y de mercadeo, aunque la empresa a tenido dificultades y no está legalizada cuenta con estabilidad laboral y credibilidad en el sector, logrando solventar las necesidades de clientes durante el periodo de la pandemia y se mantuvo a flote en un momento difícil a nivel mundial.

En el siguiente trabajo podrá encontrar la fundamentación teórica en donde se proponen los requisitos y pautas para establecer la empresa legalmente, el análisis organizacional, la investigación de mercados con el fin de identificar las fortalezas y debilidades para posicionarse en el mercado. La investigaciones teórica y metodológica nos sirven de guía para el proyecto el cual se implementó para el desarrollo de este trabajo obteniendo información relevante.

Se utilizó un enfoque mixto que permitió recolectar, analizar y vincular datos cuantitativos y cualitativos por medio del instrumento de investigación como la encuesta, este enfoque permitió plantear el proyecto con mayor claridad porque al unificar la información se puede comparar para establecer el modelo a desarrollar.

El objetivo general implementó la organización administrativa y financiera para proponer un proyecto enfocado en la legalización de la empresa Modular`T y los objetivos específicos permitieron esquematizar un plan de trabajo estratégico que abarque la recolección y documentación legal para la creación de la empresa determinando su factibilidad y viabilidad.

El conocimiento de la historia de los muebles permite identificar los cambios de la sociedad, las empresas y el talento humano, también es importante conocer conceptos para dar claridad a términos utilizados en el sector de la carpintería. Se reconoce la zona de trabajo donde Modular`T lleva más de 10 años en el mercado analizar la información recolectada que aporta al conocimiento y desarrollo de este proyecto.

El método de investigación el cual se combinó la investigación cuantitativa y cualitativa teniendo en cuenta las técnicas de recolección basada en encuesta de forma Online y teniendo los documentos con acceso a la información solicitada para satisfacer los conocimientos adquiridos en el proceso de este proyecto, encontrando fuentes primarias y secundarias que sirven para complementar conocimiento.

En el estudio del mercado se requiere un análisis completo del resultado para realizar el estudio técnico, administrativo y financiero e identificar la oportunidad de negocio y estrategia para la construcción y creación de la empresa. En la investigación se determina el universo, la muestra y aplicación del instrumentó de investigación con el fin de obtener datos y realizar el análisis e informe para la toma de decisiones

El mercado objetivo y sus proyecciones se identificaron los clientes potenciales para diferenciarlos y crea ventajas competitivas basados en las necesidades y deseos, la sostenibilidad y la definición del negocio que ayuden a la oferta y demanda y se plasman en

análisis de las 5 fuerzas de Porter para establecer el poder de negociación con los clientes, el poder de negociación con los proveedores conociendo las amenazas de los nuevos competidores, el ingreso de productos sustitutos.

El estudio técnico incorpora la descripción, ubicación y características de la empresa donde se conoce el producto y servicio que Modular´T tiene como objetivo social, el tamaño y la operación requerida para su funcionamiento, los requisitos para establecerse legalmente y aspectos técnicos de su funcionamiento. En la descripción del sector del negocio el cual Modular`T se establece en el sector secundario como una empresa industrial maderera enfocada en la materia prima para la elaboración y transformación de muebles y sus características.

Es importante conocer los aspecto legal, ambiental y político de la empresa, se determina marco legal en donde se recopilan las normas y regulaciones para desarrollar las actividades con el fin de ser alineados con el estado y ser reconocida como una entidad económica con el objetivo de prevenir y evitar impactar negativamente la sociedad o el medio ambiente, para Modular´T es importante que sus actividades se han responsable.

El estudio administrativo de la empresa contiene la visión, misión y las políticas que permiten trabajar de forma alineada para llegar a un final económico estable, encontramos algunos de los proyectos entregados a sus clientes satisfechos.

La planeación estratégica de la empresa aporta el valor a la comunidad y establece planes de acción para incrementar las ventas, mejorar el clima laboral, optimizar los recursos digitales, ejecución de manejo de las áreas contables, distribución del presupuesto y alianzas con proveedores, con el fin de abrir canales de comunicación con los colaboradores del equipo, el reconocimiento de marca e innovación.

En el estudio financiero de la empresa se identifica el capital, costos, ingresos para analizar el estado de la empresa y se determina el punto de equilibrio y los estados financieros

y así analizar la viabilidad del proyecto, su estabilidad y la rentabilidad del negocio arrojando un panorama de funcionamiento de la empresa que se encuentra finalizando el trabajo

## **1.2 Justificación.**

La empresa Modular´T ha trabajado durante 10 años en diferentes lugares del departamento de Cundinamarca en proyectos de remodelación y construcción de muebles de madera, pero nunca se ha establecido legal y administrativamente por falta de capital, conocimientos en procesos contables, administrativos, financieros o de mercados que puedan aportar al crecimiento y estabilidad de la empresa.

Con el siguiente proyecto se propone los requisitos y pautas para establecer la empresa legalmente, el análisis organizacional, investigación de mercados para identificar las fortalezas y debilidades y posicionarse en el mercado, se identificará el capital necesario para inventarios y funcionamiento con el fin de generar rentabilidad y estabilidad.

## **1.3 Justificación Teórica**

En estudios realizados se evidencia la falta de formalización de las empresas madereras y de producción de muebles, es un problema muy común a nivel nacional donde la gran mayoría de las empresas productoras de muebles, son artesanales y con una maquinaria de baja tecnología que es uno de los grandes problemas de las empresas de fabricación.

(Vivas Lopez, 2010)

Algunas oportunidades para los empresarios colombianos son los accesos a los nuevos mercados utilizando materias primas de fuentes sostenibles, sinergias con el sector de la construcción y turismos, en espera que la industria mobiliaria residencial y comercial tengan un progreso moderado, lo que impulsaría intrínsecamente a la industria de los muebles, la exportación de productos multifuncionales que incluyan calidad, precio y exclusividad.

(Cárdenas Carrillo, 2020)

En cuanto a la creación de la empresa es importante tener claro el propósito como funciones o tareas específicas que se deben desarrollar en las diferentes áreas establecidas,

conocer el mercado, identificando los compradores y vendedores con el fin de tener una oportunidad de organizar una estructura administrativa orientada a lograr los objetivos planteados y establecer un método de negocio productivo.

#### **1.4 Justificación metodológica**

La metodología que se implementara para este proyecto de inversión se base en encuestas que se realizaran a los habitantes del municipio Madrid, Funza, Mosquera y Facatativá con el fin de obtener una muestra considerable que aporte información relevante para el proyecto de inversión

#### **1.5 Justificación Práctica.**

El proyectó propone la implementación administrativa y financiera para la empresa Modular´T, establecer su legalización, organización y la generación de ingresos, encarga del diseño, creación, ensamble y la instalación de muebles de madera para el hogar o industria como son escritorios, centros de entretenimiento, cocinas, bibliotecas, closet, entre otros, brindando comodidad, confort y aprovechando el espacio con la mejor calidad en maderas para que los proyectos se han durables, elegantes y satisfaciendo nuestros clientes y creciendo en el mercado del municipio de Madrid, Cundinamarca

##### **1.5.1 Tipo de enfoque.**

Para el desarrollo del proyecto, se utilizó el enfoque de investigación mixto, ya que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos por medio de un instrumento de investigación de la encuesta se recolecta información que aporta datos numéricos y de apreciación u opinión del segmento de la población de Modular´T para responder al planteamiento, ambos métodos (cuantitativo y cualitativo) se interrelacionan en la mayoría de las etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita la triangulación como forma de encontrar diferentes caminos y obtener comprensión e interpretación, lo más amplia posible, del modelo de negocio en estudio. (Valdés & Almeida, 2015)

El enfoque de investigación mixto permite plantear el proyecto con mayor claridad porque al unificar la información se puede comparar el desarrollo del modelo y establecer la rentabilidad del modelo de negocio; asimismo permite producir y recopilar gran variedad de datos tomados de diferentes fuentes de información, análisis y contexto, obteniendo con eso una mayor y mejor exploración de la información. (Guerrero, Arguello, & Merchan, 2019)

**Evaluación inicial:** se realiza una investigación para determinar el grado de aceptación y opinión del producto y empresa para identificar las necesidades del mercado y viabilidad de crear la empresa en el sector del municipio de Madrid

**Identificar requisitos legales:** Investigar y elaborar una lista detallada de todos los trámites y requisitos legales necesarios para legalizar la empresa en el país o región.

**Costos legales:** Consultar con asesores legales para obtener una estimación de los costos asociados con la asesoría y los servicios legales requeridos para cumplir con los requisitos de legalización.

**Costos de registro y licencias:** Estimar los gastos relacionados con el registro de la empresa, la obtención de licencias y permisos comerciales, así como cualquier otro trámite necesario para cumplir con las regulaciones.

**Infraestructura y equipamiento:** Evaluar los costos para adquirir o alquilar el espacio físico necesario para el negocio, así como el equipamiento y la tecnología requerida para operar.

- **Capital de trabajo inicial:** Estimar el capital de trabajo necesario para cubrir los gastos operativos durante los primeros meses hasta que el negocio comience a generar ingresos suficientes para sostenerse.
- **Reserva de contingencia:** Incluir una reserva de contingencia en tu presupuesto de inversión para hacer frente a imprevistos o situaciones inesperadas.
- **Plan de financiamiento:** Evaluar fuentes de financiamiento, que pueden incluir ahorros personales, préstamos bancarios, inversionistas, entre otros.

- Planificación financiera a largo plazo: Desarrollar un plan financiero a largo plazo que incluya proyecciones de ingresos y gastos, así como estrategias para alcanzar el punto de equilibrio y lograr un crecimiento sostenible.
- Marketing y publicidad: Establecer un presupuesto para estrategias de marketing y publicidad para dar a conocer tu empresa y atraer clientes. (Orjuela Córdova & Sandoval Medina, 2002)

### **1.5.2 El alcance**

El alcance es con enfoque exploratoria donde se realizará profundización del comportamiento del mercado de muebles del municipio de Madrid para posicionarse y crecer en el mercado donde pueda ofrecer servicios de calidad, es importante conocer las dificultades que se presentan en las nuevas construcciones y así satisfacer las necesidades de los clientes. Ofrecer servicios con altos estándares de calidad y cumplimiento.

Se necesita mejorar los estándares de profesionales del sector de la carpintería a la hora de cumplir con los requisitos pactados en el momento del negocio, se evidencia el incumplimiento de tiempo, muebles en materiales diferentes, medidas no acordadas, calidad regular o incluso obras sin terminar, es donde el carpintero debe tomar su papel principal ofreciendo un servicio de calidad y profesional, para esto se requiere una reestructuración de la empresa donde se mida y se tenga identificada cada tarea que se realice. Para así tener metodologías de trabajo, que permita cumplir los objetivos de forma satisfactoria.

## **1.6 Objetivo General.**

Implementar la organización administrativa y financiera para proponer un proyecto de negocios enfocado a la legalización de la empresa Modular´T ubicada en el municipio de Madrid Cundinamarca.

### **1.6.1 Objetivos específicos.**

- Definir el estudio de mercado de muebles de Madera en el municipio de Madrid para identificar las oportunidades y mejoras, para posicionarla empresa en el mercado

- Recolectar información y documentación legal para la creación de la empresa
- Esquematizar el plan estratégico y financiero para la empresa del proyecto para determinar su factibilidad y viabilidad

### **1.7 Marco De Referencia.**

Se cree que el mobiliario como se conoce se originó hace unos 30.000 años cuando los humanos comenzaron a construir y tallar sus propios muebles usando maderas, piedras y huesos de animales. (“Muebles restaurados antes y después: la magia de la transformación”) Luego evolucionó a través de las edades incorporando cuero en el Antiguo Egipto y espigas en la Antigua Grecia y Roma.

También se podría decir que el origen de los muebles se fija en el Antiguo Egipto, aunque los restos de mobiliarios de la época no son muy abundantes y corresponden exclusivamente a las clases más acomodadas.

La evidencia sugiere que los muebles se utilizaron ya en el periodo Neolítico y la vida diaria sin ella es inimaginable. (“La historia de los estilos en muebles - Forestal Maderero”)

#### **1.7.1 ¿Cómo han cambiados los muebles a través de las edades?**

Desde los muebles exclusivos y de lujo del antiguo egipcio hasta el modelo funcional y aerodinámico de las Bauhaus; estas animaciones llevan a un viaje a través de la evolución de los diseños de los muebles. (DFM directorio Forestal Maderero, 2018)

En 1974 Oscar Mejía funda el Centro Internacional del mueble en la autopista sur entrada a Itagüí.

En 1981, 27 compañías conformaron el mayor conglomerado de muebles del país, en 1988 ocupaban 28.000 metros cuadrados de bodegas, 15 de las 34 galerías, 2 en Bogotá, y de a una en Cali, Bucaramanga, Barranquilla y Pereira. 2635 modelos diferentes, 88 % nacionales, 12% importados, 256 proveedores nacionales y 33 extranjeros, 10 industrias de muebles y 1.118 personas vinculadas y una flota de 56 vehículos de transporte para todo el país.

“Durante los años 2013 y 2014 el sector del mueble en Colombia tuvo un crecimiento tanto en su componente de demanda como en la oferta, en estos dos años la demanda creció de un 2.7 % y se estabilizó hasta el 2016. De igual manera entre el 2013 y 2014 la producción se mantuvo estable (+0.4%) creciendo posteriormente hasta el 2016 en un 4.4 % alcanzando la cifra de 2.420 millones de dólares, adicionalmente la producción en Colombia estaría en capacidad de cubrir una parte sustancial de la demanda nacional. (Arquimuebles, 2023)

Durante los años 2013 y 2014 el sector del mueble en Colombia tuvo un crecimiento tanto en su componente de demanda como en la oferta. En estos dos años, la demanda creció de un 2,7% y se estabilizó hasta el 2016. De igual manera, entre el 2013 y 2014 la producción se mantuvo estable (+0,4%) creciendo posteriormente hasta 2016 en un 4,4%, alcanzando la cifra de 2.420 millones dólares, adicionalmente, la producción colombiana estaría en capacidad de cubrir una parte sustancial de la demanda nacional si esta se orientara en su totalidad al mercado interno.

La idea del negocio establece buscar un espacio en la comercialización nacional eliminando en cierto grado la importación de productos en madera” (Arquimuebles.com: Blog;

“En la ciudad de Cuenca existen empresas dedicadas a fabricación de muebles, pero la mayoría de ellas no cuenta con un conocimiento correcto para llevar procesos adecuados de procesos de fabricación que cumpla las expectativas del productor en términos de rentabilidad, debido al cambio que afronta el país en cuanto a lo social, tecnológico, va evolucionando la necesidad de los clientes, por lo tanto, las empresas requieren, evolucionar junto con las mismas para cubrir las necesidades de los demandantes” (Rene & Rene, 2014)

### **1.7.2 Marco conceptual**

Inversión: acto de asignar recursos para la compra o creación de activos o de capital, es decir, no consumir esos recursos ahora para satisfacer las necesidades del presente sino de destinatarios a satisfacer necesidades en el futuro. (“Glosario 1 - Glosario 1 Modelos teóricos: simplifican la ... - Studocu”)

- Carpintería: Alude a la actividad, la obra, el lugar de trabajo de un carpintero, por su parte son individuos que se dedican a trabajar la madera. (“Carpintería - Qué es, definición y concepto”) (Pérez Porto & Gardey, 2016)
- Proyecto: Es la planificación y la ejecución de una serie de acciones que, siendo su fin el conseguir un objetivo determinado, se llevan a cabo. (Coll Morales, 2020)
- Aglomerados: también denominados conglomerados de madera, es un material muy popular y común para la fabricación de toda clase de muebles de interior. (Maderame, 2020)
- Rentabilidad: se refiere a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión. (“Administración financiera - Argüello Delgado Anthony Alexander ...”) (Sevilla Arias, 2015)
- Producción: Actividad económica que se encarga de transformar los insumos para convertirlos en productos. (“Producción y organización - La producción. Actividad ... - Studocu”) (Quiroa, 2020)
- Viabilidad; Es la probabilidad que se pueda llevar a cabo con éxito. (“Viabilidad - Qué es, definición y concepto | 2023 | Economipedia”) (Rus Arias, 2020)

### **1.7.3 Marco espacial.**

Empresa de proyectos de muebles de madera en el municipio de Madrid Cundinamarca de la zona urbana entre los barrios la Prosperidad y el Charquito.

### **1.7.4 Marco Temporal**

El proyecto de inversión inició su creación desde mayo hasta noviembre de 2023

## **1.8 Diseño Metodológico.**

### **1.8.1 Tipo De Estudio.**

Se realizará un estudio de investigación primaria para identificar el mercado meta, información de forma directa que aporte al conocimiento y actualidad del mercado y necesidades y deseos del consumidor de la ciudad de Madrid donde se establecerá el punto de venta y fabricación

- Objetivo de la encuesta: identificar las necesidades, deseos del cliente en el mercado de muebles y su perspectiva de la empresa
- La población: municipio de Madrid, Cundinamarca, segmento de población entre los 18 y 64 años.

### **1.8.2 Método De Investigación**

Método de investigación Mixto en donde combinamos la investigación cuantitativa y cualitativa de los productos.

### **1.8.3 Técnica De Recolección De Investigación**

Instrumento de investigación: Se realizará una investigación específica mediante la encuesta online.

### **1.8.4 Fuentes de Investigación**

Documentos con acceso a información solicitada que contiene datos útiles para satisfacer el conocimiento adquirido en este proyecto

#### **1.8.4.1 Primarias**

Población de Madrid Cundinamarca

#### **1.8.4.2 Secundarias**

Las fuentes secundarias se utilizó páginas web como el DANE, Cámara de Comercio, investigaciones y repositorios universitarios encontrado en Google académico se realiza referencias en el trabajo

## II Capítulo

### 2 Estudio de Mercado

El estudio de mercado requiere análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un negocio, porque de su resultado depende que se realice el estudio técnico, administrativo y financiero, este debe mostrar una demanda real o la posibilidad de venta de las butacas, bancas y mesas. Más que centrar la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, en el estudio de mercado se tendrá que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo. (Meza Orozco, Evaluación financiera de proyectos, 2017)

#### 2.1 Oportunidad de negocio y estrategia

Servicio de construcción y creación de muebles de madera para proyectos que se adapten al espacios, tiempos, diseño y alta calidad para satisfacer los deseos y necesidades de los clientes en la sabana de occidente de Cundinamarca

- Proyectos a medida para aprovechar los espacios con mayor almacenamiento.
- Diseños únicos para cada proyecto
- Proyectos a gusto del cliente en color, tipo de madera que se ajusten a la necesidad de precio, servicio o tiempo.
- Tiempo de garantía en los proyectos de acuerdo con el tipo de madera.
- Servicio personalizado para cada proyecto se acuerda con el cliente el diseño.
- Método de pago flexible
- Precios que se ajustan a la economía del cliente con maderas de alta calidad

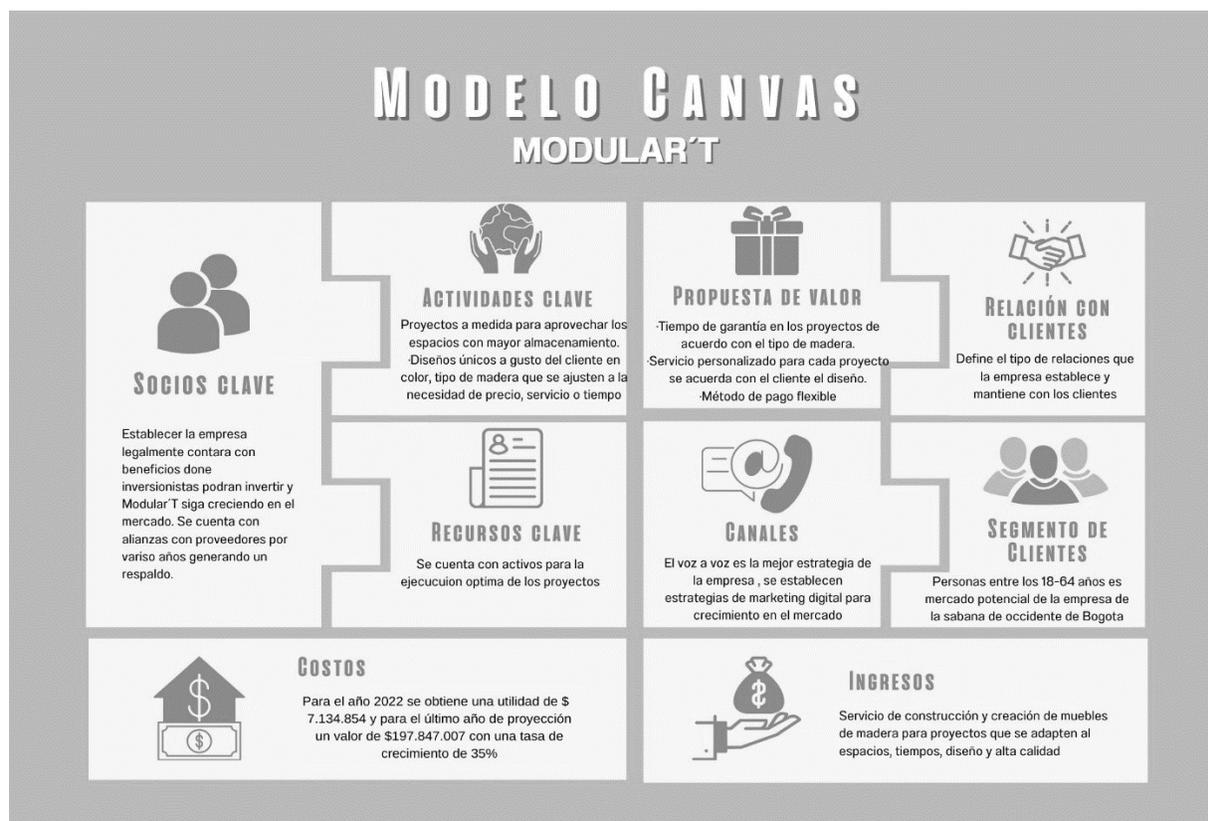
### **2.1.1 Plan de negocio:**

El modelo de fabricación implica la producción de bienes a partir de materias primas o ingredientes. Este modelo puede abarcar artículos o productos elaborados a mano producidos en masa en una línea de montaje. (Universidad de Belgrano)

Se utiliza un modelo Canvas con el fin de identificar la estructura de la empresa y una propuesta de valor única basada en aspectos que se evidencia en el transcurso del trabajo como es:

- Segmentación de clientes
- Propuesta de valor
- Canales
- Relaciones
- Flujo de ingresos
- Recursos Claves
- Actividades claves
- Alianzas
- Estructura de costos

Figuras 1. Modelo Negocio Canvas



## 2.2 Mercado objetivo y sus proyecciones

En los mercados se encuentra una gran diversidad de clientes potenciales, que se diferencian entre sí por sus necesidades, deseos, resultado de las características y situaciones que viven: renta, género, edad, experiencia, conocimientos, personalidad, actitudes y familia. En este sentido, se evidencia la importancia de entender el comportamiento de las generaciones más jóvenes frente sus pautas de consumo y las maneras que conciben la realidad. (Universidad Internacional de Valencia, 2016)

## 2.3 Ventaja competitiva

Modular T es una empresa con diseños únicos que se adaptan a las necesidades de los clientes satisfaciendo sus deseos con altos niveles de calidad y responsabilidad cumpliendo los tiempos establecidos, también ofrecen el servicio de restauración y transformación de muebles.

## 2.4 Sostenibilidad

Para Modular´T es importante la conservación, aprovechamiento y uso responsable de los recursos a través del tiempo para generar aporte enfocándose en:

- Aprovechamiento de la materia prima para no generar desperdicio de material por lo cual se hace un estudio previo según el tamaño del proyecto generando precios justos al cliente, disminuyendo los costos de producción y el impacto ambiental
- La selección de materia se hace de manera ética y responsable, el producto se adquiere con proveedores certificados procedentes de bosques gestionados de forma sostenible y genere el respaldo de durabilidad del proyecto

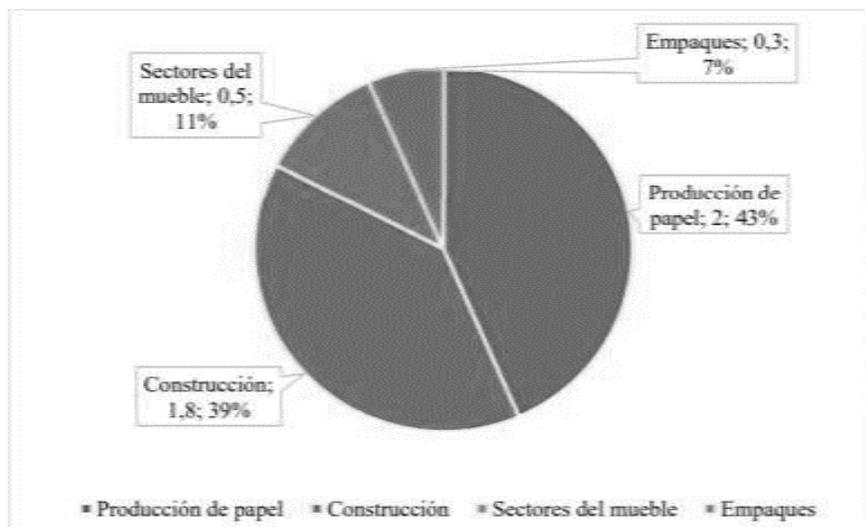
## 2.5 Propuesta de negocio.

Con la necesidad de optimizar los espacios que se ajusten al diseño y economía, Modular´T busca fabricar proyecto a medida, multifuncionales, con diseños únicos y calidad que permita satisfacer los deseos de los clientes. Recuperar y armonizar los espacios ofreciendo un servicio personalizado generando propuesta de valor a las personas donde se acompaña durante todo el proyecto genere respaldo, fidelización y satisfacción de los clientes

## 2.6 Definición del sector

Los sectores consumidores de madera más importantes en Colombia son la producción de papel (2 millones m<sup>3</sup>) y la construcción (1.8 millones m<sup>3</sup>). Siguen lo sectores muebles (0.5 millones m<sup>3</sup>) y empaques (0.3 millones m<sup>3</sup>). Otro grupo de consumidores importantes son las microempresas. Se estima que este grupo consume alrededor de 430.000 m<sup>3</sup>, en su mayoría madera aserrada y tableros para muebles y en la carpintería. El consumo de madera ha permanecido constante, alrededor de los 4 millones de m<sup>3</sup>, abastecido aproximadamente en un 82% de madera proveniente del bosque natural, en un 12% de madera de plantaciones y el restante por importaciones. (Marin Villar, 2019).

Figuras 1. Consumidores de madera (millones m<sup>3</sup>)



*Nota:* La imagen muestra el porcentaje de consumidores del sector maderas comparado con la construcción, empaques y producción de papel. Tomado de (Marin Villar, 2019)

## 2.7 Descripción del sector económico

### 2.7.1 Sector económico: Industrial Maderera

La economía se encuentra dividida en tres sectores económicos (Ver tabla), dentro de los cuales la empresa Modular´T se establece en el sector secundario como una empresa industrial, industria maderera, enfocada en la transformación de la materia prima para elaboración de mobiliario, tapicería, materiales de construcción, tableros, mesones, etc.

Tabla 1 *Sectores Económicos*

<b>Sector primario</b>	<b>Sector secundario</b>	<b>Sector terciario</b>
Se enfocan en obtener recursos de la naturaleza: Agricultura Ganadería Pesca Minería Etc.	Se enfoca en la transformación de las materias primas en productos de consumo: Artesanías Fuente de energía Industrial	Enfocado en ofrecer servicios a las personas: Enseñanza Medicina Hostelería Etc.

### **2.7.2 Características:**

Tamaño: Las empresas se dividen en cuatro grupos: Grandes, medianas, pequeñas y microempresas según decreto 957 e 2019 de acuerdo con los ingresos recibidos en un año por sus actividades, Modular´T está dentro del sector industrial maderero como una microempresa, conformada por (cuatro) personas y sus ingresos iguales o inferiores a \$895.488.000.

(Actualicese, 2023)

## **2.8 Oferta Y Demanda**

### **2.8.1.1 Las 5 Fuerzas De Porter**

Las cinco fuerzas de Porter es un análisis externo competitivo utilizado para crear estrategias que reduzcan el impacto de los factores críticos que rodean las organizaciones, estas fuerzas se han mantenido a lo largo de los años y son impredecibles, pero influyen directamente en la rentabilidad de las organizaciones.

- **Poder de negociación de los clientes:** Esta fuerza examina el poder del consumidor y su efecto de calidad vs precios, entre más organizados estén los clientes, más exigencias realizaran
- **Poder de negociación con proveedores:** Se presenta en el entorno del mercado cuando las personas que demandan o compran los productos elaborados por una empresa requieren que estos productos tengan mejores condiciones de calidad y de precio.

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Muestra si para los competidores es fácil o difícil unirse al mercado, entre más fácil sea ingresar al mercado, más grande es el riesgo de que una organización pierda clientes y ventas
- **Amenazas de ingresos de productos sustitutos:** Hace referencia a los productos que suplanta las funciones que realizan otros, también se da cuando el valor de un producto no es relevante, es decir si el precio o las características no son únicas.
- **Rivalidad entre competidores:** La rivalidad entre empresas puede ser más competitiva si se tienen mejores estrategias que las organizaciones rivales

Tabla 2. Enfoque de las fuerzas Porter Modular'T

DESCRIPCIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	ESTRATEGIAS
<b>Poder de negociación de los clientes</b>	Modular'T, no tiene clientes grandes en este momento con quienes crear vínculos a largo plazo, sus clientes son pequeños pero potenciales	Para mantener a sus clientes potenciales a largo plazo es brindarles garantías de materiales de calidad, trabajar cumplidamente, llenar las expectativas con los productos y mantener un buen trato.
	Su bodega se ubica en un almacén comercial con varios proveedores de productos para el hogar de diferentes categorías, lo que genera reconocimiento en clientes nuevos.	Establecer una estrategia de marketing, reconocimiento y credibilidad con los clientes nuevos, aprovechando las visitas que estos le hacen a los proveedores que ingresan al almacén
		Mantener las relaciones con los clientes antiguos, estando pendientes de sus necesidades.  Mantener una red comercial entre los proveedores del almacén donde entre los mismos se recomienden para generar reconocimiento voz a voz, teniendo en cuenta que son clientes que poco conocen el sector y el almacén es muy cercano a las construcciones y edificaciones nuevas

<b>Poder de negociación con proveedores</b>	La empresa cuenta con proveedores de alta calidad en sus materiales y precios cómodos como son: Madecentro, Tablemac, Ferremonroy, Ferretería Andrés, Ferretería S&M, y el Diamante Vidrios y Espejos.	Construir una relación comercial, con compromiso de cumplimiento en entrega del material comprado, colores y precios ofrecidos por el proveedor.  Reconocimiento por antigüedad en el mercado, facilidad de pago y tener prioridad ante materiales agotados o productos nuevos.
<b>Amenaza de entrada de nuevos competidores</b>	Actualmente Modular´T tiene una empresa que es competencia directa, las demás empresas que pueden ser competencia son de productos sustitutos	Aprovechar la oportunidad de demanda frente a la oferta que tiene el sector del sabana de occidente de Cundinamarca y que en esta zona solo se tiene un competidor directo.  Si llegan más competidores directos, Modular´T ya tiene reconocimiento en la zona y credibilidad con sus clientes, por lo que el impacto de la amenaza no sería tanto, excepto porque sea un competidor con instalaciones que le brinde mejor precio competitivo
<b>Amenazas de ingresos de productos sustitutos</b>	Muebles de hogar diseñados en línea y ya predeterminado con medidas estándares y colores clásicos.	Ofrecer muebles especiales elaborados sobre medidas (Diseños únicos), colores y diseños modernos, modelos no repetidos para ningún cliente y asesoría sobre el espacio a trabajar.
<b>Rivalidad entre competidores</b>	La rivalidad de los competidores obedece al aumento de oferta y los bajos precios que tienen los extranjeros para la elaboración de trabajos y montajes de estos. (competencia desleal)	Construir una relación comercial, con compromiso de cumplimiento en entrega del material comprado, colores y precios ofrecidos por el proveedor.  Reconocimiento por antigüedad en el mercado, facilidad de pago y tener prioridad ante materiales agotados o productos nuevos.

Fuente propia del autor

- Competencia:** En el municipio de Cundinamarca, Modular´T tiene aproximadamente 4 empresas que son competencia directa dentro de la zona donde se encuentra ubicada. Adicionalmente también tiene competencia como empresas de alta superficie (Eidy, Home Center, etc.) que venden muebles con fletes muy económicos que hacen llegar también a estos lugares que son los clientes potenciales de esta microempresa.

## 2.9 Investigación De Mercados

El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un negocio, porque de su resultado depende que se realice el estudio técnico, administrativo y financiero, este debe mostrar una demanda real o la posibilidad de venta de las butacas, bancas y mesas. Más que centrar la atención sobre el potencial consumidor y la cantidad del producto que éste demandará, en el estudio de mercado se tendrá que analizar los mercados de proveedores, competidores y distribuidores e incluso, cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo. (Meza Orozco, Evaluación financiera de Proyectos, 2013)

### 2.9.1 Determinación Del Universo

Total, de población estimada para el año 2022 es de 130 mil habitantes en el municipio de Madrid, Cundinamarca segmentada entre las edades de 18- 65 años o más para un total del universo de 106.233 habitantes. (DANE, 2023)

### 2.9.2 Determinación De La Muestra

Para hallar la muestra de una población desconocida ya que no se encuentra con un censo al año 2023 si no con una proyección de población a 2022 es una muestra infinita

Para hallar la muestra se determina mediante la siguiente ecuación:

*Fórmula para calcular el tamaño de una muestra infinita*

n: tamaño de la muestra buscado

N: tamaño de la población, universo

z: Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)

e: error de estimación máximo aceptado

p: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q: (1-q): probabilidad de que no ocurra el evento estudiado. (QuestionPro, s.f.)

Figuras 3. Formula Para El Cálculo Del Tamaño De La Muestra

$$n = \frac{p * q * Z^2}{e^2}$$

*Nota.* Ecuación para hallar una muestra mayor a 10.000. Tomado de (Escolme Institucion Universitaria, s.f.)

Figuras 4. Cálculo Del Tamaño De Una Muestra Infinita

..... PARA POBLACION DESCONOCIDA O INFINITA MAYOR A 10.000

INTRODUZCA EL MARGEN DE ERROR DESEADO **e**

INTRODUZCA EL VALOR DE **p**

INTRODUZCA EL VALOR DE **q**

TAMAÑO DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL ERROR Y AL NIVEL DE CONFIANZA DESEADO	
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 90%=	271
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 95%=	384
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 97%=	471
TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA UN N. DE CONF. DEL 99%=	666

Calculo para hallar determinar la muestra con confiabilidad y margen de error. Tomado de (Escolme Institucion Universitaria, s.f.)

- La muestra es de 127 encuestas aprobación de 100 encuestas académicamente con un coeficiente de confiabilidad 90% y un 10% de error

### **2.9.3 Elaboración De La Encuesta**

#### **MODULAR´T**

**Objetivo: identificar las necesidades, deseos del cliente en el mercado de muebles y su perspectiva de la empresa**

**Deisy Johanna Pulido Albarracin, Maritza Sanabria López**

**Coordinación contabilidad y finanzas**

**Administración Financiera**

Presentación: Buenos días (tardes) somos estudiantes de decimo cuatrimestre de administración financiera de la corporación universitaria minuto de Dios, estamos realizando una encuesta con el fin de investigar el mercado de muebles de madera en la sabana de occidente de Cundinamarca, nos puede colaborar 3 minutos para realizar unas preguntas.

1. ¿En cuál de los siguientes municipios reside?
  - a. Funza
  - b. Mosquera
  - c. Madrid
  - d. Facatativá
  
2. ¿En cuál de los siguientes rangos esta su edad? (Rango de edad DANE)
  - a. 20 a 24
  - b. 25 a 29
  - c. 30 a 34
  - d. 35 a 39
  - e. 40 a 44
  - f. 45 a 49
  - g. 50 a 54
  - h. 55 a 59
  - i. 60 a 64

j. 65 a 69

3. ¿En cuál de los siguientes rangos esta su nivel de ingresos? (rango de ingresos ANIF, Asociación Nacional de Instituciones Financieras)

- a. Igual o menos de \$420.676
- b. Entre \$420.677 a \$780.292
- c. Entre \$780.293 a \$4.201.570
- d. Igual o mayor \$4.201.571

4. ¿Ha utilizado alguna vez servicios de carpintería para proyectos en su hogar o negocio?

- a. No, nunca
- b. Si, pocas veces
- c. Frecuentemente

5. ¿Dónde adquiere los muebles que necesita para su vivienda?

- a. En un punto de venta
- b. Los envía hacer a medida
- c. No le gusta comprar muebles de madera

6. ¿Qué es más importante a la hora de adquirir un mueble?

- a. Precio
- b. Diseño
- c. Funcionalidad
- d. Calidad

7. ¿Con qué frecuencia ha requerido servicios de carpintería en los últimos 12 meses?

- a. No he requerido de estos servicios.
- b. 1-2 veces.
- c. Más de 2 veces.
- d. Frecuentemente cada mes.

8. ¿Cuánto invirtió al adquirir muebles de carpintería?
- a. Igual o menos de \$1.000.000
  - b. Entre \$1.000.001 a \$2.000.000
  - c. Entre \$2.000.001 a \$3.000.000
  - d. Entre \$3.000.001 a \$4.000.000
  - e. \$4.000.001 a \$5.000.000
  - f. Igual o mayor a \$5.000.001
9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con los servicios de carpintería que ha recibido hasta ahora? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho)
10. ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con servicios de carpintería?
- a. Si
  - b. No.
11. ¿Creé que los costos en los servicios de carpintería son justos y transparentes?
- a. De acuerdo
  - b. En desacuerdo
12. ¿Cómo calificaría la comunicación y el nivel de profesionalismo del personal de carpintería? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho)
13. Si existiera una oferta o promoción de muebles modulares que cumpla con sus necesidades o requerimientos, ¿la adquiriría?
- a. Totalmente la adquiriría.
  - b. posiblemente la adquiriría.
  - c. Tal vez la adquiriría.
  - d. Tal vez no la adquiriría
  - d. posiblemente no la adquiriría.
  - e. Definitivamente no la adquiriría

14. Si va a invertir en muebles modulares de carpintería, ¿Cuál sería el monto que está dispuesto a pagar?

Menos de \$100.000

entre \$101.000 y \$500.000

Entre \$501.000 y \$1.000.000

Entre \$1.000.001 y 2.000.000

o más de \$2.000.001

15. ¿Estaría interesado en recibir ofertas o promociones especiales en futuros proyectos de carpintería?

a. Si

b. No

Enlace de la encuesta: <https://questionpro.com/t/7BqYRLZ0Mz9>

#### **2.9.4 Aplicación De La Herramienta De Captura De Información**

Tabla 3. Pregunta 1. ¿En cuál de los siguientes municipios reside?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Facatativá	13,49%	17
Funza	15,08%	19
Madrid	38,89%	49
Mosquera	23,02%	29
Otro	9,52%	12
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>126</b>

Tabla 4. Pregunta 2. ¿En cuál de los siguientes rangos esta su edad? (Rango de edad DANE)

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
20 a 24	4,72%	6
25 a 29	7,09%	9
30 a 34	13,39%	17
35 a 39	8,66%	11
40 a 44	17,32%	22
45 a 49	15,75%	20
50 a 54	13,39%	17
55 a 59	12,60%	16
60 a 64	6,30%	8
65 a 69	0,79%	1
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 5. Pregunta 3 ¿En cuál de los siguientes rangos esta su nivel de ingresos? (rango de ingresos ANIF, Asociación Nacional de Instituciones Financieras)

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Igual o menos de \$420.676	1,57%	2
Entre \$420.677 a \$780.292	22,05%	28
Entre \$780.293 a \$4.201.570	62,20%	79
Igual o mayor \$4.201.571	14,17%	18
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 6. Pregunta 4 ¿Ha utilizado alguna vez servicios de carpintería para proyectos en su hogar o negocio?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
No, nunca	14,96%	19
Si, pocas veces	60,63%	77
Frecuentemente	24,41%	31
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 7 Pregunta 5 ¿Dónde adquiere los muebles que necesita para su vivienda?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
En un punto de venta	40,94%	52
Los envía hacer a medida	55,12%	70
No le gusta comprar muebles de madera	3,94%	5
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 8. Pregunta 6 ¿Qué es más importante a la hora de adquirir un mueble?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Precio	37,01%	47
Diseño	10,24%	13
Funcionalidad	14,96%	19
Calidad	37,80%	48
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 9. Pregunta 7. ¿Con qué frecuencia ha requerido servicios de carpintería en los últimos 12 meses?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
No he requerido de estos servicios	15,75%	20
1-2 veces	31,50%	40
Más de 2 veces	34,65%	44
Frecuentemente	18,11%	23
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 10. Pregunta 8. ¿Cuánto invirtió al adquirir muebles de carpintería?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Igual o menos de \$1.000.000	8,66%	11
Entre \$1.000.001 a \$2.000.000	15,75%	20
Entre \$2.000.001 a \$3.000.000	10,24%	13
Entre \$3.000.001 a \$4.000.000	24,41%	31
Entre \$4.000.0001 a \$5.000.000	25,20%	32
Mayor a \$5.000.00	11,02%	14
No he adquirido muebles de madera	4,72%	6
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 11. Pregunta 9. ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con los servicios de carpintería? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho)

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
1	2,36%	3
2	4,72%	6
3	23,62%	30
4	52,76%	67
5	16,54%	21
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 12. Pregunta 10 ¿Ha tenido alguna experiencia negativa con servicios de carpintería?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Si	54,33%	69
No	45,67%	58
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>127</b>

Tabla 13. Pregunta 11 ¿Creé que los costos en los servicios de carpintería son justos y transparentes?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
De acuerdo	66,93%	85
En desacuerdo	33,07%	42
Total	100,00%	127

Tabla 14. Pregunta 12. ¿Cómo calificaría la comunicación y el nivel de profesionalismo del personal de carpintería? (Escala de 1 a 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 es muy satisfecho)

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
1	1,57%	2
2	0,79%	1
3	17,32%	22
4	62,99%	80
5	17,32%	22
Total	100,00%	127

Tabla 15. Pregunta 13. Si existiera una oferta o promoción de muebles modulares que cumpla con sus necesidades o requerimientos, ¿la adquiriría?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Totalmente la adquiriría	44,44%	56
posiblemente la adquiriría	25,40%	32
Tal vez la adquiriría	21,43%	27
Tal vez no la adquiriría	5,56%	7
Posiblemente no la adquiriría.	1,59%	2
Definitivamente no la adquiriría	1,59%	2
Total	100,00%	126

Tabla 16. Pregunta 14. Si va a invertir en muebles modulares de carpintería, ¿Cuál sería el monto que está dispuesto a pagar?

<b>Respuesta</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Cantidad</b>
Menos de \$100.000	1,59%	2
Entre \$101.000 y \$500.000	12,70%	16
Entre \$501.000 y \$1.000.000	26,98%	34
Entre \$1.000.001 y 2.000.000	30,16%	38
Más de \$2.000.00	28,57%	36
Total	100,00%	126

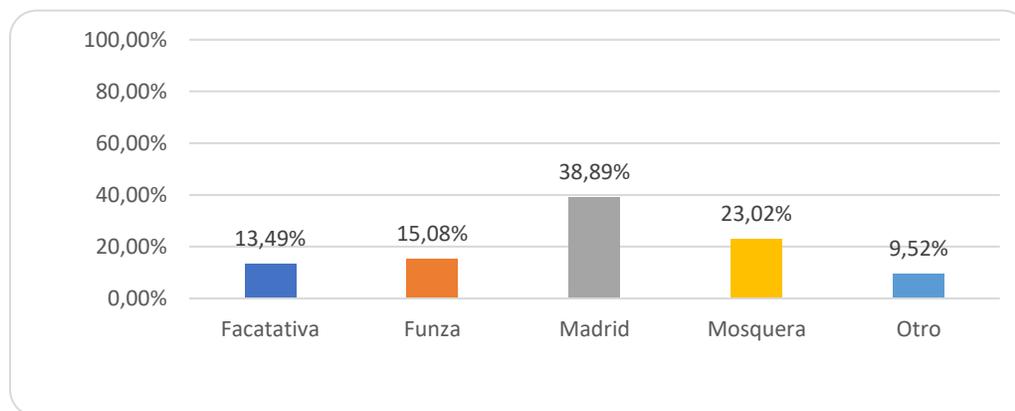
Tabla 17. Pregunta 15. ¿Estaría interesado en recibir ofertas o promociones especiales en futuros proyectos de carpintería?

Respuesta	Porcentaje	Cantidad
Si	85,04%	108
No	14,96%	19
Total	100,00%	127

### 2.9.5 Análisis De Datos

Pregunta 1. Se realiza un total de encuesta de 127 personas de sabana de occidente donde se evidencia que el 38,89% de las personas reside en el municipio de Madrid seguido de un 23,02% en la ciudad de Mosquera, un 15,08% del municipio de Funza, sigue 13,49 % el municipio de Facatativá y por último con una participación del 9,52 % de otros municipios quienes contentaron la encuesta.

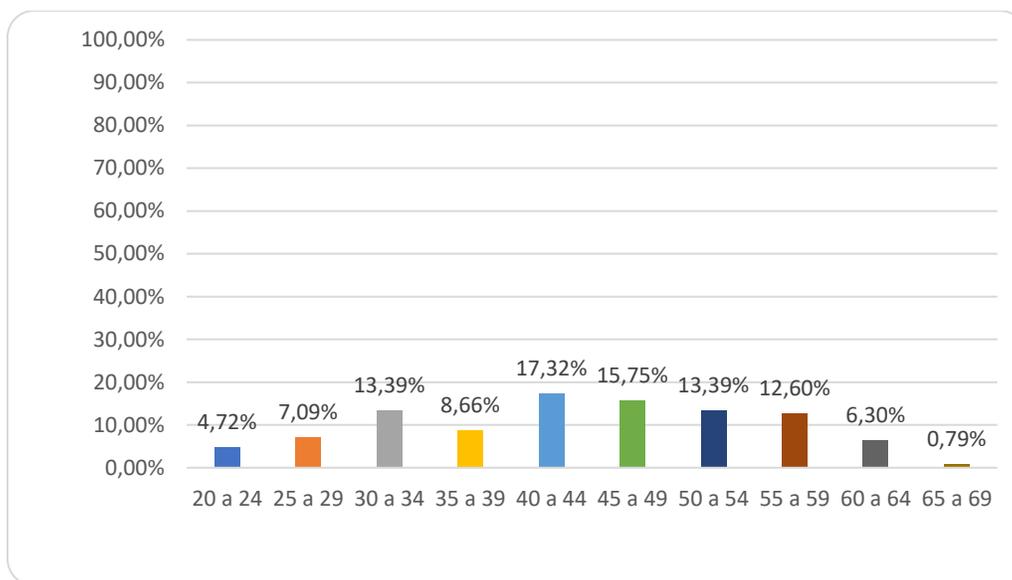
Figuras 2. Grafica municipio de residencia



Pregunta 2. Se realiza un total de encuesta de 127 personas de sabana de occidente donde se evidencia la mayor participación con el 17,32% de las personas está en un rango de edad de 40 a 44 años, sigue con un 15,75% en un rango de 45 a 49 años, continua con un porcentaje igual de 13,39 los rangos de 30 a 34 años y rango de 50 a 54 años, sigue con 12,60% un rango de edad de 55 a 59 años, en el rango de 35 a 39 años esta con un porcentaje

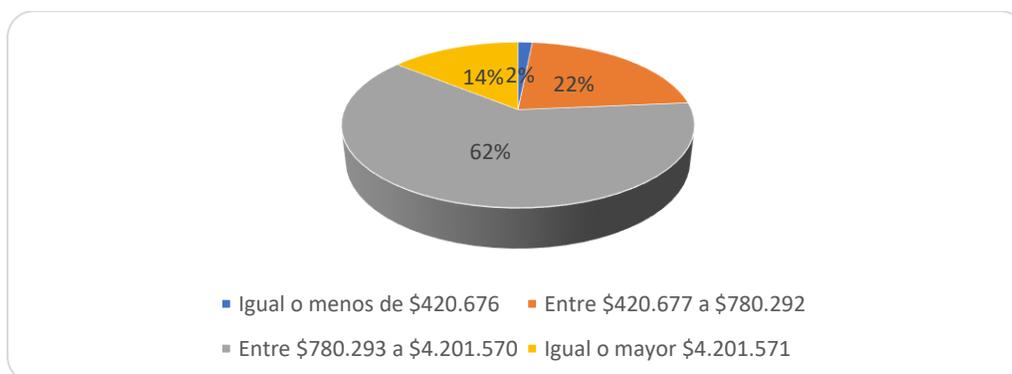
de 8,66%, sigue 7,09% un rango de 25 a 29 años, continua 6,30% entre 60 a 64 % y finalizando tenemos 4,72 % de 20 a 24 años y con el 0,79% el rango de 65 a 69%.

Figuras 3. Rango de edad



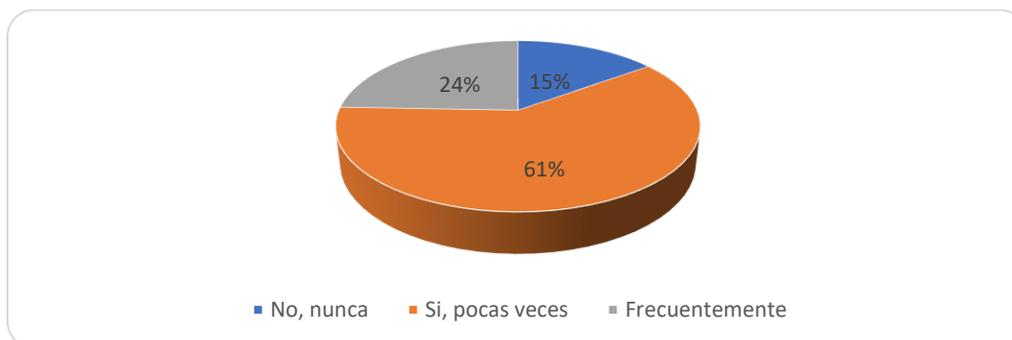
Pregunta 3: Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente en donde se puede identificar que un 62 % cuenta con ingresos menor o igual a \$ 420.676 lo que disminuye la posibilidad de acceder a la compra de muebles de madera para satisfacción de sus necesidades

Figuras 6. Rango de ingresos



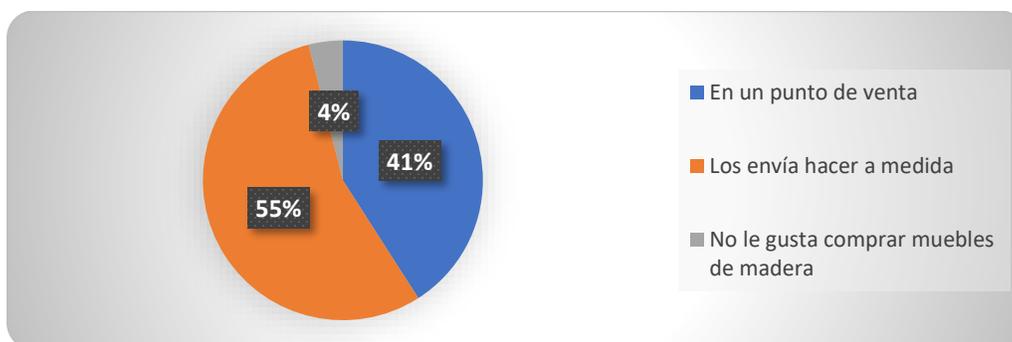
Pregunta 4. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente en donde se cuenta con un 61 % de personas que han utilizado el servicio de carpintería y con un 15 % de personas que no han utilizado el servicio, en esto concluimos que los servicios de carpintería son necesarios para la sociedad, tanto para dar soluciones rápidas y simples como para aquellos trabajos de difícil elaboración

Figuras 4. Ha utilizado los servicios de carpintería



Pregunta 5. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, encontrando que un 55 % prefiere mandar a elaborar los muebles a la medida, lo que puede fortalecer a la empresa, ya que actualmente las viviendas son más pequeñas y se deben aprovechar todos los espacios del hogar

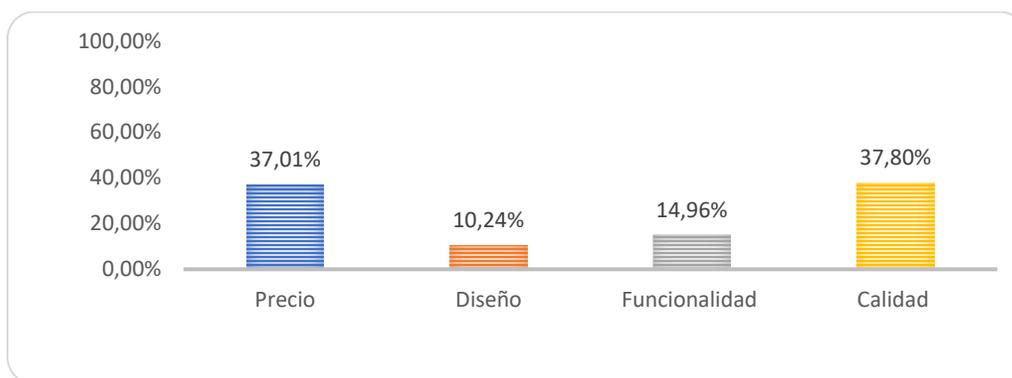
Figuras 5. Sitios donde adquieren los muebles



Pregunta 6. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, se evidencia que a las personas encuestadas les interesa más la calidad y el precio de los

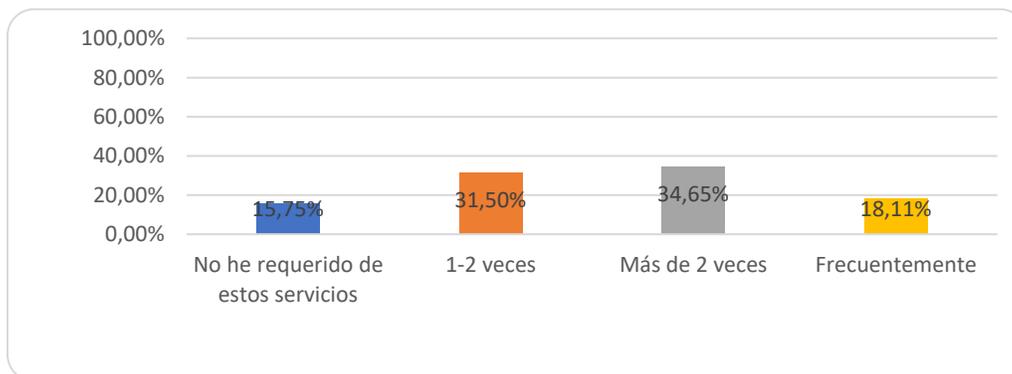
muebles al momento de adquirir sus mobiliarios con un porcentaje de 37.80% y 37.01 % respectivamente, se prefieren muebles tenga buena calidad, lo que garantiza una alta durabilidad de los muebles. En menor porcentaje, encontramos el diseño con un 10.24 %, para lo cual Modular`T ha realizado una ardua labor con el fin de vender muebles con diseños personalizados a satisfacción del cliente.

Figuras 6 Lo importante al adquirir un mueble



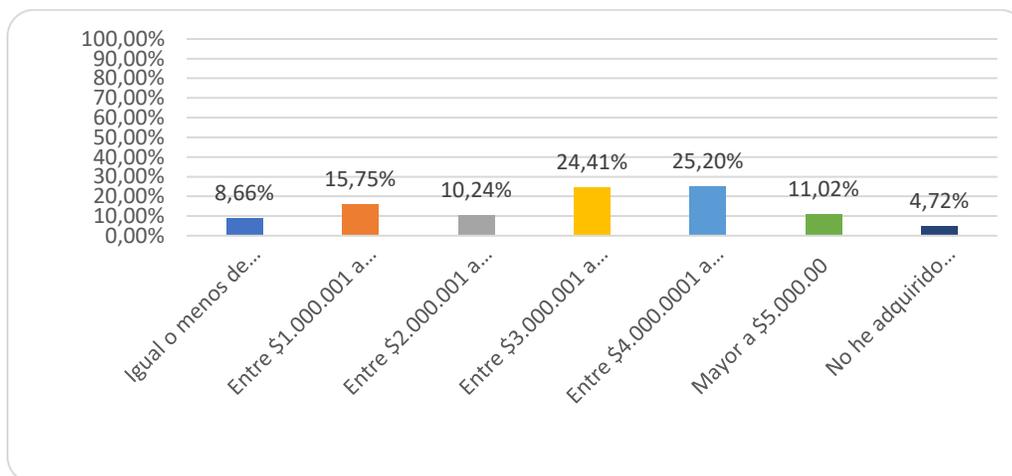
Pregunta 7 Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, de las cuales el 34,65 % adquiere muebles más de 2 veces al año, un 18,11 % frecuentemente compra muebles, de acuerdo con la necesidad que tengan los encuestados.

Figuras 7 Frecuencia con que compra muebles



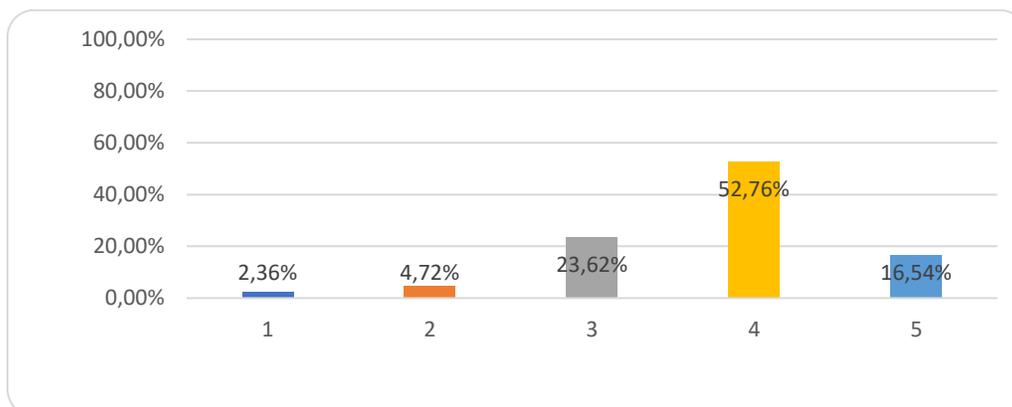
Pregunta 8. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, en donde podemos observar 25.20 % cuenta con más de \$ 4.000.000 a \$ 5.000.000 para poder invertir en la adquisición de muebles.

Figuras 8. Cuanto invierte al adquirir muebles



Pregunta 9. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, aunque el sector de carpinterías no tiene una gran reputación, en los encuestados hay una satisfacción de 52.76 % en los servicios de carpinterías.

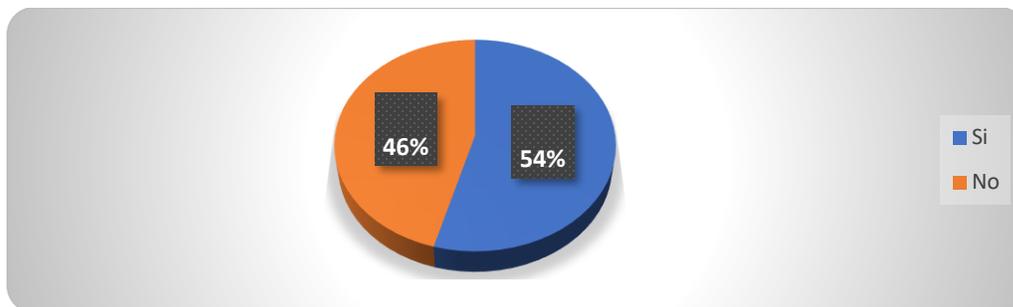
Figuras 9. Nivel de satisfacción al adquirir un servicio para proyectos muebles



Pregunto 10. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, encontrando que el 54 % de los encuestados ha presentado una experiencia negativa en el

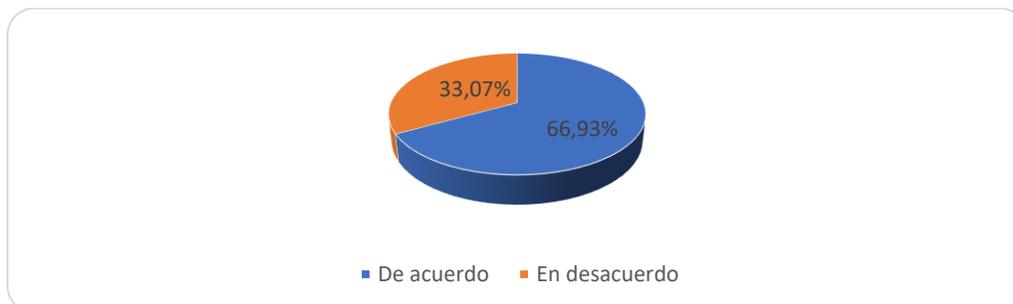
sector de carpintería al momento de solicitar algún servicio, aunque un 46 % no ha tenido una mala experiencia en los servicios adquiridos en alguna carpintería podemos concluir que la diferencia del 8 % entre uno y el otro, se podría tener como un punto a favor para trabajar en aras de incrementar la satisfacción de los clientes.

Figuras 10 Experiencia negativa con servicios de proyectos de mueble



Pregunta 11. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, se evidencia que un 66.93 % está considera que los costos son justos y transparentes, ya que muchas personas antes de tomar una decisión para la elaboración de sus muebles, realiza una tarea de cotización teniendo en cuenta precios y materiales que se van a utilizar en la elaboración de los muebles, con un 33.07 % de los encuestados considera que los costos son injustos ya que esto incrementa el valor de los muebles.

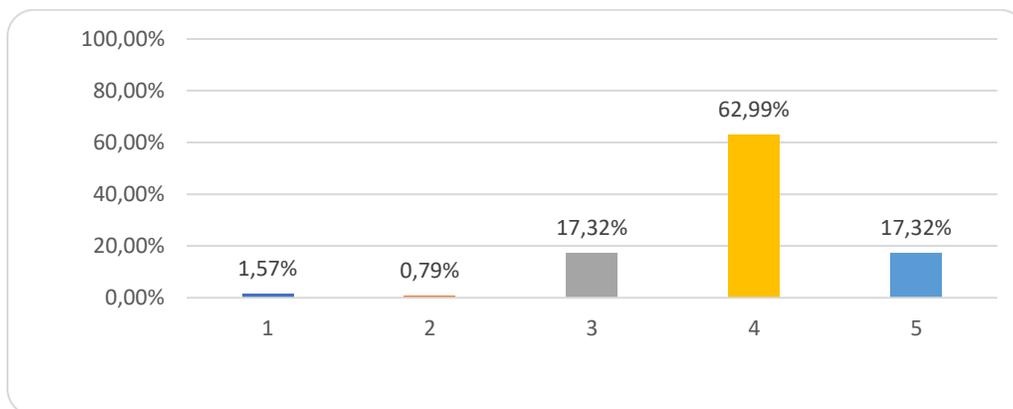
Figuras 11 Satisfacción con el valor al comprar o utilizar los servicios de muebles



Pregunta 12. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, en donde se tiene un 62.99 % de nivel de profesionalismo con el personal de

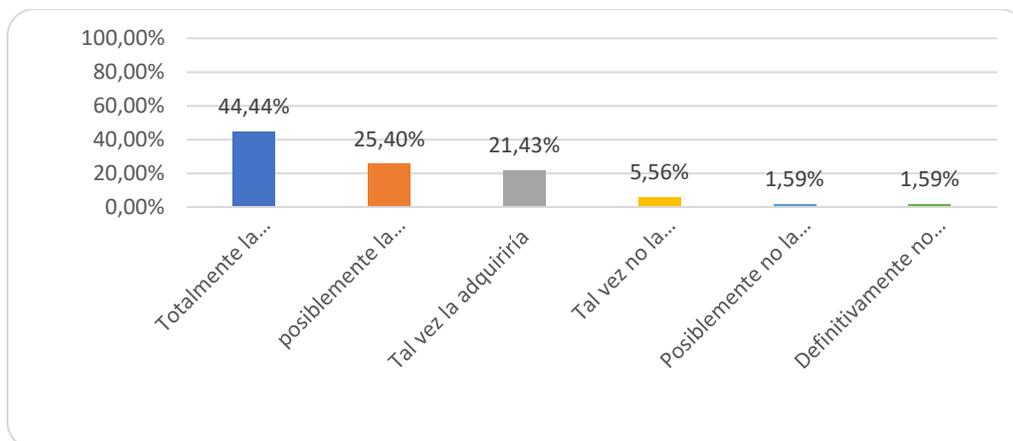
carpinterías, aunque el mayor porcentaje se evidencio en un grado de 4 en el nivel de satisfacción, se puede decir que es positiva, pero se evidencia que podemos trabajar en los niveles de satisfacción 3 y 5 para obtener un 100 % en satisfacción de los clientes.

Figuras 12 Nivel de comunicación o profesionalismos en los servicios de muebles de madera



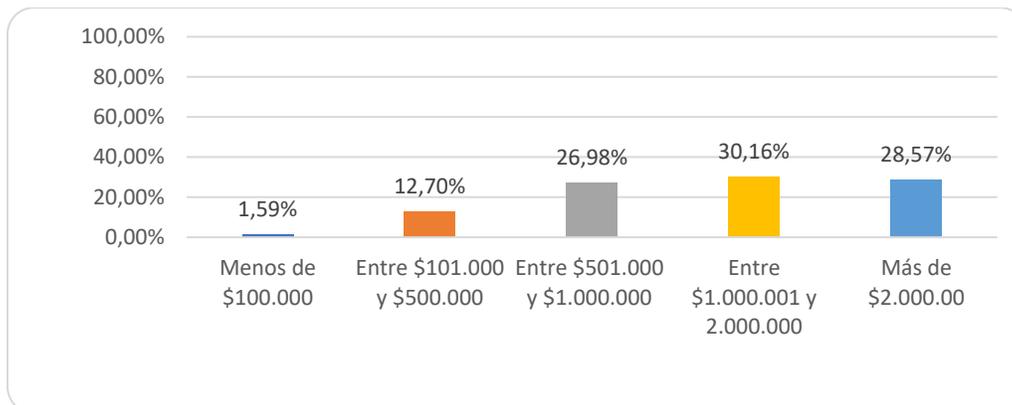
Pregunta 13. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente en donde podemos evidenciar que si existieran ofertas un 44.44 % de los encuestados estarían dispuestos en adquirir estas ofertas con el fin de aprovechar los descuentos o los muebles que se están ofertando, con un porcentaje de 1.59 % probable o definitivamente no estarían dispuestos a adquirir las ofertas

Figuras 13 Nivel de deseo de adquirir muebles de madera



Pregunta 14. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente que un 30.16 % estaría dispuesto a pagar entre \$ 1.000.000 a \$ 2.000.000 para futuros proyectos de muebles, esto monto es accesible para aquellas personas que cuentan con un salario mínimo mensual legal vigente (SMMLV) del año en curso, seguido de un 28.57 % que cuenta con más de \$ 2.000.000 lo que se puede entender que el porcentaje es mínimo para realizar obras de mobiliarios que supere este monto, con un 1.59 % que es el porcentaje más bajo que se obtuvo de los encuestados cuenta con menos de \$ 100.000 que estaría dispuesto a pagar por futuros proyectos de elaboración o compra de muebles.

Figuras 14 Monto dispuesto a pagar para proyectos futuros de muebles



Pregunta 15. Se realiza un total de encuestas de 127 personas de sabana de occidente, encontrando que un 85,04 % le gustaría recibir información de posibles ofertas y promociones que se tengan, con el fin de dar mayor provecho a sus necesidades y que no incurra en gastos que no se encuentran en su presupuesto mensual, el 16,96 no desea recibir notificaciones de promociones ni tampoco ninguna clase de publicidad.

Figuras 15. Deseo de recibir publicidad y promoción futuras de la empresa



### 2.9.6 *Elaboración Del Informe*

Una vez realizada la encuesta y analizados los resultados obtenidos, se evidencia que las empresas de carpinterías no cuenta con una buena reputación, pero hay un gran grupo de personas que cree en este sector y apuestan a los servicios ofrecidos, se identifica que la mayoría de los encuestados es importante la calidad y precio una oportunidad para Modular T agrega un valor de funcionabilidad de los muebles y aprovechando espacios reducidos. Es muy importante conocer los factores al momento de adquirir muebles comprados o elaborados a medida esto determinante para una negociación y satisfacción del cliente.

Gracias a las actuales construcciones se tiene una gran oportunidad en el mercado, en cuenta la versatilidad e innovación que ofrece Modular T, el cual se encuentra comprometida con el cambio en cuanto a nivel tecnológico con el fin de satisfacer deseos, necesidades y de incrementar sus ventas.

### 2.9.7 *Conclusiones y recomendaciones*

#### 2.9.7.1 *Conclusión.*

En el estudio realizado se puede concluir que el sector de la carpintería ofrece alternativas no solo en la elaboración de muebles nuevos, sino que también se ofrecen servicios de reparación y adecuación de muebles ya usados dándole mayor utilidad y uso. Adicionalmente se puede observar que ha incrementado en forma positiva la credibilidad que

tienen estas microempresas. generando mayor satisfacción a sus clientes e incrementando la confianza en este sector.

Se evidencia que los clientes tienen mayor satisfacción en la elaboración de sus muebles, en el momento que se utilizan materiales de calidad y sus precios son cómodos o se ofrecen oportunidades de descuentos y promociones.

#### **2.9.7.2 Recomendaciones.**

- Dar a conocer los productos elaborados y restaurados por medios digitales para que sea conocidos en otros sectores e incrementar las ventas.
- Aumentar la divulgación de promociones y descuentos ofrecidos por Modular'T
- Capacitación para el personal de las carpinterías, con el fin de mejorar la producción y sacar productos con altos niveles de calidad.
- Gestionar alianzas comerciales que le permitan acceder a clientes potenciales.
- Estudiar la posibilidad de acceder a un crédito para aumentar su capital de trabajo.
- Realizar la legalización de la empresa trae beneficios tributarios y evita sanciones por evasión y declaración de impuestos. Ser una empresa legal se hace visible ante los inversionistas y clientes generando confiabilidad y respaldo

### **III Capitulo**

#### **3 Estudio Técnico**

##### **3.1 Caracterización**

- Razón Social: Modular'T (Empresa Familiar) Ubicación: municipio de Madrid Cundinamarca
- Dirección: Carrera 21B N. 6-67 SUR Barrio san Calos
- Contacto: 3203330384

### 3.2 Documentación creación de empresa:

- Original del documento de identidad
- Formulario del registro único tributario (RUT)
- Formulario de registro único empresarial y social (RUES)
- Escritura pública de constitución
- Matricula en la cámara de comercio
- Certificado de bomberos
- Certificado Sayco Acimpro

#### 3.2.1 Consulta de homonimia (Modular`T):

Figuras 16 Tabla de homonimia

NIT o Núm Id.	Razon Social ó Nombre	Sigla	Municipio/Dpto
+	MODULARTE		MONTERIA / CORDOBA
+	MODULARTE		PEREIRA / RISARALDA
+	MODULARTE & SOPORTES		BUCARAMANGA / SANTANDER
+	MODULARTE ARTE DISEÑO & ACERO		CALI / VALLE DEL CAUCA
+	MODULARTE CARPINTERIA ARQUITECTONICA		CALI / VALLE DEL CAUCA
+	MODULARTE CLOSETS Y COCINAS		CUCUTA / NORTE DE SANTANDER
+	MODULARTE DISEÑO		CALI / VALLE DEL CAUCA
+	NIT 9001392257 - 2	MODULARTE J&L S.A.S	SAN JOSE DEL GUAVIARE / GUAVIARE
+	NIT 830015919 - 1	MODULARTE LIMITADA	BOGOTA, D.C. / BOGOTA
+	NIT 800126529 - 0	MODULARTE LIMITADA	PEREIRA / RISARALDA

Imagen de homonimia de Modular`T donde se puedes utilizar el nombre de la empresa. Tomado <https://www.ccb.org.co/empresarial/crear-empresa/constituir-empresa/homonimia>

### 3.2.2 Formatos

- Registro Mercantil:

[https://assets.ctfassets.net/n1ptkpt763u/4ydweyU04YWWRvHzbceyV0/2068811bc786324098e78fc012aa12d7/Anexo\\_1\\_matriculamerchantil\\_orenovacion\\_establecimientosdecomercio\\_sucursales\\_oagencias.pdf](https://assets.ctfassets.net/n1ptkpt763u/4ydweyU04YWWRvHzbceyV0/2068811bc786324098e78fc012aa12d7/Anexo_1_matriculamerchantil_orenovacion_establecimientosdecomercio_sucursales_oagencias.pdf)

- Selección de la Forma Jurídica
- Obtención del NIT: <https://www.ccb.org.co/empresarial/crear-empresa/constituir-empresa/expedicion-nit>
- Inscripción del RUT: <https://www.dian.gov.co/Prensa/Aprendelo-en-un-DIAN-X3/Paginas/Paso-a-Paso-Inscripcion-al-RUT.aspx>
- Obtención de las licencias de Funcionamiento
- Inscripción en la seguridad social
- Obtención de permisos y Licencias especiales:  
<https://serviciolegal.com.co/requisitos-legales-para-crear-una-empresa-en-colombia/>

### 3.3 Ubicación de la empresa

Figuras 17 Ubicación geográfica de bodega Modular T



Nota: la imagen es tomada de Google Maps donde se identifica la ubicación de la bodega de la empresa Modular´T (<https://maps.app.goo.gl/V82wFpwSVkJLYrmh8>)

### **3.4 Presentación:**

Modular´T es una microempresa con actividad hace más de 10 años, dedicada a la elaboración y restauración de muebles especiales para hogar y oficina ubicada en zonas de Cundinamarca, con clientes potenciales en Madrid Cundinamarca y alrededores.

Proyectos: Modular´T ofrece un servicio personalizado donde se realiza la visita al lugar donde se realiza el proyecto y se realizan las siguientes fases:

- Se realiza recolección de información de medidas, diseño y tipo de madera a necesidad y deseo de los clientes.
- Análisis de la información recolectada, diseño y recursos para optimizar materiales, tiempo.
- Presentación al cliente los diseños que más se ajusten a la solicitud.
- Contrato donde se estipulen valor, diseño, tiempo de entrega y garantía
- Ejecución del proyecto
- Entrega del proyecto al cliente
- Periodo de garantía

## **IV Capítulo**

### **4 Estudio Legal-Ambiental**

La empresa Modular´T se basa en la normatividad como: Normativas y de política asociadas a las compras responsables de madera, acceso al recurso forestal, están dadas principalmente en la Política de Bosques, Documento, CONPES 2834 de 1996 y en el Plan Nacional de Desarrollo Forestal, Constitución Política de 1991 en sus artículos 8°, 79, 80 y 95, incorpora el concepto de desarrollo humano sostenible asociado al uso racional y a la

protección de los recursos naturales, Decreto-Ley 2811 de 1974, Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, señala en su artículo 1º que “la preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social”, Ley 99 de 1993, por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se 51 reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables y para la parte de funcionamiento de la empresa son: Implementos de seguridad EPP, Normas de SST.

#### **4.1 Políticos, Fiscales, Cambio De Entorno**

La industria de carpintería colombiana ha venido experimentando cambios bastante significantes en los últimos años tanto en crecimiento financiero como en sus factores internos como lo son la calidad, el diseño y la innovación.

La economía naranja, ha tomado tanta fuerza que ha ayudado a potencializar a los diseñadores colombianos. Hay que tener en cuenta que cuando se quiere llegar a mercados internacionales, es decir, exportar, es necesario aplicar tecnologías avanzadas y creatividad en los productos a comercializar. (PROCOLOMBIA , 2019)

A nivel industrial el sector maderero es el que se dedica a procesar maderas, un proceso que va desde su siembra hasta la transformación y fabricación de enseres prácticos. En el proceso deben tenerse en cuenta etapas tales como extracción, corte, almacenamiento, inmunización y moldeo. Por su versatilidad, la industria de la madera es quizás una de las más importantes en el globo.

Hoy por hoy Colombia tiene cultivadas con sello ambiental, según el ministerio de Agricultura, 528.000 hectáreas, sin embargo, el Instituto Colombiano Agropecuario, ICA, da cuenta de 360.000 hectáreas en promedio, lo cual muestra una discrepancia en términos de la metodología de cuantificación, pero para Fedemaderas el interés es llegar a la consolidación de las cifras en lo atinente con bosque plantado. (Núñez Torres N. T., 2022)

## V Capítulo

### 5 Estudio Administrativo

#### 5.1 La Empresa

Modular`T es una microempresa dedicada a la elaboración, producción, restauración e instalación de muebles especiales para hogar sobre medidas y oficina ubicada en Madrid Cundinamarca, con clientes potenciales en sabana de occidente y alrededores.

##### **5.1.1.1 Misión**

Ser una empresa eficiente y oportuna produciendo muebles de madera en el municipio de Madrid y sabana de occidente del departamento de Cundinamarca. Modular`T ofrece muebles de madera de alta calidad con diseños únicos a la necesidades y deseos de los clientes.

##### **5.1.1.2 Visión**

Modular`T para el 2028 desea ser la productora de proyectos de muebles para inmobiliarios, hogar e industria líder en el mercado con altos estándares de calidad satisfaciendo a los clientes.

##### **5.1.1.3 Objetivos.**

- Modular`T busca satisfacer las necesidades de sus clientes ofreciendo trabajos de calidad y a precio justo.
- Garantizar que los proyectos sean entregados en los tiempos establecidos con valor agregado el cumplimiento y la entrega a total satisfacción del cliente.
- Ofrecer servicios de calidad que comprometan a la empresa, el personal y los clientes.
- Fortalecer relaciones comerciales con clientes mayoristas incrementando el portafolio de servicios ofrecidos.

#### **5.1.1.4 Políticas**

- Modular`T está comprometida con la seguridad y salud de sus empleados, garantizando todas las medidas de protección en cada uno de sus colaboradores.
- Ofrece productos de altos niveles de calidad, prestando un servicio integral para satisfacer las necesidades de los clientes
- Cuidar el medio ambiente gestionando de forma responsable buenas prácticas para obtener el material que se necesita para la producción de los muebles.
- Personal ético que se encuentra comprometido para actuar de forma íntegra con honestidad y transparencia en cualquiera de las actividades asignadas.

#### **5.1.1.5 Valores**

- Honestidad: proyectos y muebles creados con los mejores materiales, en los tiempos establecidos con transparencia y rectitud en todos los trabajos y tareas de la empresa.
- Disciplina y responsabilidad: Cumplir con las normas y leyes de seguridad, protección ambiental establecidas en el país para funcionamiento óptimo de nuestros colaboradores y clientes.
- Trabajo en equipo: Mantener la unidad de trabajo para lograr nuestros objetivos en pro del servicio, colaboración y respetos por todos los colaboradores de la empresa.

#### **5.1.1.6 Producto**

Los muebles de madera se hacen a medida y necesidad del cliente para aprovechar los espacios, ambiente y diseño, se crean armarios, cocinas, puertas, centros de entretenimiento, entre otros con los mejores maderas para garantizar la calidad y durabilidad de los proyectos

Se realiza las medidas del espacio y lo que desea el cliente se realizan los costos de material y mano de obra para el precio final, algunos de los proyectos son los siguientes:

Figuras 18. *Proyecto mueblería Modular'T Centro de Entretenimiento*



Fuente propia del autor

Figuras 19. *Proyecto mueblería Modular'T Biblioteca*



Fuente propia del autor

Figuras 20. *Proyecto mueblería Modular'T Escritorio*



Fuente propia del autor

Figuras 21. *Proyecto mueblería Modular'T Cocina Integral*



Fuente propia del autor

Para más imágenes consultar Instagram:

[https://instagram.com/\\_modulart\\_?igshid=MnBxMTR0eWRhemJi](https://instagram.com/_modulart_?igshid=MnBxMTR0eWRhemJi)

## **5.1.2 Antecedentes. Historia, Evolución Y Actualidad.**

### **5.1.2.1 Antecedentes**

Colombia es un país con amplio potencial forestal; de acuerdo con Proexport (2012), hay 17 millones de hectáreas con amplitud forestal, distribuidos en varios pisos altitudinales, de las cuales solo se está usando el 2.06 %, sin embargo, el desarrollo del sector es escaso y no presenta evolución.

El desarrollo del estudio sectorial del uso y legalidad de la madera en el ámbito nacional se enfocó en empresas e industrias forestales y en los sectores de; transporte, vivienda e infraestructura en 5 ciudades principales como son: Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga.

El sector maderero no cuenta con una base de datos o de sistema de información que le permita un control eficaz de las existencias de materia prima, transporte, la comercialización y el manejo del recurso, a pesar de los esfuerzos de las autoridades ambientales como Minambiente e Ideam, las estadísticas existentes presentan deficiencia en los datos, falta de claridad en el origen de la información y discontinuidad en el tiempo.

El sector de industrias forestales del distrito capital se encuentra conformada por 7 subsectores, determinados por actividades específicas así: aserraderos, depósitos, carpinterías, talleres de artesanías, secadoras, inmunizadoras y fabricas donde se realizan diferentes grados de transformación de la madera.

El promedio anual comercializado corresponde a 120.000 metros cúbicos de madera legal, amparadas con salvoconductos emitidos por las corporaciones nacionales, regionales o con remisión del ICA de este volumen el 80 % corresponde a especies provenientes de bosque natural y el restante 20 % a maderas de plantaciones forestales. (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible & Andina, 2015)

"A nivel industrial el sector maderero es el que se dedica a procesar maderas, un proceso que va desde su siembra hasta la transformación y fabricación de enseres prácticos."

(“Industria maderera, un bosque de desarrollo, negocios y oportunidades”) En los procesos deben tenerse en cuenta etapas tales como: extracción, corte, almacenamiento, inmunización y moldeo, por su versatilidad la industria de las maderas es quizás una de las más importantes en el globo. (Núñez Torres G. E., 2022)

Dadas las condiciones actuales de la industria maderera, es necesario considerar las restricciones ambientales legales, sociales, económicas, así como un estudio de las limitantes en la actividad operativa tales como productividad, tratamiento de la madera, administración del negocio, gestión del marketing y publicidad, ecología, todo esto beneficiará para que tenga una visión estructurada en la actividad empresarial. (“CAPÍTULO N° 1 1. ANTECEDENTES”) (Universidad de las Fuerzas Armadas, 2023)

### **5.1.2.2 Historia**

Se cree que el mobiliario tal como se conocen se originó hace unos 30.000 años, cuando los humanos comenzaron a construir y tallar sus propios muebles, usando madera, piedras, huesos de animales. (“Muebles restaurados antes y después: la magia de la transformación”) Luego evolucionó a través de las edades incorporando cuero en el Antiguo Egipto y espigas en la Antigua Grecia y Roma.

La evidencia sugiere que los muebles se utilizaron ya en el periodo neolítico y en la vida diaria sin ella es inimaginable. (“La historia de los estilos en muebles - Forestal Maderero”) (DFM directorio Forestal Maderero, 2018)

En la Edad Media entre los siglos V y el XV, eran obras de arte de tipo religioso pasando por tres corrientes de diseño

El mobiliario Bizantino: se utilizaban materiales con relieves en marfil o metal, siendo sus piezas más representativas el Trono de Maximiliano. Utilizaban también los mosaicos para crear imágenes o escenas en su mayoría religiosas.

El mobiliario Romántico: en el que se trabajaba con materiales como el bronce, el bronce dorado, plata y la técnica de marquetería en madera, aquí la estructura de la madera

era tosca, dura y desmontable (viajaban mucho con los muebles) sus camas eran altas y con escaleras de soportes, utilizaban mucho el barqueño y el taquillón (“Historia del mueble y la decoración - Pisos de madera - Arca”)

El mobiliario Gótico: con sus textiles artesanos (buena opción para proteger las casas del frío) policromía, oro, muebles macizos y verticales tallados con símbolos religiosos hojas, bichos, aquí se ponen de moda los bancos arcones y dressoires.

Con el Renacimiento (Siglos XV y XVI) y su nueva concepción y del mundo, el hombre cobra importancia y se ve reflejado en las obras, en esta época utilizaban las tapicerías bordadas, muebles pintados, madera de nogal, ébano con incrustaciones, hierro y bronce, las patas de los muebles eran finas y en forma de S o C, conocidos como cofre, bargueños de asas y armarios con cornisas sobresalientes.

Barroco (siglos XVII y XVIII) Se abandonaba la serenidad del Renacimiento con sus terciopelos, sedas, rasos, ébanos, caoba, oro molido y bronce, decoraban de madera recargada con espejos, relojes de caja de marquetería, alfombras, tapices, cojines, faroles esculturas y cuadros que se alejaban de los temas “paganos” una vez más estaban influenciados por la iglesia, los muebles tenían formas elaboradas y caprichosas, algunos con patas en forma de animales.

En el siglo XIX Neoclasicismo, los muebles volvieron a los modelos renacentistas, en una versión más delicada y lisa con formas simples y geométricas como círculos, rectángulos y óvalos, utilizaban la caoba, el ébano y el palo de rosa, cerezo, arce, nogal con toques en dorado y bronce.

Siglo XIX Eclecticismo, donde se utilizaban aplicaciones en bronce y marquetería, surgió la técnica de utilizar materiales pobres y darles buena apariencia ya fuera con chapados para cubrir maderas tapizando y capitoneando, decoraban con lámparas grandes, columnas robustas, tapizados en pared y les dieron gran importancia a las cortinas.

A principio del siglo XX en el que utilizaron maderas lacadas, piedras, tubos metálicos, cristal, acero y cuero. Colores puros.

Mediados del siglo XX Posmodernismo, con sus materiales nobles, plástico, poliéster y fibras acrílicas de fácil limpieza, formas geométricas puras, ausencias de decoración, diseños modulares y precios accesibles a destacar los escandinavos como Eero Aarnio con sus muebles confortables de líneas sencillas como la silla bola o la silla esfera y los italianos como Gio Ponti y Marco Zanuso con sus diseños originales y cómodos de gran funcionalidad

Finales del siglo XX Contemporánea, momento en que surge la conciencia de sustentabilidad y descubrieron la importancia de reciclar, como reacción a las líneas frías de antes, buscaron texturas con calidez y diseños llamativos, utilizaron materiales como policarbonato, maderas claras, poliéster, polipropileno, recuperaron el color, tomaron inspiración étnica y rechazaron el minimalismo, el aire y el espacio se tomaron al momento de diseñar los interiores. (ARCA, 2023)

### **5.1.2.3 Actualidad empresas de fabricación de muebles**

La industria del mueble en los últimos años ha venido experimentando cambios significativos por mejorar la calidad, el diseño y la innovación, la economía naranja, ha tomado tanta fuerza que ha ayudado a potencializar a los diseñadores colombianos, hay que tener en cuenta que cuando se quiere llegar al mercado Internacionales, es decir exportar es necesario aplicar tecnologías avanzadas y creatividad de los productos a comercializar. (“Industria del mueble colombiano, un mercado de muchas oportunidades”)

Oportunidades para empresarios colombianos

- Accesos a nuevos mercados: oportunidades para que el sector de muebles en Colombia aproveche estos mercados en particular, en segmentos de alto nivel y economías emergentes. (“Industria del mueble colombiano, un mercado de muchas oportunidades”)

- Sinergias, con la construcción y el turismo: utilizando materias primas provenientes de fuentes sostenibles para la producción del mobiliario y decoración que podrían tener un impacto positivo en las ventas. (“Industria del mueble colombiano, un mercado de muchas oportunidades”)
- Se espera que la industria mobiliaria, residencial y comercial experimente un progreso moderado en el futuro lo que podría impulsar la industria de muebles colombianos
- "Exportación de productos multifuncionales que incluyan diseño, calidad y exclusividad." (“Industria del mueble colombiano, un mercado de muchas oportunidades”)
- Aprovechamiento de las herramientas digitales para apertura de nuevos mercados.

#### ***5.1.2.4 La industria del mueble en el mundo***

La industria del mueble es un sector dinámico, intensivo en mano de obra, con oportunidades para diseñadores de interiores altamente calificados, combina nuevas tecnologías con innovación, patrimonio, diseño y estilo. La Industria está dominada principalmente por pequeñas y medianas empresas, dentro del sector IKEA, Steinhoff y JYSK son marcas conocidas y de gran valor. (“Industria del mueble colombiano, un mercado de muchas oportunidades”)

En los últimos 50 años, la creciente riqueza en la economía naranja industrial, ha provocado la necesidad de la autoexpresión y el autodesarrollo, la gente quiere distinguirse de los demás ya que buscan la individualidad y la originalidad, para hacerlo las personas crean su propia “ identidad de marca” estas identidades no tienen que encajar en los perfiles demográficos tradicionales, por ejemplo, la amplia gama de opciones en las zonas urbanas y en internet da a las personas la libertad para expresar su gusto. "Pueden hacer una elección

individual de artículos o actividades para consumir." ("Industria del mueble colombiano, un mercado de muchas oportunidades") (PROCOLOMBIA , 2019)

En la industria nacional, el informe de World Furniture Outlook del CSIL (Centro de estudios industriales) clasifica a Colombia entre los 100 países más destacados para la industria del mueble, estos países fueron seleccionados por su economía y la contribución de la industria del mueble en ella para el caso del Centro y Sur América, el país está incluido en los 15 países de mayor relevancia para la producción de esta industria. (Camara de Comercio de Armenia y del Quindío, 2021)

### **5.1.3 Planeación Estratégica De La Empresa**

#### **5.1.3.1 Estrategias Corporativas.**

##### **✓ Valor para la comunidad.**

Modular´T es una empresa que realiza diseños especiales y transforma los muebles que los usuarios ya no utilizan en casa y los transforma en nuevos muebles útiles.

- Beneficios esperados
- Aumento de un 20 % de las ventas a nivel regional (Funza-Madrid-, Mosquera y Facatativá)
- Contar con una planta operativa con más de 10 empleados.
- Implementar salas de ventas física y virtual en donde se pueda exhibir los trabajos elaborados.
- Implementar ferias de descuentos para atraer más clientes.
- Contar con un diseñador gráfico que elabore los planos de forma computarizada.

##### **✓ Plan de acción para incrementar ventas.**

Teniendo en cuenta que Modular´T tiene competencia directa a través de la tecnología, es importante que para lograr su meta de ventas se plantee varias estrategias como lo son:

- Implementar estrategias de marketing por diferentes plataformas tecnológicas que permitan el aumento de las ventas a nivel regional, por medio del reconocimiento de más clientes por estas plataformas.
- Establecer vínculos comerciales con almacenes de grandes superficies para aumentar la producción y que estos permitan que Modular´T pueda ofrecer diseños a sus clientes por medio de sus plataformas graficas.
- Implementar portafolios virtuales que permita dar a conocer nuestros productos desde el inicio hasta la instalación de los mobiliarios.
- Crear una página Web donde Modular´T presente a sus clientes la misión, visión, objetivos, políticas y trabajos reales, de modo que se gane la confianza de más clientes por medio de sus experiencias de venta.

✓ **Plan de acción para mejorar el clima laboral.**

Para los departamentos de recursos humanos también es importante determinar un plan de acción empresarial que beneficie tanto a los colaboradores como a los encargados de esta área.

- Crear un ambiente de confianza entre el equipo de trabajo operativo y administrativo.
- Capacitaciones de nuevas tendencias de materiales y variedades presentadas en el mercado.
- Fomentar la competencia sana dentro de los empleados, lo que permitirá un crecimiento laboral de forma competitiva y leal.
- Apoyo de herramientas digitales para el cumplimiento de los objetivos.
- Establecer escalas de premios e incentivos
- Medir el rendimiento de cada colaborador.

✓ **Plan de acción para optimizar los recursos digitales.**

Inicialmente Modular´T creará una página web y sitio de Facebook personalizada con toda su información estratégica por medio de la cual dará a conocer sus productos y servicios. Esta se realizará inicialmente por medio de las páginas gratuitas para no generar gastos en su implementación.

A corto plazo se usarán plataformas de diseño de los proveedores por medio de las cuales se le ofrecerán a los clientes diferentes modelos a través de estas plataformas gráficas, para poder concretar más ventas

A largo plazo, contratará a un diseñador gráfico personalizado que gestione y les ofrezca a los clientes diseños propios, por medio de un Software especializado para este fin.

✓ **Plan de acción para el manejo de las áreas contables.**

A corto plazo Modular´T buscará una asesoría tercerizada cercana que le enseñe y colabore a llevar su contabilidad

A mediano plazo, se contratará una persona que pueda llevar la contabilidad de la empresa y obligaciones fiscales según los reglamentos de ley.

✓ **Plan de acción para la distribución de presupuesto.**

Para la elaboración del presupuesto del año 2023, se hará un análisis histórico de las compras de materia prima, insumos, gastos administrativos, gastos fijos y variables y demás gastos y costos importantes que permitan poder tener una base para proyectarse.

Se realizará sobre el mismo una proyección de incremento de estos insumos según el IPC y se pronosticará el flujo de efectivo de todas las áreas que involucra la empresa.

✓ **Plan de acción con proveedores.**

Construir una relación comercial, con compromiso de cumplimiento en entrega del material comprado, colores y precios ofrecidos por el proveedor.

Reconocimiento por antigüedad en el mercado, y tener prioridad ante materiales agotados o productos nuevos.

Negociar mejor facilidad de pago con los proveedores más antiguos para mejorar el flujo de efectivo y crear vínculos comerciales con otros proveedores que puedan ser potenciales, que puedan tener un valor agregado o con los cuales se pueda generar confianza para negociar de igual manera mejores facilidades de pago.

✓ **Plan de acción para mantener comunicados a los colaboradores del equipo.**

El adiestrador de Modular´T participará con su equipo de trabajo en la comunicación activa y asertiva, disponiendo en la semana un día y una hora para reunirse con su equipo para validar las novedades presentadas, de tal manera que el quipo conozca de las mismas y crear aspectos de mejora entre todos. De igual manera para retroalimentar al equipo de las fortalezas y logros como un eje motivacional para seguir mejorando y brindar lo mejor.

✓ **Plan de acción para el reconocimiento de marca**

Se recomienda a Modular´T actualizar, su logo slogan e imagen corporativa, de forma que sus clientes actuales hagan partícipes de los cambios que la empresa quiere empezar a gestionar por medio de los medios físicos (Carteles publicitarios, tarjetas de presentación) y digitales (Carteles virtuales y video publicitario) se hará una campaña reconocimiento de la marca con su nueva presentación.

El video de reconocimiento de marca se realizará en lugares donde Modular´T ha culminado trabajos de tal manera que posibles clientes nuevos puedan ver la realidad de los trabajos y la calidad de estos.

✓ **Plan de acción para atraer leads**

Implementar el uso de redes sociales e informar a los clientes potenciales que contamos con información en línea que puede consultar todos los detalles de los trabajos entregados

Facilitar a clientes, seguidores y visitantes del perfil, opciones para entrar en contacto con Modular´T y así obtener toda la información necesaria.

### ✓ **Plan de acción para la innovación**

Modular'T es una empresa que tiene más de 10 años de operación y presenta este plan estratégico de innovación para mantener al tanto los cambios tecnológicos.

- Realizar contantemente un análisis de las características del sector en cuestión de tecnología
- Invertir en la adquisición de un programar tecnológico y de información que sea acorde a la actividad realizada.
- Obtener el compromiso de todos los que intervienen en el proceso.
- Definir la estructura y los roles para apoyar la innovación.
- Administrar las ideas y escuchar a los colaboradores.
- Permanecer atentos a los cambios que puedan aparecer en el mundo digital

### ✓ **Plan de acción para la capacitación de los equipos**

- Para Modular T es importante contar con herramienta de alta tecnología en procura de obtener un mejor resultado en el tiempo de entrega.
- La creación de planes de capacitación se hará de forma progresiva a medida que se vayan implementando nuevas herramientas tecnológicas que permita interactuar a los colaboradores y todos los miembros que intervengan en el proceso de la producción
- Realizar capacitaciones dentro del horario laboral, lo que va a permitir una participación del 100 % de los colaboradores.
- Las capacitaciones deben ser programadas semestralmente de acuerdo con los equipos adquiridos
- Buscar nuevas alternativas que permitan obtener certificaciones oficiales en el manejo de estas herramientas.
- Definir los objetivos

- Hacer un diagnóstico para implementar nuevos equipos.

### **5.1.3.2 Estrategias De Mercados. Matriz Peyea**

- ✓ **Fuerza Financiera:** Es una fortaleza financiera que se logra cuando la compañía o corporación ofrece beneficios a sus accionistas por medio del reparto de dividendos consecuentes y satisfactoriamente.

La importancia del análisis financiero radica en identificar los aspectos económicos y financieros que muestran las condiciones en que opera la empresa con respecto a nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad facilitando la toma de decisiones gerenciales. (“Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión ... - SciELO”)

- ✓ **Ventajas Competitivas:** Es una característica con la que debe contar cualquier empresa que desee tener un mejor lugar en el mercado y de este modo reflejar y comparar el prestigio de otras empresas respecto de la propia, tomando en cuenta las estrategias que se hayan adoptado para alcanzar dicho prestigio.
  - Ventaja comparativa: hacer u ofrecer un producto o servicio mejor que la competencia, el consumidor elegirá conforme a aspectos como el precio, la publicidad entre otros  
Ejemplo: competencia entre marcas como Coca –Cola y Pepsi
  - Ventaja diferencial: Centrarse en las características de un producto o marca que se destaque en el resto de los competidores, el consumidor elegirá la marca a pesar de que aumente la competencia (DIFERENCIACIÓN Y POSICIONAMIENTO, Referencias Kotler, P,2012)  
Ejemplo: predomina de Apple en el mercado de tecnología de uso personal.
- ✓ **Estabilidad de ambiente:** Respetar las condiciones del entorno de la empresa, ayuda a reforzar la estabilidad y mejorar el rendimiento de cada uno de los miembros de la

compañía, mejorar el ambiente de trabajo tiene efectos muy positivos en los empleados. (Variables dentro de la administración, Docsity)

Los factores ambientales de una empresa son todos los factores internos y externos del ambiente organizacional que pueden afectar positiva o negativamente el desarrollo de sus proyectos, en efecto todo proyecto empresarial se realiza dentro de una organización.

(Factores ambientales de la empresa, 2023, Economipedia)

Factores o ergonomía ambientales:

- Ambiente Térmico
  - Iluminación
  - Ruido y vibraciones
  - Calidad del ambiente interior.
- ✓ **Riesgos medioambientales:** Es toda circunstancia o factor que pueda causar daños directos o indirectos en el medio ambiente, los trabajadores aplican el conocimiento y las experiencias existentes en su centro de trabajo según su criterio. (“Daphnia 16: Riesgos medioambientales en la empresa”)
- ✓ **Fuerza de la Industria:** Hace referencia al poder con que cuentan los consumidores o compradores de la industria para obtener buenos precios y condiciones. (“Cuales son las fuerzas de la competencia que operan en ... - ConsejosParaTi”)
- ✓ **Matriz PEYEA Modular T**

Clasificación de la calificación:

Cuando se determinan las diferentes fuerzas de en la matriz PEYEA, se les brinda un valor de la siguiente manera

Fuerza financiera vs ventaja competitiva: Se evalúan los factores en una calificación de 1 a 6, donde 1 es lo peor y 6 lo mejor

Estabilidad del ambiente vs Fuerza de la industria: calificación de (-1) a (-6), donde

(-1) es lo mejor y (-6) lo peor

Tabla 18. Total, ponderado matriz PEYEA

Factor	Prom Pond	Coordenada	Origen
FI	3,65	X	X
VC	4,34	-0,7	0,0
FF	3,90	Y	Y
EA	3,29	0,6	0,0

Figuras 22. Grafica Matriz PEYEA

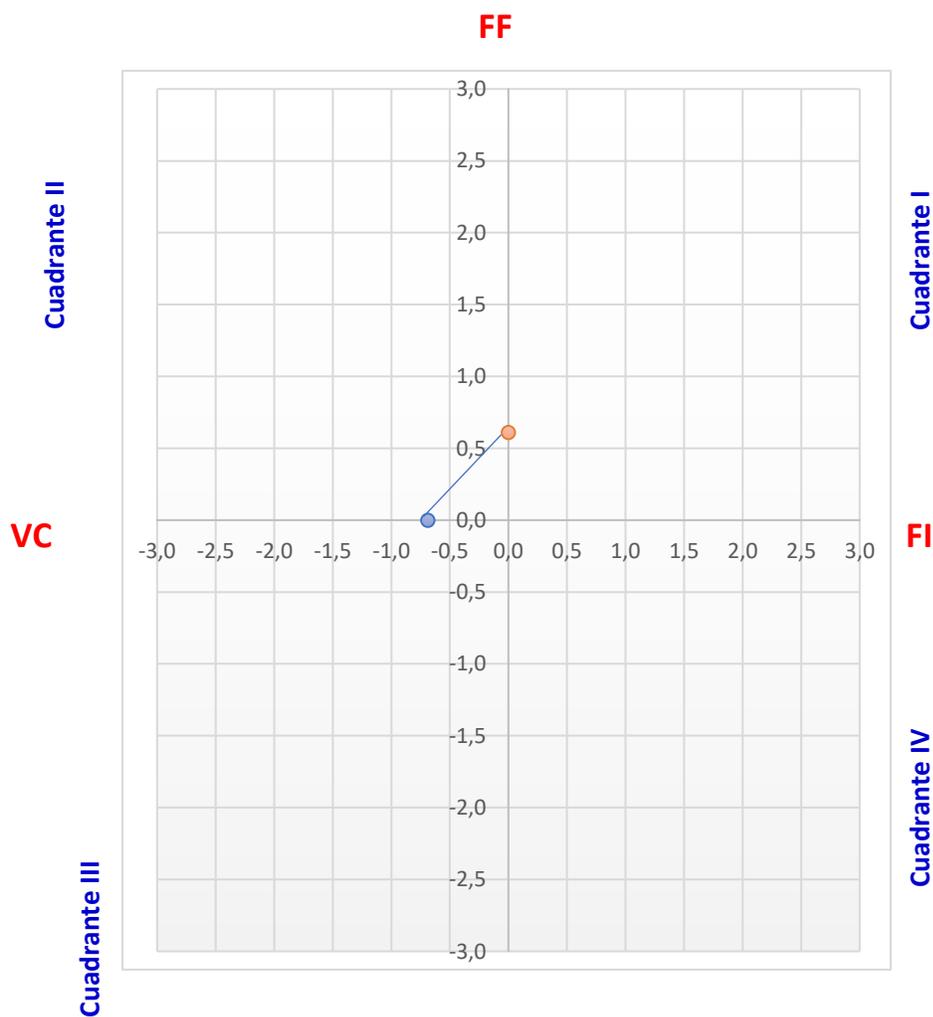


Tabla 19. Fortalezas industriales matriz PEYEA

<b>FORTALEZA INDUSTRIAL</b>		<b>PONDERACIÓ N</b>	<b>CALIFICACIÓ N</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>FI 1</b>	Potencial de crecimiento	0,20	4	0,80
<b>FI 2</b>	Innovación y desarrollo	0,18	3	0,54
<b>FI 3</b>	Experiencia	0,20	5	1,00
<b>FI 4</b>	Potencial de utilidades	0,12	3	0,36
<b>FI 5</b>	Capacidad para exportar	0,05	1	0,05
<b>FI 6</b>	Estabilidad financiera	0,10	3	0,30
<b>FI 7</b>	Alta productividad del personal	0,15	4	0,60
		<b>1,00</b>	<b>PROM POND</b>	<b>3,65</b>

Tabla 20. Fortalezas financieras matriz PEYEA

<b>FORTALEZA FINANCIERA</b>		<b>PONDERACIÓ N</b>	<b>CALIFICACIÓ N</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>FF 1</b>	Flujo de caja	0,15	3	0,45
<b>FF 2</b>	Respaldo financiero	0,20	4	0,80
<b>FF 3</b>	Liquidez	0,15	3	0,45
<b>FF 4</b>	Capital de trabajo	0,15	5	0,75
<b>FF 5</b>	Sostenibilidad financiera	0,25	5	1,25
<b>FF 6</b>	Riesgo involucrado en el negocio	0,10	2	0,20
<b>FF 7</b>				0,00
		<b>1,00</b>	<b>PROM POND</b>	<b>3,90</b>

Tabla 21. Ventaja competitiva matriz PEYEA

<b>VENTAJA COMPETITIVA</b>		<b>PONDERACIÓ N</b>	<b>CALIFICACIÓ N</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>VC 1</b>	Servicio post venta	0,20	5	1,00
<b>VC 2</b>	Calidad del producto	0,22	5	1,10
<b>VC 3</b>	Reconocimiento de marca	0,15	3	0,45
<b>VC 4</b>	Entrega oportuna de pedidos	0,15	5	0,75
<b>VC 5</b>	Ubicación geográfica del cliente	0,08	3	0,24
<b>VC 6</b>	Experiencia y conocimiento del sector	0,20	4	0,80
<b>VC 7</b>				
		<b>1,00</b>	<b>PROM POND</b>	<b>4,34</b>

Tabla 22. Estabilidad ambiental matriz PEYEA

<b>ESTABILIDAD AMBIENTAL</b>		<b>PONDERACIÓ N</b>	<b>CALIFICACIÓ N</b>	<b>PRODUCTO</b>
<b>EA 1</b>	Cambios tecnológicos	0,15	2	0,30
<b>EA 2</b>	Crecimiento económico del país	0,20	2	0,40
<b>EA 3</b>	Cambios políticos y Ley de garantías	0,17	3	0,51
<b>EA 4</b>	Presión competitiva	0,14	3	0,42
<b>EA 5</b>	Ética en los negocios	0,20	6	1,20

<b>EA 6</b>	Variación de la demanda	0,09	4	0,36
<b>EA 7</b>	Comportamiento de la TRM	0,05	2	0,10
		<b>1,00</b>	<b>PROM POND</b>	<b>3,29</b>

---

#### **Cuadrante I Estrategia Agresiva**

---

Integración  
Intensivas  
Diversificación  
Enfoque de costos - Enfoque  
diferencia

### **5.1.4 Resultados Esperados**

#### **5.1.4.1 Panorama Negativo:**

- Disminución de ingresos llevando al cierre de la empresa.
- Aumento de costos en materia prima para la elaboración de proyectos.
- Colores y materiales agotados o eliminados del mercado dificultando la variedad e innovación.
- Aumento en transporte de materia prima, incrementando el valor costos en los proyectos.
- Materiales de dudosa calidad.

#### **5.1.4.2 Panorama Positivo:**

- Alianzas comerciales
- Expansión de mercados con nuevos clientes minoristas y mayoristas que incrementen la oferta y la demanda.
- Adquisición de maquinaria industrial que garantice la producción en altas cantidades.
- Organización Administrativa de Modular`T
- Educación financiera.
- Implementación de redes sociales y fácil adherencia a los cambios digitales.

- Incremento de personal de producción.
- Variedad en portafolio.

## 5.2 Análisis FODA – PESTEL

### 5.2.1 Matriz FODA

Tabla 23 MEFE

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	0,62
OPORTUNIDADES		N	N	O	
<b>0,5</b>					
<b>3</b>					
<b>O1</b>	Crecimiento de la población en el municipio	0,09	2	0,18	
<b>O2</b>	Proyectos que se adaptan al cliente	0,13	4	0,52	
<b>O3</b>	Poca formalización de las empresas del sector	0,10	2	0,2	
<b>O4</b>	Proveedores con respaldo ambiental y materiales de calidad	0,06	4	0,24	
<b>O5</b>	Servicios personalizados	0,15	4	0,6	
<b>0,4</b>					
<b>7</b>					
<b>AMENAZAS</b>					
<b>A1</b>	Empresas competidoras que se destacan por su dimensión (producen más barato - Nacionales e internacionales)	0,13	2	0,26	
<b>A2</b>	Falta de estadísticas de participación del mercado	0,06	1	0,06	
<b>A3</b>	Falta de apoyo estatal que favorezcan a la micro, pequeña y mediana empresa	0,09	1	0,09	
<b>A4</b>	Almacenes de cadena que ofrecen productos de bajo precios	0,11	2	0,22	
<b>A5</b>	Demanda del producto no estable	0,08	2	0,16	
		<b>1,00</b>		<b>2,53</b>	<b>3,15</b>

Tabla 24 MEFI

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS		PONDERACIÓN	CALIFICACIÓN	PRODUCTO	0,59
FORTALEZAS		N	N		
<b>0,55</b>					
<b>F1</b>	Calidad en los procesos de producción	0,15	4	0,6	
<b>F2</b>	Materiales de calidad y larga duración	0,15	4	0,6	
<b>F3</b>	Garantía y servicio post venta	0,08	3	0,24	
<b>F4</b>	Atención personalizada	0,09	4	0,36	

<b>F5</b>	Experiencia en el sector	0,08	3	0,24
<b>0,45</b>	<b>DEBILIDADES</b>			
<b>D1</b>	La empresa no tiene liquidez para invertir	0,08	1	0,08
<b>D2</b>	No Cuanta con Transporte propio para llevar el material al lugar de proyecto	0,08	2	0,16
<b>D3</b>	No cuanta la empresa con tecnología para recolección y análisis de la información	0,09	1	0,09
<b>D4</b>	Falta de plan de publicidad y marketing	0,10	1	0,1
<b>D5</b>	No cuanta con la estructura estratégica	0,10	1	0,1
		<b>1,00</b>		<b>2,57</b>
				<b>3,16</b>

Tabla 25 FODA

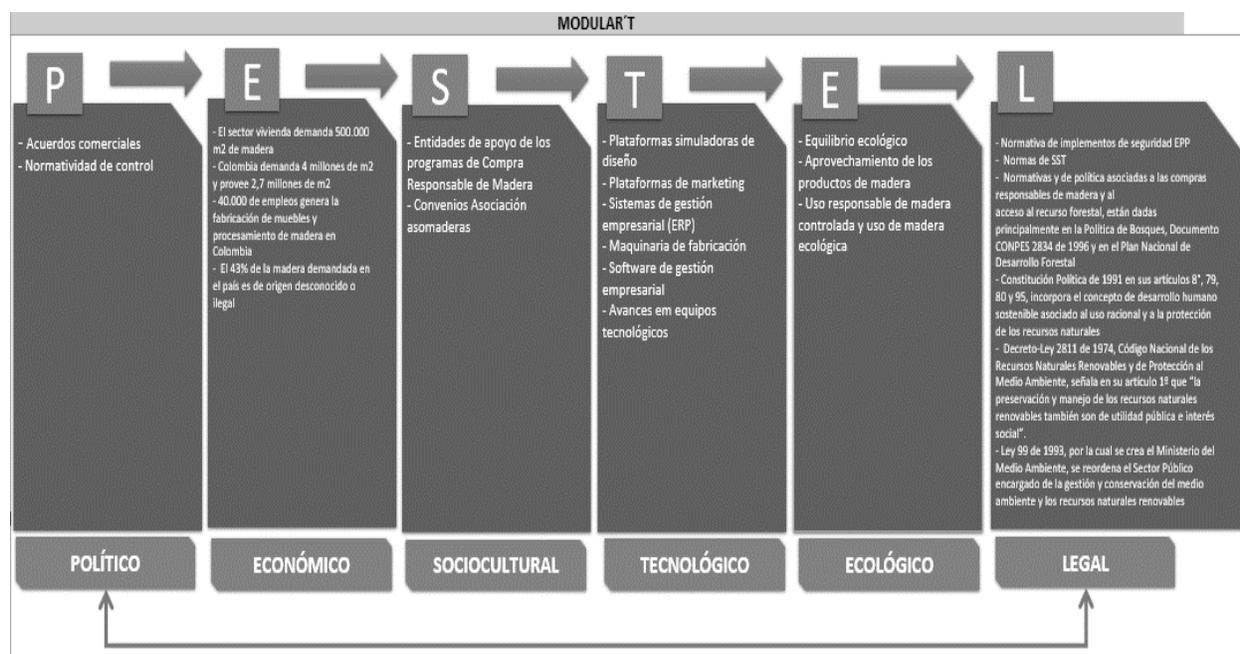
<b>MATRIZ DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES, AMENAZAS</b>		<b>FORTALEZAS</b>		<b>DEBILIDADES</b>	
		<b>F1</b>	Calidad en los procesos de producción	<b>D1</b>	La empresa no tiene liquidez para invertir
		<b>F2</b>	Materiales de calidad y larga duración	<b>D2</b>	No Cuanta con Transporte propio para llevar el material al lugar de proyecto
		<b>F3</b>	Garantía y servicio post venta	<b>D3</b>	No cuanta la empresa con tecnología para recolección y análisis de la información
		<b>F4</b>	Atención personalizada	<b>D4</b>	Falta de plan de publicidad y marketing
		<b>F5</b>	Experiencia en el sector	<b>D5</b>	No cuanta con la estructura estratégica
<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>ESTRATEGIAS FO</b>		<b>ESTRATEGIAS DO</b>	
<b>O1</b>	Crecimiento de la población en el municipio		F1O4: Desarrollo de mercados		D1O3: Desarrollo interno
<b>O2</b>	Proyectos que se adaptan al cliente		F2O2 Desarrollo de mercados		D2O5: Desarrollo interno
<b>O3</b>	Poca formalización de las empresas del sector		F3O5: Desarrollo de mercados		D4O1: Desarrollo interno
<b>O4</b>	Proveedores con respaldo ambiental y materiales de calidad		F4O1: Desarrollo de mercados		
<b>O5</b>	Servicios personalizados		F5O3: Penetración de mercados		
<b>AMENAZAS</b>		<b>ESTRATEGIAS FA</b>		<b>ESTRATEGIAS DA</b>	
<b>A1</b>	Empresas competidoras que se destacan por su dimensión (producen más		F1A4: Diferenciación		D1A1: Desarrollo interno

	y más barato - Nacionales e internacionales)			
<b>A2</b>	Falta de estadísticas de participación del mercado		F2A4: Diferenciación	D2A3: Desarrollo interno
<b>A3</b>	Falta de apoyo estatal que favorezcan a la micro, pequeña y mediana empresa		F3A5: Penetración de mercados	D3A2: Desarrollo interno y externo
<b>A4</b>	Almacenes de cadena que ofrecen productos de bajo precios		F4A1: Desarrollo de mercados	D4A5: Desarrollo interno
<b>A5</b>	Demanda del producto no estable		F5A5: Desarrollo de mercados	

Modular`T es una empresa que realiza sus proyectos con materiales de calidad y de larga duración, ofreciendo una atención personalizada y con credibilidad en el sector, su mayor debilidad es que no cuenta con liquidez financiera que le garantice aumentar o mantener inventarios en su empresa, aunque el sector mantiene constantemente una amenaza debido a las nuevas tecnologías que manejan los almacenes de cadena para aumentar su producción y realizar trabajos en línea, Modular`T tiene la destreza de crear proyectos que se adapten a las necesidades de sus clientes y capacidad para atender la demanda.

## 5.2.2 Matriz PESTEL

Figuras 23. Matriz PESTEL Modular´T



Nota: la imagen muestra el análisis PESTEL aplicado a la empresa Modular´T. Fuente propia

Tabla 26. Valoración del Contexto Externo de la Organización PESTEL

MODULAR´T	VALORACIÓN DEL CONTEXTO EXTERNO DE LA ORGANIZACIÓN				
	Cuestiones		Cuestiones Internas / Externas	Neutro	Positivo
PESTEL	Internas	Externas			
POLÍTICO		×	Acuerdos comerciales	x	
			Normatividad de control	x	
ECONÓMICO		×	El sector vivienda demanda 500.000 m2 de madera		x
		×	Colombia demanda 4 millones de m2 y provee 2,7 millones de m2		x
		×	40.000 de empleos genera la fabricación de muebles y procesamiento de madera en Colombia	x	
		×	El 43% de la madera demandada en el país es de origen desconocido o ilegal	x	

<b>SOCIO CULTURAL</b>		×	Entidades de apoyo de los programas de Compra Responsable de Madera		x
		×	Asociación asomaderas		x
<b>TECNOLÓGICO</b>		×	Plataformas simuladoras de diseño		x
		×	Plataformas de marketing		x
		×	Sistemas de gestión empresarial (ERP)		x
	×		Maquinaria de fabricación		x
		×	Software de gestión empresarial		x
		×	Avances em equipos tecnológicos		x
<b>ECOLÓGICO</b>		×	Equilibrio ecológico		x
		×	Aprovechamiento de los productos de madera		x
		×	Uso responsable de madera controlada y uso de madera ecológica		x
<b>LEGISLACIÓN Y NORMATIVO</b>		×	Implementos de seguridad EPP		x
		×	Normas de SST		x
		×	• Normativas y de política asociadas a las compras responsables de madera y al	X	
		×	acceso al recurso forestal, están dadas principalmente en la Política de Bosques, Documento	X	
		×	CONPES 2834 de 1996 y en el Plan Nacional de Desarrollo Forestal	X	
		×	• Constitución Política de 1991 en sus artículos 8°, 79, 80 y 95, incorpora el concepto de desarrollo humano sostenible asociado al uso racional y a la protección de los recursos naturales,	X	
		×	• Decreto-Ley 2811 de 1974, Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, señala en su artículo 1° que “la preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social”.	X	
		×	• Ley 99 de 1993, por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables	X	

- **Político:** Se basan en los acuerdos comerciales y de normatividad de control de comercio y extracción de maderas.

- **Económico:** Refiere a toda la parte de los costos de producción para la entrega a satisfacción de los clientes, tenemos entre estos costos de materia prima, procesamiento y mano de obra.
- **Sociocultural:** Hace referencia de los convenios que se encuentran trabajando en adquisición responsable de madera y alianzas estratégicas con proveedores para adquirir materiales de excelente calidad.
- **Tecnológico:** Maquinaria y equipos de última tecnología, plataformas de redes sociales y plataformas de Marketing digital que permita dar a conocer los productos finales.
- **Ecológicos:** Permite el aprovechamiento de muebles que ya no se encuentra en uso, dándoles una nueva oportunidad recuperando al máximo todo el material con el fin de darle una vida útil y optimizando gastos innecesarios.
- **Legal:** Para la empresa Modular T se tiene que basar en la normatividad como: Normativas y de política asociadas a las compras responsables de madera, acceso al recurso forestal, están dadas principalmente en la Política de Bosques, Documento, CONPES 2834 de 1996 y en el Plan Nacional de Desarrollo Forestal, Constitución Política de 1991 en sus artículos 8°, 79, 80 y 95, incorpora el concepto de desarrollo humano sostenible asociado al uso racional y a la protección de los recursos naturales, Decreto-Ley 2811 de 1974, Código Nacional de los Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente, señala en su artículo 1° que “la preservación y manejo de los recursos naturales renovables también son de utilidad pública e interés social”, Ley 99 de 1993, por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables y para la parte de funcionamiento de la empresa son: Implementos de seguridad EPP, Normas de SST.

En conclusión contar con acuerdos comerciales y normatividad de control le permitirá a Modular`T crecer a nivel empresarial, dar a conocer su producción, contando con el apoyo responsable de empresas, convenios y asociaciones madereras con el uso de plataformas de marketing, adquisición y avance en equipos tecnológicos, está trabajando con el fin de lograr un equilibrio ecológico aprovechando los productos de madera, todo el proceso debe estar reglamentado con el fin de alcanzar la satisfacción personal y laboral con sus empleados y clientes.

### **5.3 Recursos Humanos**

#### **5.3.1 Perfiles Y Descripción De Cargos**

##### **5.3.1.1 Propietario y gerente:**

Perfil: Persona capacitada en resolución de conflictos internos y externos. Ser líder para delegar tareas al equipo de trabajo, brindando oportunidades de crecimiento y generando nuevas ideas para el resultado de las labores asignadas. Conocimiento diseño y carpintería, productos de madera, gestión comercial y negociación, costos y presupuestos.

Funciones:

- Compra de materiales de producción
- Control de calidad
- Gestión comercial
- Diseño de los muebles

##### **5.3.1.2 Coordinadora financiera y contable:**

Perfil profesional: persona con experiencia y conocimiento en registrar y análisis de información contable y financiera de la empresa. Planificación y organización de operaciones financieras para el óptimo funcionamiento de la empresa y proyectos.

Aplicación de pagos a proveedores, nóminas y gastos administrativos y operativos

- Registro de ingresos y gastos de la empresa.

- Pagos de servicios y arriendo bodega
- Pago de nominas
- Pago de proveedores

#### **5.3.1.3 Jefe de producción:**

Perfil profesional: personal capacitado y con experiencia manejo de personal, supervisión en la elaboración y montaje de los proyectos inmobiliarios cumpliendo las normas de calidad y tiempo establecidos, planificación de tareas de los auxiliares y cumplimiento de protección personal de los trabajadores

- Corte de material
- Ensamble de material
- Gestión de personal

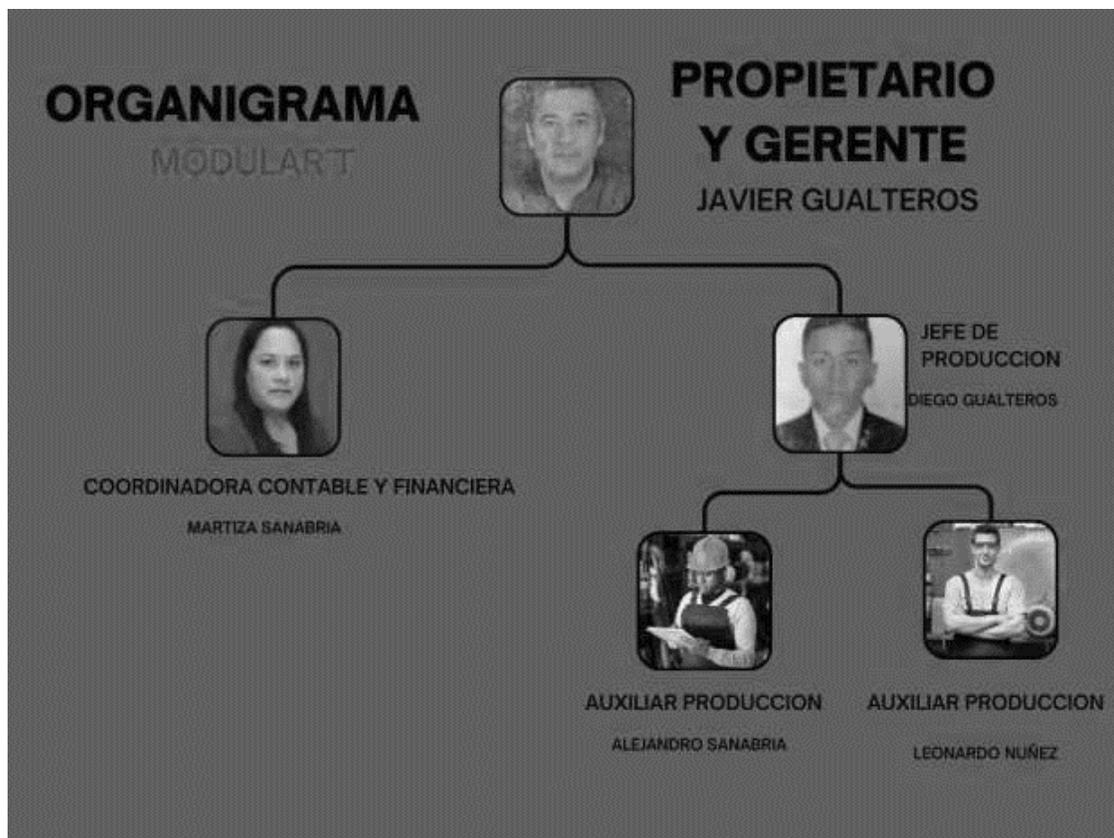
#### **5.3.1.4 Auxiliar de producción:**

Perfil profesional: persona capacitada para la recepción, carga y distribución de materiales para iniciar el proceso de corte, pintura y acabados del material, aseo y orden de las piezas y lugar de trabajo. Conocimiento y experiencia en herramientas y maquinas eléctricas para la elaboración de muebles de madera. Etiquetar, empaque e instalación de los proyectos inmobiliarios

- Ensamble de las piezas
- Lijar y pintar
- Limpieza del mueble

### **5.3.2 Organigrama**

Figuras 24. *Organigrama de la empresa Modular'T*



Nota: imagen organigrama de la empresa Modular'T

## VI Capítulo

### 6 Estudio Financiero

#### 6.1 Presupuesto financiero

Para el funcionamiento de la empresa se debe conocer los activos que se cuenta para identificar el capital y que hacen falta para el desarrollo de las actividades y tareas con ellos establecer el valor de financiamiento para analizar si es viable y posible la puesta en marcha de la empresa y su valor real.

Para el proyecto de Modular'T se identifica que tiene una inversión inicial \$37.365.880 donde cuenta con \$30.382.940 entre maquinaria, herramientas y un capital de trabajo de \$6.982.940

Tabla 27. Capital y activos Modular'T

<b>APORTE SOCIO</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>INVERSION</b>
Sierra de corte	3	\$ 1.217.000	\$ 3.651.000
Taladro de árbol	1	\$ 959.900	\$ 959.900
Caladora Manual	3	\$ 469.900	\$ 1.409.700
Lijadora eléctrica	2	\$ 194.900	\$ 389.800
sacatiras de formica	4	\$ 580.000	\$ 2.320.000
Taladro percutor	4	\$ 489.900	\$ 1.959.600
Ruteadora	2	\$ 429.900	\$ 859.800
Ruteadora Industrial	1	\$ 799.900	\$ 799.900
Rebordeadora	3	\$ 492.900	\$ 1.478.700
Cepillo canteadora	2	\$ 1.724.300	\$ 3.448.600
Juego de fresas	5	\$ 119.900	\$ 599.500
Juego de brocas	4	\$ 259.900	\$ 1.039.600
Discos para sierra	6	\$ 122.900	\$ 737.400
Banco para sierra	2	\$ 3.136.870	\$ 6.273.740
Canteadora-cepillo	1	\$ 2.355.900	\$ 2.355.900
Puntillera	2	\$ 1.049.900	\$ 2.099.800
Capital de trabajo	1		<b>\$ 6.982.940</b>
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 37.365.880</b>

## 6.2 Depreciación de activos

La depreciación es un proceso donde al pasar el tiempo se reduce el activo o pierde su valor por su uso, recuperando la empresa su inversión e impactando los resultados e impuestos. El valor del activo de va disminuyendo de manera sistemática por el método de línea recta para Modular'T tiene un valor de depreciación de 1 a 10 años total de sus activos, con un valor de depreciación anual total de \$3.038.294. (ver tabla completa en anexos)

## 6.3 Costos de producción

Son los gastos que se utilizan para el funcionamiento de la empresa, como son los equipos, materia prima, arriendo, entre otros. En los costos encontramos los costos fijos que son los mismos en un tiempo y variables que no son estables en el tiempo. Para Modular'T tiene unos costos fijos anual \$23.400.000 y variables de \$29.86044 para el año 2022 y costos

proyectados para 5 años con un crecimiento porcentual de 9.60% según las proyecciones de la tasa de inflación y final para el quinto año de costos total de \$72.967.530 (ver tabla completa en anexos)

Los costos del producto para Modular T son estimados por metro y tipo de material al año 2022

Tabla 28 Costo de proyecto por metros

Lamina	Alto	Ancho	Total, metros	Vr. Lamina	Vr. Metro	INSUMOS	MO X mtr	COSTO TOTAL
MDP Blanco RH	2,15	2,44	5,246	\$ 257.900	\$ 49.161	\$ 15.000	\$ 30.000	\$ 94.161
MDP Wengue	2,15	2,44	5,246	\$ 221.900	\$ 42.299	\$ 15.000	\$ 30.000	\$ 87.299
MDP Roble	2,15	2,44	5,246	\$ 259.900	\$ 49.543	\$ 15.000	\$ 30.000	\$ 94.543

#### 6.4 Ingreso por Ventas

Es la entrada de dinero por la actividad realizada por la empresa, la venta de proyectos muebles de maderas con ingreso total de \$60.395.298 a cierre del 2022 con un total de 427 metros vendidos y un proyectado de cinco años con un crecimiento porcentual por año de 35% en las ventas y al quinto un año con ingreso de \$270.814.537 (ver tabla completa en anexos)

Tabla 29 El precio de venta que se ofreció en los proyectos de madera para el 2022.

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA		
	COSTOS	PV	UTILIDAD
MDP Blanco RH	\$ 94.161	\$ 144.863	\$ 50.702
MDP Wengue	\$ 87.299	\$ 134.306	\$ 47.007
MDP Roble	\$ 94.543	\$ 145.450	\$ 50.908

#### 6.5 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio se encuentra por cada línea de producción con el fin de obtener las cantidades necesarias para que la empresa no tenga ni perdida o ganancia, lo que nos arroja que entre más unidades se vendan a partir del punto de equilibrio una línea vamos a tener más utilidad, para la empresa se realiza la variable de unidades que debe vender unidad al año y un proyectado de unidades a 5 años. (Ver tabla completa en anexos)

Tabla 30. Análisis anual punto de equilibrio año 2022

MATERIAL	2022	1	2	3	4	5
Láminas de aglomerados 1	153,84	207,68	280,37	378,50	510,98	689,82
Láminas de aglomerados 2	165,93	224,01	302,41	408,26	551,15	744,05
Láminas de aglomerados 3	153,22	206,85	279,24	376,98	508,92	687,04

MATERIAL	2022	1	2	3	4	5
Láminas de aglomerados 1	22.285.714	30.085.714	40.615.714	54.831.214	74.022.139	99.929.888
Láminas de aglomerados 2	22.285.714	30.085.714	40.615.714	54.831.214	74.022.139	99.929.888
Láminas de aglomerados 3	22.285.714	30.085.714	40.615.714	54.831.214	74.022.139	99.929.888

## 6.6 Estado de resultados

Es estado de resultado hace parte de los estados financieros nos muestra los ingresos y egresos de la empresa en un periodo para el caso de Modular T se realizó para el año 2022 y proyectado a 5 años la información nos arroja la utilidad neta o perdida y poder identificar la rentabilidad, el desempeño y potencial crediticio.

Para el año 2022 se obtiene una utilidad de \$ 7.134.854 y para el último año de proyección un valor de \$197.847007 con una tasa de crecimiento de 9.6%. (Ver tabla completa en anexos)

Tabla 31 Estado de resultados 2022

CONCEPTO	2022
VENTAS	\$ 60.395.298
COSTOS DE VENTA	\$ 29.860.444
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 30.534.854</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 23.400.000
<b>UTILIDAD OPERACIÓN</b>	<b>\$ 7.134.854</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$ -
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 7.134.854</b>
IMPUESTOS	\$ -
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 7.134.854</b>

## 6.7 Flujo de efectivo

El flujo de efectivo nos muestra los movimientos de efectivo y sus equivalentes el resultado nos arroja cuánto dinero nos queda después de cumplir con los gastos de la empresa, deudas y capital para la toma de decisiones de la gerencia como es la rentabilidad y control de gastos. Modular T se realiza para el año 2022 o año 0 de -\$151.021.622 dando valor negativo por la inversión inicial mayor que las ventas que se registraron y con un proyectado para 5 años con un valor \$197.847.007

**Tabla 32 Flujo de Efectivo**

AÑOS	INGRESOS/VENTA	COSTOS TOTALES	INVERSION FIJA Y DIFERIDA	CAPITAL DE TRABAJO	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	\$ 60.395.298	\$ 53.260.444	30.382.940	6.982.940	-\$ 151.021.622
1	\$ 81.533.652,68	\$ 58.373.446			\$ 23.160.206
2	\$ 110.070.431,11	\$ 61.539.864			\$ 48.530.568
3	\$ 148.595.082,00	\$ 65.007.917			\$ 83.587.165
4	\$ 200.603.360,70	\$ 68.806.561			\$ 131.796.800
5	\$ 270.814.536,95	\$ 72.967.530			\$ 197.847.007

## 6.8 Estado de situación financiera

El estado de situación financiera muestra de una forma ordenada y resumida el estado financiero de la empresa mostrando los bienes o activos, obligaciones o pasivos y el estado del patrimonio, en Modular T se reflejo un total de activos para el año 2022 de \$47.131.269, un total de pasivos de \$9.613.475 y un total de patrimonio de \$47.131.269, se realiza proyección de 5 años arrojando para el último año un total de activo \$230.990.965, de pasivos de \$15.203.136 y patrimonio de \$230.990.965 (ver tabla completa anexos)

Tabla 33 Estado situación financiera Modular´T

<b>Modular´T</b>	
<b>Estado de la Situación Financiera</b>	
<b>al 31 de Diciembre de 2022</b>	
<b>cifras expresadas en millones de pesos</b>	
	2022
<b>ACTIVOS</b>	
<b>Activo corriente</b>	
Efectivo	\$ 6.748.329
Cuentas por cobrar	\$ 5.000.000
Inventarios	\$ 5.000.000
<b>Total, activos corrientes</b>	<b>\$ 16.748.329</b>
<b>Activo no corriente</b>	
Maquinaria y equipo	\$ 30.382.940
<b>Total, activos no corrientes</b>	<b>\$ 30.382.940</b>
<b>TOTAL, ACTIVO</b>	<b>\$ 47.131.269</b>
<b>PASIVOS</b>	
<b>Pasivo corriente</b>	
Cuentas por pagar a proveedores	\$ 9.613.475
	\$
Obligaciones financieras a corto plazo	-
<b>Total, pasivos corrientes</b>	<b>\$ 9.613.475</b>
<b>Pasivo no corriente</b>	
	\$
Obligaciones financieras a largo plazo	-
	\$
<b>Total, pasivos no corrientes</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL, PASIVO</b>	<b>\$ 9.613.475</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital	\$ 30.382.940
Utilidades o pérdidas del ejercicio	\$ 7.134.854
<b>TOTAL, PATRIMONIO</b>	<b>\$ 37.517.794</b>
<b>TOTAL, PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 47.131.269</b>

## 6.9 Indicadores

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es una herramienta de la administración financiera utilizada como indicador para evaluar proyectos de inversión, como la compra de una máquina, la construcción de una fábrica, la realización de una campaña publicitaria, etc. Este indicador permite medir la bondad económica del modelo de negocio porque su análisis determina si

dicha inversión generará rentabilidad, utilidad, ganancia, valor (Salazar Lopez, 2017). En el caso de Modular'T nos da un valor de Tasa interna de retorno en un 38% igualando al valor actual neto en \$180.129.056 con una tasa de oportunidad del 10.50% donde se establece buen porcentaje de retorno de la inversión a los 5 años y con una oportunidad de mejor de utilización mejor de sus activos

Tabla 34. *Análisis VAN y TIR*

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	
TIR	38%
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>
0	-\$ 151.021.622
1	\$ 23.160.206
2	\$ 48.530.568
3	\$ 83.587.165
4	\$ 131.796.800
5	\$ 197.847.007
<b>VAN</b>	<b>\$ 180.129.056</b>

El costo beneficio nos refleja los costos del proyecto y los beneficios que nos da arrojándonos si el proyecto de inversión es rentable, el resultado mayor a 1 nos arroja que el proyecto es rentable y menor que 1 que el proyecto no es rentable, para Modular'T es de 2.15 lo que nos indica que los ingresos son superiores a los costos por lo que el proyecto es rentable.

Tabla 35 Tabla costo-beneficio de Modular'T

<b>COSTO/BENEFICIOS</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>INGRESOS</b>	<b>COSTOS</b>
2022	\$ 54.656.379	\$ 48.199.497
1	\$ 73.786.111	\$ 52.826.648
2	\$ 99.611.250	\$ 55.692.184
3	\$ 134.475.187	\$ 58.830.694
4	\$ 181.541.503	\$ 62.268.381
5	\$ 245.081.029	\$ 66.033.964
<b>COSTO/BENEFICIO</b>		<b>2,15</b>

**VII    Capítulo**

**7   Resumen Analítico Especial –Rae**

Consultar Anexos

## Referencias

- Actualicese. (5 de Enero de 2023). *Así operará la clasificación de empresas por tamaño en 2023*. Obtenido de actualicese.com: <https://actualicese.com/asi-operara-la-clasificacion-de-empresas-por-tamano-en-2023/>
- ARCA. (2023). *Historia del mueble y la decoración en un recorrido flash*. Obtenido de ARCA: <https://gpoarca.com/blogs/container-mag/la-historia-del-mueble-y-la-decoracion-en-un-recorrido-flash#:~:text=Los%20muebles%20de%20moda%20eran,traseras%20curvadas%2C%20sillones%20estilo%20g%C3%B3ndolas.>
- Arquimuebles. (2023). *Historia de Muebles en Colombia- Centro Internancional del Mueble*. Obtenido de Centro Internacional del Mueble.
- Camara de Comercio de Armenia y del Quindio. (2021). *Sector Muebles*. Obtenido de Camara de Comercio de Armenia y del Quindio. Area de Investigacion: [https://camaraarmenia.org.co/wp-content/uploads/2021/09/sector\\_mueble\\_2021.pdf](https://camaraarmenia.org.co/wp-content/uploads/2021/09/sector_mueble_2021.pdf)
- Cárdenas Carrillo, D. F. (2020). *Creacion de una empresa de fabricacion de mobiliario en Colombia enfocado en el mercado estudiantil*. Obtenido de Universidad Distrital Francisco José de Caldas.: <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/25711/CardenasCarrilloDanielFelipe2020.pdf;jsessionid=444684410F67221EF1250D9CF91919C8?sequence=1>
- Coll Morales, F. (1 de junio de 2020). *Proyecto*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proyecto.html>
- DANE. (22 de Marzo de 2023). *Proyecciones de Poblacion*. Obtenido de DANE: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

- DFM directorio Forestal Maderero. (10 de septiembre de 2018). *Analisis Foliare*s. Obtenido de Forestal Maderero: <https://www.forestalmaderero.com/articulos/item/la-historia-de-los-estilos-en-muebles.html#:~:text=Se%20cree%20que%20el%20mobiliario,la%20Antigua%20Grecia>
- Escolme Institucion Universitaria. (s.f.). *Calculadora de Muestra*. Obtenido de Escolme: [https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/estadistica/apoyo\\_u2.ppsx](https://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/estadistica/apoyo_u2.ppsx)
- Guerrero, P. G., Arguello, G. D., & Merchan, C. D. (2019). *Plan de negocios para la produccion y comercializacion de fresa Hidroponica*. Obtenido de Unipiloto: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6377/000%20GP-115%20TFG%20Fresas%20Ago-14-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kern, E. A. (29 de Noviembre de 2016). *¿Conoces las ventajas del e-commerce?* Obtenido de Universidad Internacional de Valencia: <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/conoces-las-ventajas-del-e-commerce>
- Maderame. (2020). *Tableros Aglomerados: Características, Desventajas y Usos*. Obtenido de Maderame.com: <https://maderame.com/clases-de-tableros/aglomerados/>
- Marin Villar, C. (2019). *Balance económico: cómo va el sector del mueble y la madera*. Obtenido de Revista M&M: <http://revista-mm.com/economia-sectorial/balance-economico-como-va-el-sector-del-mueble-y-la-madera/>
- Meza Orozco, J. d. (2013). *Evaluacion financiera de Proyectos*. Bogota: ECOE Ediciones.
- Meza Orozco, J. d. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, C., & Andina, ©. O. (2015). *Uso y Legalidad de la Madera*. Obtenido de Minambiente: <https://www.minambiente.gov.co/wp-content/uploads/2021/10/Uso-y-Legalidad-de-la-Madera.pdf>
- Núñez Torres, G. E. (20 de Mayo de 2022). *Industria maderera, un bosque de desarrollo, negocios y oportunidades*. Obtenido de FEDEMADERAS:

<https://fedemaderas.org.co/industria-maderera-un-bosque-de-desarrollo-negocios-y-oportunidades/>

Núñez Torres, N. T. (20 de Mayo de 2022). *Industria maderera, un bosque de desarrollo, negocios y oportunidades*. Obtenido de FEDEMADEARAS:

<https://fedemaderas.org.co/industria-maderera-un-bosque-de-desarrollo-negocios-y-oportunidades/>

Orjuela Córdova, S., & Sandoval Medina, P. (2002). *Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos*. Obtenido de Repositorio Academico universidad Chile.

Pérez Porto, J., & Gardey, A. (27 de Julio de 2016). *Definicion de Carpinteria*. Obtenido de Definiciones.De: <https://definicion.de/carpinteria/>

PROCOLOMBIA . (21 de Febrero de 2019). *Industria del mueble colombiano, un mercado de muchas oportunidades*. Obtenido de PROCOLOMBIA exportaciones turismo inversion marca pais: <https://www.colombiatrader.com.co/noticias/industria-del-mueble-colombiano-un-mercado-de-muchas-oportunidades>

QuestionPro. (s.f.). *Tamaño de muestra*. Obtenido de QuestionPro:

<https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

Quiroa, M. (12 de Enero de 2020). *Produccion*. Obtenido de Economipedia.com:

<https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>

Rene, A. S., & Rene, R. P. (2014). *Propuesta de factibilidad para la creacion de una empresa de diseño, produccion y comercializacion de muebles, denominada " Muebles Ecologicos Convertibles e Innovadores MECI.S.A"*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana.

Rus Arias, E. (08 de Mayo de 2020). *Viabilidad*. Obtenido de Economipedia.com:

<https://economipedia.com/definiciones/viabilidad.html>

- Salazar Lopez, B. (14 de Marzo de 2017). *Tasa Interna de Retorno – TIR*. Obtenido de ABC finanzas. com: <https://abcf finanzas.com/administracion-financiera/tasa-interna-de-retorno-tir/>
- Sevilla Arias, A. (04 de Noviembre de 2015). *Rentabilidad*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Universidad de Belgrano. (s.f.). Red Latinoamericana de Cooperacion Universitaria. *Generacion de ideas de negocio y emprendedorismo*. Buenos Aires, Argentina.
- Universidad de las Fuerzas Armadas. (2023). *Plan estrategico de marketing para la comercializacion de maderas*. Obtenido de ESPA: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/2444/3/T-ESPE-036673.pdf>
- Universidad Internacional de Valencia. (26 de Noviembre de 2016). *¿Conoces las ventajas del e-commerce?* Obtenido de VIU: <https://www.universidadviu.com/es/actualidad/nuestros-expertos/conoces-las-ventajas-del-e-commerce>
- Valdés, D. C., & Almeida, D. C. (2015). *Algunas reflexiones sobre el enfoque mixto de la investigación pedagógica en el contexto cubano*. Obtenido de Scielo: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202015000100004](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202015000100004)
- Vivas Lopez, C. F. (2010). *Plan deNegocio para la creacion de empresa fabircacion de muebles de madera y accesorios de la ciudad de Popayan*. Obtenido de Pontificia universidad Javeriana: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9520/tesis612.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**Anexos.**

Excel de Matrices

Excel Financiero

Resumen Analítico Especial –Rae