

**ARREGLOS FLORALES BASADOS EN EL ARTE IKEBANA  
(PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO)**

**María Carolina Londoño Jaramillo**

**Juan Camilo Harker Rozo**

**Gabriel López Leyva**

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA–**

**Pregrado en Administración de Empresas**

**Bogotá, Noviembre, 2015**

**ARREGLOS FLORALES BASADOS EN EL ARTE IKEBANA  
(PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO)**

**María Carolina Londoño Jaramillo**

**Juan Camilo Harker Rozo**

**Gabriel López Leyva**

**Director:**

**Juan David González**

**Coltefinanciera**

**Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-**

**Pregrado en Administración de Empresas**

**Bogotá, Noviembre, 2015**

## **Lista de Gráficas**

Gráfica 1. Proporción de gente que contestó la encuesta por género. ....	15
Gráfica 2. Porcentaje de encuestados por rango de edad. ....	15
Gráfica 3. Porcentaje de encuestados que ha comprado flores o arreglos florales. ....	16
Gráfica 4. Ocasiones en que los encuestados compran arreglos florales. ....	17
Gráfica 5. Frecuencia en que los encuestados compran arreglos florales. ....	18
Gráfica 6. Interés de los encuestados en un arreglo floral original, personalizado y enfocado en la canalización de energías. ....	19
Gráfica 7. Conocimiento de los encuestados sobre el arte japonés Ikebana. ....	20
Gráfica 8. Interés de los encuestados sobre temas de meditación, reflexión y comunión con la naturaleza. ....	21
Gráfica 9. Interés de los encuestados en tomar clase sobre un arte que brinda beneficios en el plano mental y emocional. ....	22
Gráfica 10. Participación en total de Exportaciones .....	30

## **Lista de Tablas**

Tabla 1. Canvas. ....	11
Tabla 2. Valor que están dispuestos los encuestados a pagar en un arreglo floral. ....	20
Tabla 3. Análisis DOFA. ....	24

Tabla 4. Expectativas de crecimiento en sectores de la economía nacional. ....	31
Tabla 5. Organigrama .....	35
Tabla 6. Salida de efectivo pre-operativa.....	41
Tabla 7. Muebles y enseres. ....	41
Tabla 8. Costo de materiales. ....	42
Tabla 9. Gastos operacionales mensuales. ....	43
Tabla 10. Mano de obra directa mensual. ....	43
Tabla 11. Precio promedio de las flores.....	44
Tabla 12. Cantidad de flores por tipo de arreglo. ....	44
Tabla 13. Costo de materias primas por arreglo.....	45
Tabla 14. Ventas de arreglos por mes.....	45
Tabla 15. Suscripciones clases por mes.....	45
Tabla 16. Precio equilibrio.....	46
Tabla 17. Margen 2016. ....	46
Tabla 18. Precio de venta 2016.....	46
Tabla 19. Estado de Resultados.....	47
Tabla 20. Variable Macro-económicas según Idata .....	47

Tabla 21. Proyección Estado de Resultados a 2017 y 2018 .....	48
Tabla 22. Proyección Balance General .....	49
Tabla 23. Indicadores Financieros.....	50

### **Lista de Anexos**

ANEXO 1. Formato encuesta.....	54
ANEXO 2. Valor arriendo local.....	55
ANEXO 3. Costo de materiales. ....	55

## Tabla de Contenido

Introducción .....	7
Objetivos .....	9
Misión – Visión.....	9
CANVAS .....	10
Oportunidad encontrada .....	13
Análisis DOFA.....	24
Competencia.....	25
Contexto económico y social .....	27
Contexto fiscal y legal.....	32
Organigrama - Plan de Recursos Humanos.....	35
Sistema de Distribución .....	37
Mezcla de Mercadeo - 4Ps .....	37
Proyección de Ventas – Precio.....	40
Conclusiones y Recomendaciones .....	51
Bibliografía .....	52
Anexos.....	53

## **Introducción**

La tradición en sí, en general, lleva a que sea costumbre la utilización de flores y arreglos florales para celebrar acontecimientos que ocurren en las vidas diarias, como cumpleaños, aniversarios, matrimonios, funerales, entre otros. Esto ha generado un crecimiento y un desarrollo de técnicas y diseños únicos que representan a cada región. Los arreglos florales son una forma de generar un ambiente especial en diferentes espacios del hogar, del lugar de trabajo, y de todas partes donde las personas pasan su día a día.

Dentro de la cultura colombiana se ha podido identificar que las personas en muchos casos intentan imitar ciertas costumbres que hacen alusión a culturas como la norteamericana y asiática; volviendo esas costumbres como propias y como símbolo y característica de la nación. Con todo esto existe una idea utópica y de fantasía, en la cual se ven a las personas como “habitantes del mundo” y no únicamente de una región y una cultura. Con respecto a esto hay que considerar que las necesidades de las personas hoy en día son mucho más exigentes que antes, y por lo tanto el mercado demanda cada vez mayor calidad y variedad en valores agregados.

Ante la decisión del gobierno colombiano de desarrollar el país en un ambiente de apertura comercial enfocado en la globalización de la economía nacional, Las oportunidades de negocio aparecen trayendo una gran cantidad de productos y costumbres de diferentes países y culturas que podrán influir en la sociedad colombiana. A partir de esto, la demanda de los consumidores dentro de un mundo globalizado se volverá más estricta, por lo que el consumidor exigirá un producto que lo satisfaga en su totalidad por su calidad y sus valores agregados.

Colombia es reconocida a nivel mundial por ser uno de los países que más produce y exporta flores de calidad; además de lo anterior, el país se encuentra inclinado hacia el desarrollo económico y social, con lo que la creación de empresa que ofrezca un valor agregado de sus productos generaría un gran impacto, dado que la evolución económica está ligada con la elaboración de productos manufacturados y no únicamente con materias primas. Por lo tanto, se puede evidenciar la existencia de una oportunidad de negocio que reúna lo anterior utilizando la materia prima de calidad que se produce en Colombia, y agregándole conocimiento de la cultura y arte floral japonés. Con este arreglo se pretende

crear un entorno o ambiente que canalice energías y transforme un espacio a: sofisticado y agradable.

A partir de esto, se ha encontrado una oportunidad de emprendimiento con el arte floral ikebana, el cual es un arte ancestral japonés en donde unen la naturaleza y lo humano y de cierta manera canalizan las energías, para que estas tengan un buen flujo en el entorno donde están. De la misma manera, este arte brinda al público un beneficio diferente a simplemente un arreglo de flores común, pues este se ha dicho que va de la mano con el Feng-Shui, el budismo y la ideología Zen. Con lo anterior, el valor agregado se inclinaría hacia la inserción cultural de ARTE y ESTÉTICA japonés a los consumidores del producto y servicio.

Dentro de este trabajo se busca determinar la viabilidad de un proyecto de emprendimiento que demuestre si dicha inserción puede tener acogida en la cultura colombiana.

Para realizar este proyecto se va a utilizar diferentes herramientas y metodologías de investigación y análisis como el modelo CANVAS, el cual ayuda a aterrizar la idea y de alguna manera volverla material, dado que con este se puede desarrollar un concepto de socios claves, actividades clave, recursos claves, una estructura de costos, las fuentes de ingresos, la propuesta de valor, las relaciones con los clientes, los segmentos de clientes, y los diferentes canales de distribución. Además de esto se va a analizar la población con la que se trabajaría, haciendo encuestas acerca de supuesto interés del segmento al que se va a explotar, junto con su opinión del proyecto, lo cual daría un supuesto de fidelización de cliente dentro de este mercado de arreglos florales.

Al finalizar el trabajo de grado los resultados esperados son la respuesta a: ¿si es o no viable la realización y materialización de un proyecto de negocio basado en comercializar y enseñar arte Ikebana? Se espera que a partir de la oportunidad que se evidencia en el mercado la respuesta tenga un análisis financiero y de mercado positivo, que apruebe la viabilidad de este proyecto.

## Objetivos

- OBJETIVO GENERAL
  - Establecer el plan de negocio para una empresa productora, comercializadora y de servicios de enseñanza de arreglos florales con influencia japonesa debido al arte Ikebana.
- OBJETIVOS ESPECÍFICOS
  1. Realizar una investigación de mercado, donde se determine el mercado objetivo y los potenciales clientes y determinar la viabilidad financiera, legal, comercial del proyecto.
  2. Enunciar los diferentes procesos que se deben seguir para la creación de una empresa en el país.
  3. Explicar el valor agregado de esta nueva empresa, como punto de diferenciación de los competidores.
  4. Evidenciar los socios clave, los competidores, el proceso productivo.

## Misión – Visión

- **Misión:** Ser la compañía elegida por las personas y empresas para cubrir sus expectativas en cuanto a decoración de espacios o eventos, al igual que ser un canal por el cual puedan expresar sus sentimientos en el día a día de manera personal o empresarial. Así mismo ser pioneros en la enseñanza del arte Ikebana a manera de hobby, canalización de energía, profesionalismo y método de meditación y concentración.
- **Visión:** Para el 2020 crecer como empresa sostenible con altos estándares de calidad implementando nuevas líneas de negocio orientadas hacia el arte de Ikebana, logrando una mayor participación en el mercado local, y nacional.

Destacándose por su alta calidad, prestigio, y el valor agregado de sus productos y servicios.

## **CANVAS**

A continuación, se desarrolla el modelo de negocio estratégico CANVAS, en el que se aplica y se adecua a la idea de negocio que se presenta en este trabajo. Con esto se empieza a hacer un análisis del entorno en el que la empresa va a ingresar y de esta manera empezar a entender las posibilidades que existen para que a empresa pueda desarrollarse en el ámbito local de una manera rentable y sostenible en el tiempo. Además, se encuentra con este modelo quienes son las instituciones y actividades claves para la realización del negocio.

<p><b>Aliados estratégicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Embajada de Japón</li> <li>• Cámara de comercio colombo-japonesa.</li> <li>• María Lucia Leyva.</li> <li>• Sugetsu.</li> <li>• Bancos, socios y/o inversionistas.</li> <li>• Empresas organizadoras de eventos.</li> <li>• Proveedores: Matina Flowers.</li> </ul>	<p><b>Actividades Claves</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtención de recursos.</li> <li>• Registrar sociedad en cámara de comercio.</li> <li>• Contacto con proveedores y obtención de materia prima.</li> <li>• Obtención y adaptación de planta física e infraestructura.</li> <li>• Contratación y capacitación de personal.</li> <li>• Diseño y desarrollo de producto y servicio.</li> <li>• Plan de marketing (desarrollo de promoción de producto y servicio).</li> <li>• Gestión comercial directa.</li> <li>• Trabajo en redes y gestión en la página web.</li> <li>• Distribución eficaz.</li> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Servicio post-venta.</li> <li>• Control de calidad.</li> <li>• Retroalimentación con talento humano.</li> </ul>	<p><b>Propuesta de valor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transmitir el concepto de arte Ikebana a través de comercialización de arreglos florales enfocadas en este arte, y mediante prestación de servicio de enseñanza con maestros especializados en arte Ikebana.</li> <li>• Brindarle al consumidor final un producto que brinda buena energía, elegancia, sofisticación, arte y modernismo.</li> <li>• Se contará con la posibilidad de distribuir el producto puerta a puerta para que el cliente final tenga una mayor comodidad en su experiencia.</li> <li>• Brindar un excelente servicio pos-venta de asesoramiento a los clientes acerca de nombres de flores y plantas, mantenimiento y cuidado de las mismas, y fuentes relacionadas con el arte Ikebana.</li> </ul>	<p><b>Relaciones con los clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voz a voz.</li> <li>• Redes sociales.</li> <li>• Página web.</li> <li>• Empresas organizadoras de eventos.</li> <li>• Empresas publicistas.</li> <li>• Salones de eventos.</li> <li>• Gestores comerciales.</li> </ul>	<p><b>Segmentos de clientes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mujeres mayores de 25 años con un nivel socioeconómico medio-alto, de la ciudad de Bogotá y sus alrededores. Las cuales están interesadas en: decoración, arte, energía, Japón, hobbies y manualidades, y con disposición de tiempo libre.</li> <li>• Empresas interesadas en tener espacios con arte, elegancia, buena energía, y sofisticación.</li> <li>• Universidades que estén interesadas académicamente en temas relacionados con arte, cultura japonesa, flores y energía.</li> <li>• Hombres mayores de 25 años, ubicados en la ciudad de Bogotá y sus alrededores, dispuestos a adquirir el producto con fines emocionales (agradecimientos, condolecias, de amor)</li> </ul>
<p><b>Estructura de Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo de materia prima.</li> <li>• Mano de obra directa.</li> <li>• Costos de servicios públicos relacionados con comercialización de producto y prestación de servicios.</li> <li>• Costos indirectos.</li> <li>• Costos de distribución.</li> <li>• Gastos administrativos (nomina, servicios públicos no relacionados con comercialización de producto y prestación de servicios, gastos de papelería</li> <li>• Gastos indirectos</li> <li>• Gastos de ventas (nomina, página web, servicios relacionados con ventas, comisiones)</li> <li>• Gastos por merma de inventarios</li> <li>• Gastos bancarios</li> <li>• Gastos impositivos.</li> </ul>		<p><b>Fuente de ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresos por prestación de servicios (clases).</li> <li>• Ingresos por venta de producto final.</li> <li>• Ingresos por comercialización de materiales.</li> <li>• Ingresos por recuperación de materiales.</li> </ul>		

Tabla 1. Canvas

- **Aliados Estratégicos**

Dentro de este campo se han identificado los aliados estratégicos que pueden ser vitales para el desarrollo sostenible y rentable del negocio planteado. Dentro de estos se destacan varias instituciones importantes relacionadas con el país asiático (Japón) debido a que estos serán los verdaderos maestros y guías del negocio. La cultura y el diseño del negocio deberán estar bajo el visto bueno de estas instituciones. De la misma manera, se han definido aliados estratégicos que ayudarán al negocio en su financiamiento y en su promoción al target deseado.

- **Actividades Claves**

Básicamente dentro de este campo en el CANVAS, se han descrito las principales actividades que una iniciativa de empresa debe desarrollar y realizar. Dentro de estas actividades está el registro en la cámara de comercio de la empresa, así como la obtención de recursos y la consecución de proveedores. De la misma manera también se han descrito actividades que tienen que ver más con el diseño del negocio y de la implementación de la estrategia de promoción que se va a utilizar como el trabajo en redes y gestión de la página web. Todas estas actividades descritas en el CANVAS son vitales para el comienzo de un negocio prospero, pues la estrategia se basa en adecuarse a la generación, al público y a las necesidades que se encuentran en el mercado.

- **Propuesta de Valor**

Dentro de la propuesta de valor se ha enfocado el tema en la educación de las personas frente al valor agregado del producto el cual es el arte floral ikebana. Además de esto se diseña una estrategia que brinde al consumidor final un servicio de calidad post-venta y de cursos enseñando los beneficios que estos arreglos le pueden traer a la vida de las personas.

- **Relaciones con los clientes**

Dentro de este ámbito se ha diseñado una estrategia que se divide en dos partes, la parte off-line, en donde se comunica y se promociona el producto mediante eventos relacionados o el mismo voz a voz y la estrategia on-line, en donde se enfocará en campañas y pautas digitales a través de las redes sociales que la empresa disponga, de la página web que desarrolle y a partir de influenciadores en redes que puedan ser pagados para promocionar el producto a vender.

- **Segmentos de clientes**

Dentro del target de clientes se han dispuesto hombres y mujeres mayores de 25 años con estrato socio-económico medio alto y a las empresas interesadas en realizar eventos con los arreglos de la empresa. Esto se división de esta manera debido a las necesidades que se vieron en el mercado y ante los resultados de la encuesta que más adelante se desarrolla. En esto nos podemos dar cuentas que las personas que más están dispuestas a comprar estos arreglos son personas que tienen un trabajo estable, con cierta seguridad económica y con necesidad de decorar o dar algún detalle en alguna ocasión especial.

- **Recursos Claves**

Los recursos que se describen en este campo son los necesarios básicos para que una empresa como se está presentando pueda operar. En estos recursos se destacan los recursos financieros que van de la mano con los aliados de la empresa, como serían los bancos o los posibles inversionistas que se puedan encontrar. De la misma manera, están los recursos de infraestructura que son necesarios para poder realizar la parte operativa y administrativa del negocio y la materia prima que es el eje del negocio.

- **Canales**

Como se dijo anteriormente, la empresa adoptaría una estrategia dividida en dos partes, la offline y la online. De la misma, en la parte de distribución la empresa tendría carros propios disponibles para poder hacer la entrega puerta a puerta y podría llegar a tener su propio portal web siendo adecuado para poder tener los términos de calidad y seguridad para realizar las ventas de manera on-line.

- **Estructura de costos**

Dentro de la estructura de costos se encuentran descritos los costos fijos como sería la mano de obra, arriendo, mantenimiento, entre otros, pero de la misma manera se describen todos los gastos en donde la empresa tendría que tomar muy en cuenta para poder llegar a realizar todas las campañas y estrategias que se están presentando en este trabajo.

- **Fuente de ingresos**

Dentro de los ingresos se pudieron evidenciar cuatro fuentes de ingresos diferentes; ingresos por prestación de servicios (clases de enseñanza del arte floral ikebana), ingresos por venta de producto final, ingreso por comercialización de materiales y por recuperación de materiales. Sin embargo, la mayoría de los ingresos se pronostican en la venta del producto final y en las clases que se prestarán al target designado.

## **Oportunidad encontrada**

Se encontró una oportunidad de negocio en Bogotá debido a que el arte Ikebana es completamente innovador en la ciudad, sin dejar de lado que en el país se puede observar una tendencia a lo natural y a la vida sana por medio de energías, meditación, y contacto con la naturaleza.

Colombia se destaca en el mundo por su alta calidad y producción de flores, siendo el segundo exportador mundial de flores en el mundo controlando el 12% del mercado, Colombia solo está detrás de la gran potencia mundial en esta área, Holanda, quien controla cerca del 58% del sector.

Dentro del país se encuentra que la producción de flores se divide por regiones; sin embargo, la mayoría de su producción se concentra en el centro del país. Alrededor del

73% de la producción se genera en Cundinamarca, lo cual garantiza una alta oferta de proveedores competitivos y reconocidos mundialmente; además de precios bajos de la materia prima para el negocio.

Se encontró que el manejo de energías que controlan la respiración y ayudan a manejar el estrés y la relajación, se está convirtiendo en tendencia mundial, principalmente en Norteamérica y Europa, mostrando un fuerte desarrollo en Suramérica.

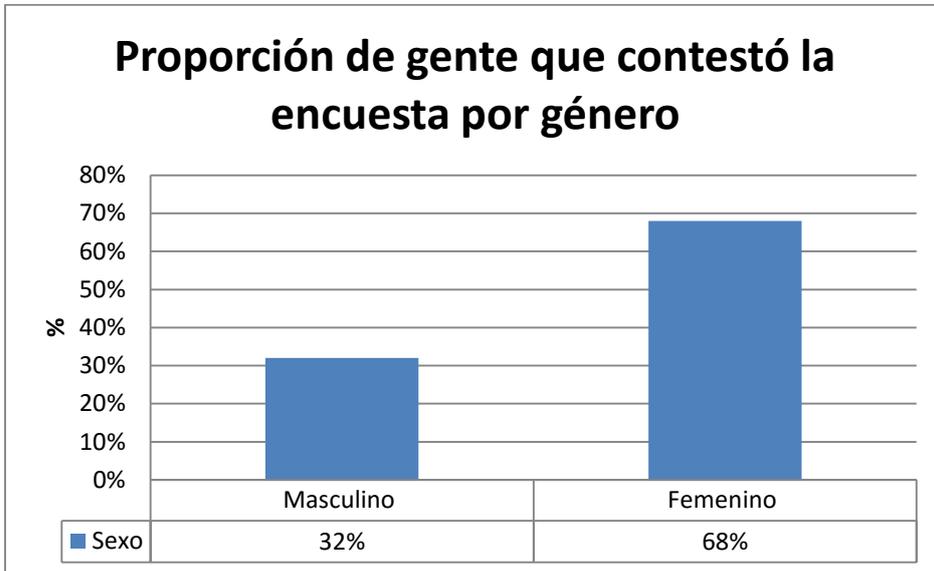
A partir de esto, la práctica del Ikebana se ha venido popularizando alrededor del mundo, pues los beneficios que genera en las personas son muchos. De igual manera, las personas han venido mostrando un interés mayor sobre los elementos que transmiten energías y es por esto que han empezado a contemplar las flores, debido a que ellas son fuente principal de transmisión de energía vital, que relaja la mente, la serenidad y las habilidades manuales. Alrededor del mundo hay 8.500 personas que se reúnen en diferentes países dedicadas a dar a estudiar y conocer el arte Ikebana.

De la misma manera se puede identificar que el negocio presenta un valor agregado dentro del mercado, pues se ha definido una oportunidad dentro del diseño en la que se brindará a los clientes pues cada arreglo será único, irreplicable y personalizado según las necesidades del cliente. Cada combinación realizada y la ubicación en el espacio, sugiere un mensaje de meditación, relajación y concentración específica que llamará la atención de los clientes potenciales debido a que la vida diaria cada vez exige más espacios de canalización de energías.

No obstante, se ha decidido realizar una encuesta que revele la realidad colombiana frente a este tema, y como las personas se sienten frente a los elementos que transmiten energías a las personas. Esta encuesta fue dirigida a 100 bogotanos de estratos 4, 5 y 6, que con voluntad propia respondieron a conciencia 10 preguntas que permiten evaluar el comportamiento y la dinámica del sector (**Anexo 1**).

Los resultados fueron los siguientes:

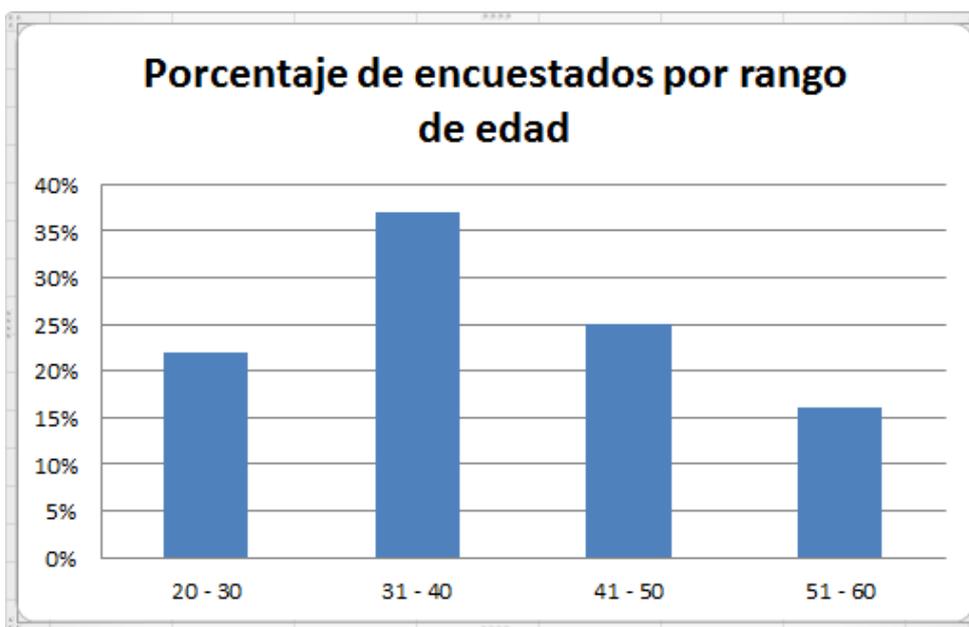
1. ¿Sexo?



Gráfica 1. Proporción de gente que contestó la encuesta por género.

Dentro de las personas que decidieron por voluntad propia realizar la encuesta, pudimos reflejar que las mujeres presentan un mayor interés frente al tema, pues el 68% de las personas encuestadas fueron de género femenino. Esto permite entender que se debe hacer una publicidad y un enfoque con mayor presencia en atraer clientes de éste género.

2. Edad

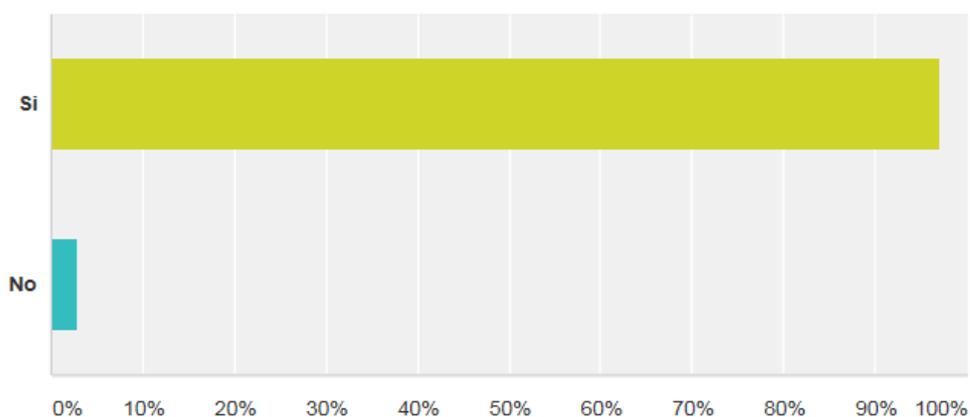


Gráfica 2. Porcentaje de encuestados por rango de edad.

El rango de edad de los encuestados, como se muestra en la gráfica, fue entre 25 – 60 años, en donde el 22% corresponde a personas entre 20 y 30 años, el 37% entre 31 y 40 años, el 25% entre 41 y 50 años, y el 16% entre 51 y 60 años.

Con estos resultados se podrá entender que la empresa debe además enfocar sus esfuerzos en adultos entre los 25 y los 60 años, quienes representan el 86% del mercado. Asimismo, darse cuenta que con estos resultados no existe una verdadera discriminación de edad para los clientes, pues, en las diferentes generaciones se presentan personas que les interesa el tema de los arreglos florales japoneses.

### 3. ¿Ha comprado flores o arreglos florales?



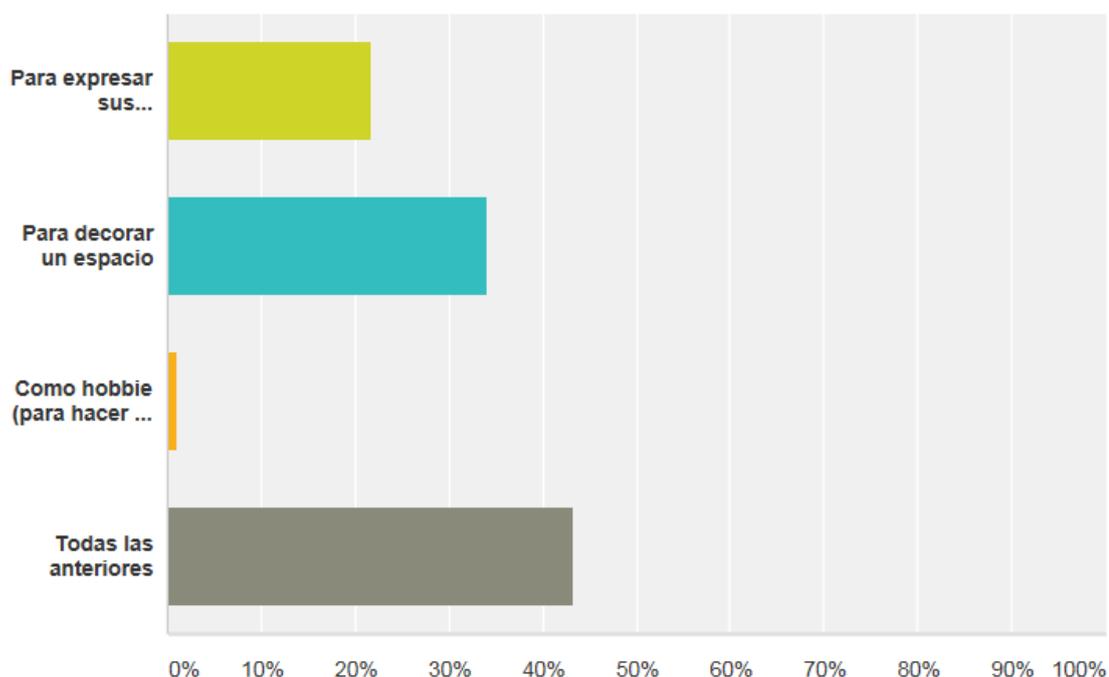
Gráfica 3. Porcentaje de encuestados que ha comprado flores o arreglos florales.

La mayoría de los encuestados han comprado flores o arreglos florales, lo que indica que es un mercado dinámico, y conocido por la mayoría del público. Por lo tanto, existe una gran cantidad de clientes potenciales a quienes se les puede llegar.

Con este resultado, se podrá entender que el mercado puede llegar a ser viable para una empresa que busque dar a su clientela arreglos florales con valor agregado, pues, las personas cada vez buscan beneficiar necesidades que cada día son más exigentes y que

por lo tanto exigen a las empresas a estar innovando todos los días para adaptarse a las exigencias del mercado

4. En caso de ser afirmativa, ¿en qué ocasiones?

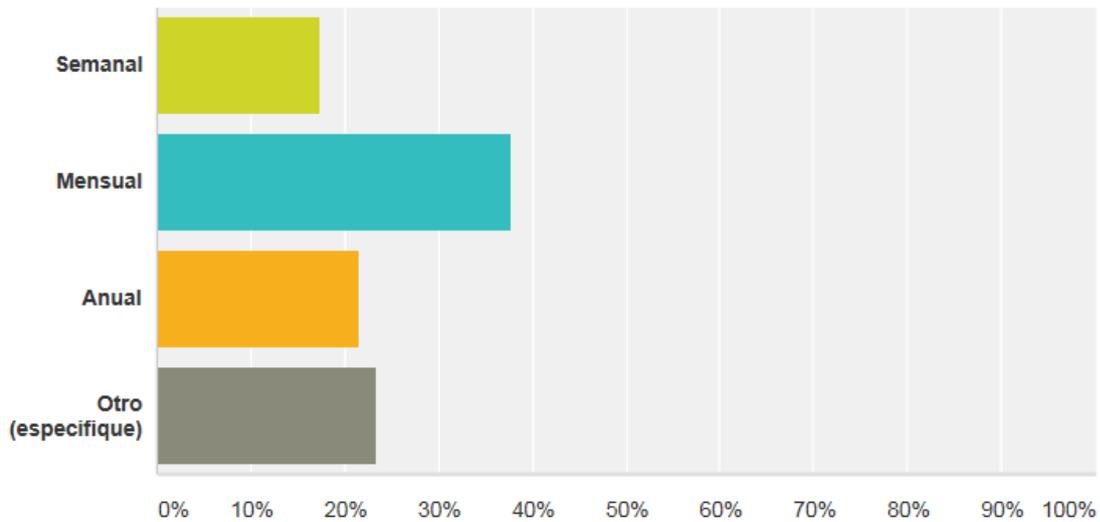


Gráfica 4. Ocasiones en que los encuestados compran arreglos florales.

Este resultado demuestra que tanto el mercado, como el producto son dinámicos. Los arreglos florales son un bien que satisfacen al consumidor en diferentes ocasiones, por lo tanto tiene una demanda constante, ya que en su mayoría las personas respondieron que lo obtienen para toda clase de fines.

De la misma manera se podrá observar que dentro de las opciones de respuesta que había, la que tuvo un menor número de votos es por hobby; esto quiere decir que las personas necesitan una razón, una ocasión o un sentimiento que los haga pensar en comprar las flores, lo que lleva a pensar en ideas de promoción y enfoque masivo en fechas especiales, pero más que todo en generar dentro del consumidor una necesidad real que los lleve a comprar los arreglos de una manera más frecuente.

## 5. ¿Con que frecuencia adquiere arreglos florales?



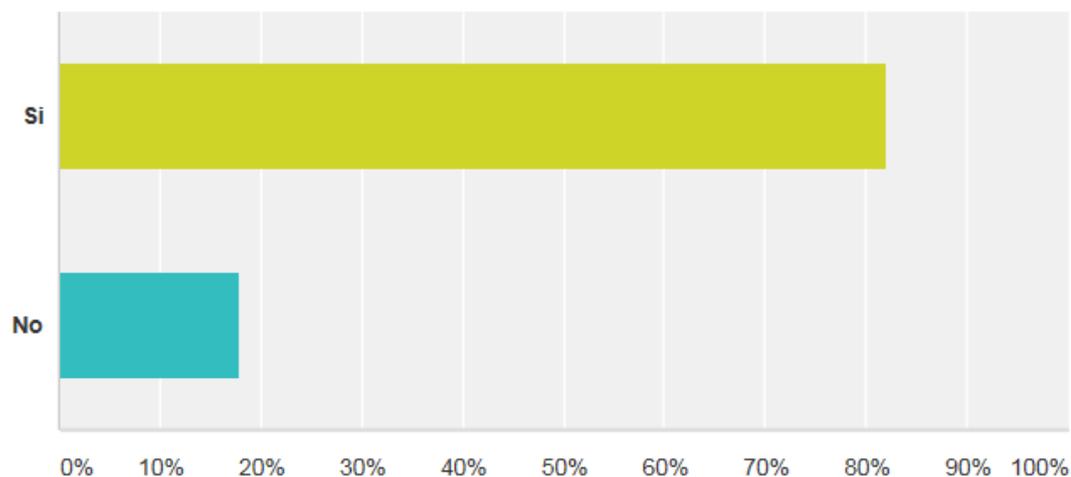
Gráfica 5. Frecuencia en que los encuestados compran arreglos florales.

El resultado que demuestra la encuesta muestra que las votaciones son muy parejas entre periodos de tiempo en que las personas suelen comprar flores y/o arreglos florales. Asimismo se ha presentado que la respuesta “Otro” tuvo gran incidencia dentro de la pregunta pues tuvo un puntaje del 23%. En la explicación el 16% de las personas especificó que compra arreglos florales únicamente en ocasiones especiales, y el 7% restante respondió que generalmente los compra de manera quincenal.

Al igual que la pregunta anterior, este resultado confirma un mercado con demanda constante, ya que es un producto que se consume en su mayoría mensualmente. Además, demuestra que debe haber un mayor esfuerzo comercial en las “ocasiones especiales” como lo pueden ser: el día de la madre, amor y amistad, y navidad, con lo que se estaría abarcando la mayoría de los clientes potenciales.

Asimismo, la oportunidad más grande que existe dentro del mercado es la manera de generar en las personas una necesidad mayor por consumir estos productos con una mayor frecuencia.

6. Si a usted le ofrecieran un arreglo floral original, personalizado y enfocado en la canalización de energías que brinden serenidad, paz interior y relajación para decorar y/o regalar ¿Le interesaría?



Gráfica 6. Interés de los encuestados en un arreglo floral original, personalizado y enfocado en la canalización de energías.

Este resultado complementa la oportunidad de negocio que se ha expuesto anteriormente, pues afirma que si hay un interés existente, y una tendencia hacia el valor agregado propuesto por este producto.

Como se dijo anteriormente, las necesidades de las personas cada vez son mayores y más exigentes, y es por esto que las mismas personas buscan satisfacer las necesidades con productos que les brinden un valor agregado para sus vidas y productos que se adecuen perfectamente a sus necesidades.

En la gráfica anexa, se puede evidenciar que más del 80% de las personas buscan dentro de un arreglo floral, su originalidad, su estilo único y un valor agregado que en este caso sería la canalización de las energías que producen estos arreglos.

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?

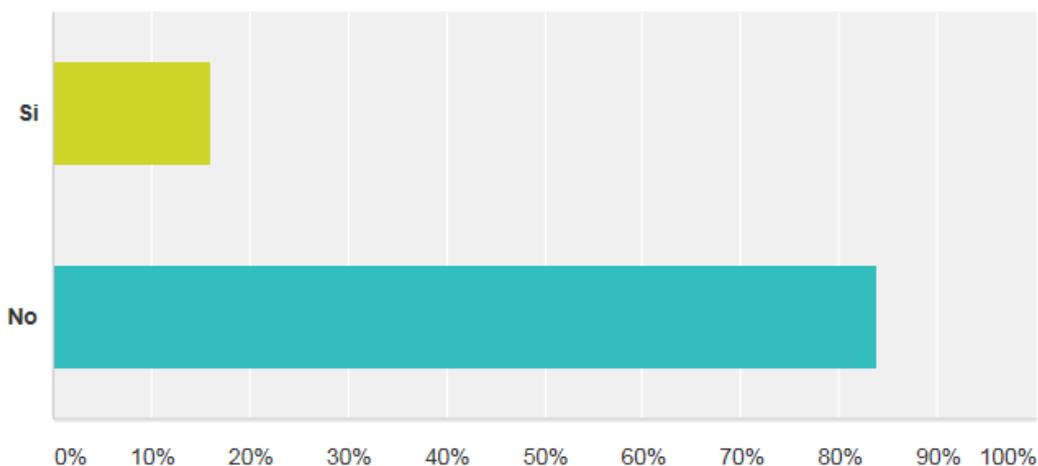
Opciones de respuesta	Respuestas	
▼ \$50.000 - \$100.000	83,87%	78
▼ \$100.000 - \$200.000	6,45%	6
▼ \$200.000 o más	0,00%	0
▼ Otro (especifique)	9,68%	9
Total		93

Tabla 2. Valor que están dispuestos los encuestados a pagar en un arreglo floral.

Como se puede observar dentro de la tabla anexada, 78 de las 93 personas que contestaron esta pregunta estarían dispuestos a pagar una suma que esté en el rango de \$50.000 a \$100.000; representando cerca del 84% de las respuestas de los encuestados. Asimismo, las personas que contestaron “Otro”, el 100% dijo que pagaría un valor menor de \$50.000 pesos por arreglo.

Estos resultados muestran que las personas están dispuestos a pagar una suma no muy alta por un producto de calidad, por lo que la empresa tendrá que ofrecer en el mercado arreglos florares de calidad a un precio mínimo. Es así como se podrá atender a la mayor parte del mercado objetivo y así poder adecuarnos al presupuesto y necesidades de los futuros clientes.

8. ¿Ha oído sobre el arte japonés del Ikebana floral?

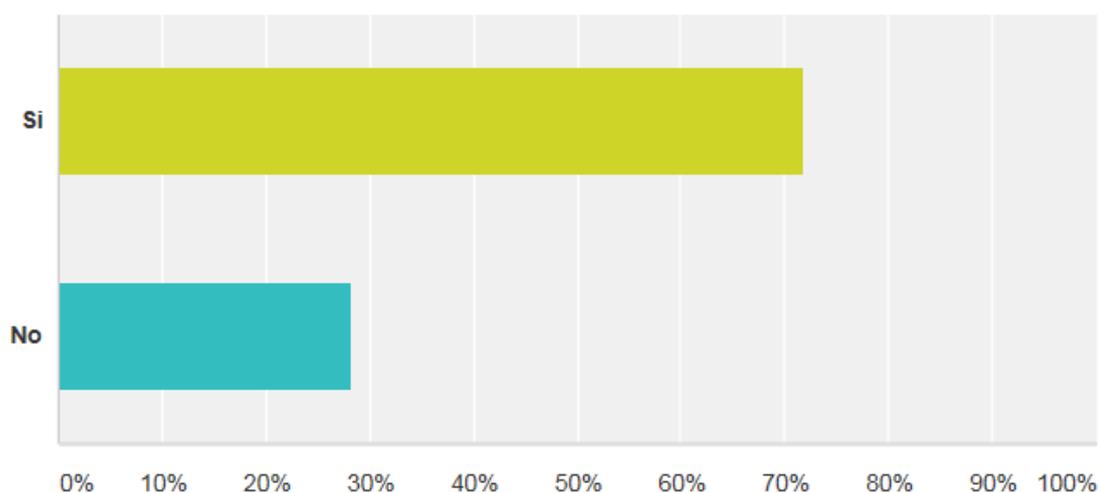


Gráfica 7. Conocimiento de los encuestados sobre el arte japonés Ikebana.

En esta pregunta cuenta que el arte japonés del Ikebana todavía no es reconocido por la población colombiana y en especial por los potenciales clientes que se pueda tener, pues tan solo el 14% de los encuestados sabe de qué se trata este arte.

Asimismo, esta respuesta demuestra que este es un tema que puede catalogarse como una oportunidad para el negocio, en el que se puede dar a conocer lo que es el arte japonés Ikebana generando así mayor entendimiento por parte del público frente al producto y así generar una mayor masa de personas interesadas en adquirir un arreglo floral.

9. ¿Le interesarían los temas de meditación, reflexión y comunión con la naturaleza? (meditación, relajación, canalización de energías, entre otros)



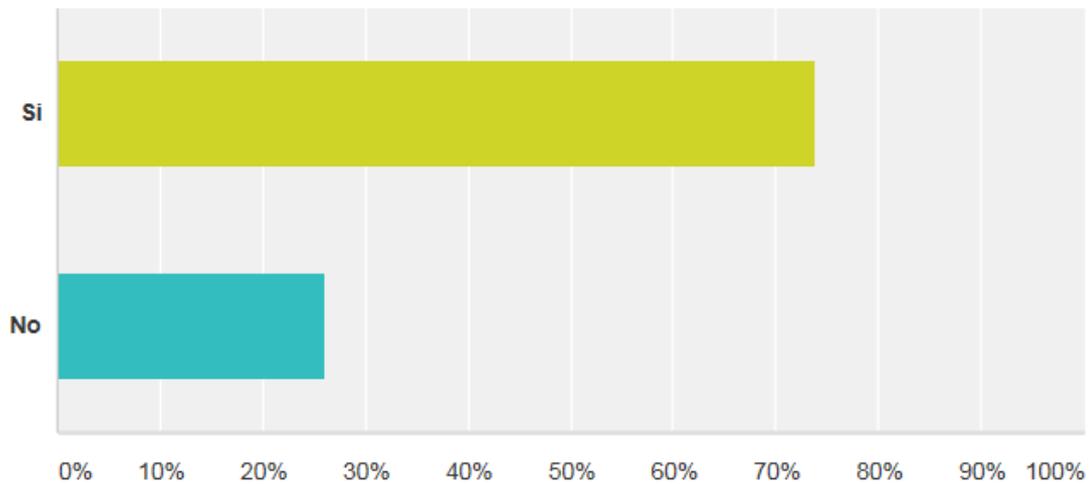
Gráfica 8. Interés de los encuestados sobre temas de meditación, reflexión y comunión con la naturaleza.

Tras analizar este resultado, se puede decir que demuestra un fortalecimiento del valor agregado del negocio, ya que el producto ofrecido tiene una relación cercana con los temas expuestos en la pregunta. De igual forma, la respuesta a esta pregunta comprueba que la prestación del servicio de enseñanza también tiene demanda, debido a que si existe interés en las personas por aprender acerca de estos temas.

Con esto se puede decir que ese más de 70% de las personas que respondieron afirmativo en esta pregunta, en el principal target a explotar, pues estas personas son quienes sienten

un mayor interés por los beneficios de la canalización de energías; el valor agregado del producto.

10. En este mundo donde no hay tiempo para uno mismo. ¿Estaría interesado en tomar clases sobre un arte que le brindará beneficios en el plano mental y emocional?



Gráfica 9. Interés de los encuestados en tomar clase sobre un arte que brinda beneficios en el plano mental y emocional.

En esta pregunta se pretendió evaluar el nivel de interés que las personas muestran frente a éste tema. Tras ver los resultados se ha podido analizar que las personas necesitan un espacio en sus vidas en el que se alejen de una realidad de vida rápida, cargada de estrés, afán y exigencia. Es por esto, que lo que preveía frente a esta respuesta se cumplió, las personas cada vez están más interesadas en buscar espacios de relajación y de canalización de energías.

Tras haber analizado los resultados de las respuestas de la encuesta realizada, se puede llegar a conclusiones que muestran como el mercado de venta de arreglos florales en Bogotá se comporta.

- En primer lugar se ha identificado que tanto las mujeres como los hombres están se han involucrado en la acción de comprar un arreglo floral; sin embargo, el género femenino es quien más se interesa en el tema llegando a ser la proporción de casi 2:1 en compra de flores.

- En segundo lugar, se puede comprender que el mercado no discrimina por edad y que básicamente personas de todas las edades están interesadas este producto.
- En tercer lugar, cuenta que el mercado muestra un dinamismo importante dentro de su comportamiento habitual, pues las razones para adquirir un producto como los arreglos de flores varía en diferentes razones como lo son fechas especiales, para expresar sentimientos o como decoración de un espacio.
- En cuarto lugar, se ha encontrado una gran oportunidad que el mercado necesita que la satisfagan. Esta oportunidad es el poco conocimiento que tienen los bogotanos frente al arte japonés Ikebana. Esto es un aspecto que se deberá dar a conocer para poder explotar el valor agregado que los arreglos florales que se ofrecen sean bien recibidos y entendidos por la gente.
- Por último, se ha podido encontrar que el mercado tiene una necesidad y un interés latente por conocer cada vez más productos y herramientas que los ayuden a canalizar las energías y a buscar un espacio de meditación y tranquilidad.

## Análisis DOFA

A continuación, se ha desarrollado el análisis DOFA dentro de la idea de negocio planteada dentro del proyecto. Dentro de éste análisis se desarrolló cada uno de los aspectos que integran esta herramienta para entender que tan viable es entrar en este mercado, y como está internamente para afrontarlo.

<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• MAESTRO IKEBANA</li> <li>• BUENA ESTRUCTURACIÓN ADMINISTRATIVA</li> <li>• PRODUCTO EXCLUSIVO Y NOVEDOSO</li> <li>• ALTO PODER DE NEGOCIACIÓN SOBRE PROVEEDORES DEBIDO A LA ALTA OFERTA</li> <li>• ALIANZAS CON INSTITUCIONES INTERNACIONALES</li> <li>• OFRECIMIENTO DE PRODUCTO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS A NIVEL PERSONALIZADO</li> <li>• DIFERENCIACIÓN POR ATENCIÓN AL CLIENTE. Y SERVICIO POST - VENTA</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• POCO CONOCIMIENTO DE LOS CLIENTES POTENCIALES ACERCA DEL PRODUCTO Y SERVICIO OFRECIDO (ARTE IKEBANA)</li> <li>• Poca EXPERIENCIA ADMINISTRATIVA (PRIMER EMPRENDIMIENTO)</li> <li>• BAJO MUSCULO FINANCIERO</li> <li>• TRABAJO CON PRODUCTOS PERECEDEROS</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CERCANÍA CON PROVEEDORES</li> <li>• APOYO DEL GOBIERNO AL DESARROLLO DE INDUSTRIA</li> <li>• CONVENIO CON ENTIDADES INTERNACIONALES (EMBAJADA DE JAPÓN, CAMARA DE COMERCIO COLOMBO JAPONESA)</li> <li>• ESTATUTOS IMPOSITIVOS A FAVOR DE EMPRENDEDORES</li> <li>• ALTO PRECIO DEL DÓLAR INCENTIVO PARA EXPORTACIONES</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CAMBIO CLIMÁTICO AFECTANDO COSECHAS Y PRECIOS DE MATERIAS PRIMAS</li> <li>• COMPETIDORES QUE TOMAN LA MISMA IDEA</li> <li>• FLORISTERIAS SUSTITUTAS</li> <li>• DESACELERACIÓN ECONÓMICA</li> <li>• AUMENTO DE LA TASA DE INTERÉS</li> </ul>

Tabla 3. Análisis DOFA

- **Fortalezas**

La idea de empresa que se presenta en este trabajo presenta una gran variedad de fortalezas, en donde la más importante recae en el producto que se ofrecerá al consumidor final. Este producto tiene un valor agregado frente al resto del mercado existente en Colombia, pues, incluye la ideología asiática del arte floral ikebana con energías del Feng shui con el fin de darle al consumidor una vida de relajación y menor cantidad de estrés. Además de esto la empresa tendrá un servicio post-venta único en la industria y generará servicios de valor agregado como clases de enseñanza del arte y de la cultura Feng shui.

- **Debilidades**

Al ser este un negocio innovador en Colombia, este puede generar grandes debilidades para una empresa nueva. Dentro de estas se destaca el desconocimiento del público acerca del arte floral japonés Ikebana. Pues al tener desconocimiento del producto las personas no van a poder entender el verdadero valor agregado que un arreglo floral como estos les pueden generar en su vida diaria; sin embargo, con campañas de educación masiva al target en que se enfoca la empresa esto generará mayor aceptación de las personas frente al producto y por lo tanto generará un alza en la demanda de los arreglos.

- **Oportunidades**

Debido a la economía como está y a la devaluación del precio frente al dólar, los emprendedores podrán recibir beneficios por parte del gobierno, de parte financiera y tributaria. Pero la verdadera oportunidad que existe es la calidad de competencia que se puede generar con la devaluación del peso, pues, los costos fijos serán bajos en comparación con empresas extranjeras y por lo tanto los precios de los arreglos van a ser cada vez más asequibles para las personas.

- **Amenazas**

Dentro de las amenazas que se pueden identificar, sin duda alguna el clima es la mayor amenaza que este negocio puede tener; pues las grandes sequías que vive el país en este momento genera un sobrecosto de insumos para el cultivo de las flores haciéndolas más caras y subiendo el precio del producto final. De la misma manera, ante los drásticos cambios climáticos, las cosechas pueden perderse y la calidad de las flores puede que desmejoren.

## **Competencia**

A pesar de no tener competencia directa debido a que en Bogotá en ningún otro lugar encontrarán los bienes y servicios ofrecidos con el valor agregado de la empresa, existen varias competencias indirectas, quienes con productos sustitutos podrían ser una amenaza para el negocio.

Para analizar la competencia, es importante resaltar que según los planes el negocio va a estar ubicado en zonas aledañas al parque del Virrey entre la autopista y la carrera 15, y

entre la calle 87 y 90. Lo anterior por motivos estratégicos debido a que es una zona con un alto flujo de personas. Además, es una zona que les atribuye a las personas salud física, mental y emocional debido a sus características naturales pues invita a quienes se consideran los potenciales clientes a hacer ejercicio, caminar, comprar flores, pasar tiempo en familia, entre otras, lo cual va de la mano de la imagen que se quiere dar de la organización. Por otro lado, es una zona ubicada en uno de los barrios más prestigiosos de Bogotá, donde habitan personas estratos 5-6 que hacen parte del público objetivo de la empresa. Alrededor de esta zona se podrá encontrar varios de los que podrían ser los competidores, tales como:

- Las flores del parque: Es una conglomeración de vendedores de flores, más no de arreglos florales. Por lo tanto, sus precios están por debajo de los que podrían ser los del negocio propuesto..
- Rosas Don Eloy: Una de las floristerías más reconocidas de la ciudad. Como su nombre lo indica, su especialidad son las rosas de diferentes tipos. Sus precios varían entre \$150.000 - \$500.000, donde el más económico es una caja ecológica de 12 rosas cuyo color puede ser elegido según las preferencias del consumidor.
- Fontana Flores: Esta ubicada en la calle de los anticuarios (calle 79b # 7 – 55), y se destaca por la personalización que le brinda a cada uno de sus productos, pues cada arreglo es único. Su dueña, Patricia París, está dispuesta a modificar SUS arreglos para adaptarlos a las necesidades del cliente. Por lo tanto, sus precios varían según el pedido que realice el consumidor.
- Mundo Floral: Es una floristería dedicada a la comercialización de flores únicamente colombianas. Su valor agregado consiste en brindarle al consumidor final excelentes promociones (sus precios varían según la temporada del año, pues son conscientes de la demanda de flores en las fechas especiales con lo que realizan excelentes promociones y reducen el precio de los arreglos hasta \$30.000) y cursos para que desarrollen su talento mediante arreglos florales. Dichos cursos son esporádicos, e incluyen: desayuno, almuerzo, kit de herramientas, y materiales para elaborar tres arreglos. Su duración es de un día (8:00am – 5:30pm) y su valor es de \$350.000.
- Colorsflowers: Floristería ubicados en la calle 100 con carrera 17. Su principal demanda la hacen las personas que asisten a las funerarias. Por ende, los arreglos de esta floristería están inclinados hacia las condolencias. De igual manera, tienen

una gran variedad de arreglos y bonos y/o accesorios para complementarlos. Sus precios varían desde \$90.000 en adelante.

- Yoga Space: Una de sus sedes está ubicada en Santa Bárbara. Cuentan con planes trimestrales, semestrales y anuales. Sus precios mensuales son de alrededor de \$208.500. Sus horarios de atención son de Lunes a Viernes de 8:30am a 8:30 pm.
- Natural Yoga: Cuenta con varias sedes en la ciudad de Bogotá, una de ellas es en la Carrera 16 con Calle 85. Ofrece clases para principiantes, yoga terapéutico con énfasis en el cuidado de la espalda, y yoga restaurativo que consiste en liberar tensión y estrés. Sus horarios de atención y clases son de Lunes a Viernes de 9:00 am a 1:00 pm y de 4:30pm a 9:00pm, y los sábados de 8:30am-1:00pm. Por otro lado, sus precios son de \$300.000 mensuales.
- Yoga Studio: Ubicados en la 79 con 8, y con horarios de atención de Lunes a Jueves de 7:00am a 7:00pm, Viernes de 8:30am a 10:30am, y Sábados y Domingos de 9:00am a 11:00 am. Sus precios mensuales son de \$250.000 más una matrícula por ser la primera vez de \$75.000.

## **Contexto económico y social**

En el 2014 la economía colombiana presento un crecimiento del 4.6% con respecto al 2013. Sin embargo, este crecimiento en principio muestra en parte la desaceleración que el país está viviendo, ya que la economía colombiana en el 2013 tuvo una expansión del 4.9%. Esto por otra parte demuestra gran dinamismo colombiano dentro de los otros países latinoamericanos debido a que en el 2014 países como México, Ecuador, Brasil, Chile, Perú y Venezuela crecieron pero en menor proporción. Colombia únicamente es superado en crecimiento por Panamá (6.2%) y Bolivia con el 5.4%. (Dinero, 2015)

Dicho crecimiento que viene mostrando el país se le atribuye principalmente a la explotación del sector de hidrocarburos, en donde la inversión extranjera, inversión privada, y el gasto publico potencializaron y jalaron la economía colombiana. Con esto, hubo un mayor consumo interno, gracias a la estimulación de la demanda y oferta interna, y también mejora en los índices de desempleo, y de seguridad. Por lo tanto, hubo de igual manera una mejora en los niveles de confianza y riesgo país.

Para el 2015, en el primer trimestre hubo un crecimiento económico del 2.8%, lo cual demuestra que el país continuaba en desaceleración. Por su parte, en el segundo trimestre

hubo un crecimiento del 3%, lo que demuestra que el PIB estaría dando señales de mejora y que las medidas que se están tomando tanto fiscales como monetarias están beneficiando la economía. (Portafolio, Portafolio, 2015)

Para este año, se destaca la caída internacional del petróleo, y la revaluación del dólar a precios menores de 50 dólares el barril, lo cual demuestra una caída del precio del 60% cuya consecuencia es la desaceleración del sector de hidrocarburos, el cual es la actividad económica interna más importante del país. Por su parte, el precio colombiano muestra una devaluación del 70% aproximadamente en el último año, indicador que genera cierta correlación entre el precio del crudo y la devaluación del COP. Además, esta baja en el precio del petróleo hace que haya menos ingresos al país, afectando directamente el crecimiento de este. Gran parte de la inversión extranjera que había en el país se inclinaba hacia la investigación y exploración de nuevos pozos petroleros, con lo que el desplome en el precio del mismo hace que haya una reducción de entrada de capitales al país. Como consecuencia, la devaluación nuevamente se ve afectada: “Según estudios económicos del Banco de la Republica, por cada dólar que cae el precio del petróleo la nación deja de recibir \$ 420.000 millones de pesos al año” (Idata, 2015) .

En cuanto a la tasa de inflación, Colombia había mantenido niveles dentro del 2% y el 4%, el cual era el rango meta propuesto por el Banco de la Republica. Sin embargo, por diferentes factores como la devaluación del peso frente al dólar, y el fenómeno del niño, la inflación ha estado desde Enero por encima del 4%. Los grupos de bienes y servicios que más han tenido aumento en la inflación son los alimentos, la diversión, comunicación, y el transporte, según indicadores del DANE. (Idata, 2015)

En la otra mano, la política monetaria desde Agosto del 2014 se había mantenido sin variación, estacionándose en el 4.5%. No obstante, como medida ante el crecimiento en la inflación, el Banco de la Republica decidió aumentar la tasa de interés al 4.5% en Septiembre, y al 5.25% en Octubre, cuya repercusión en la economía genera una disyuntiva debido a que el aumento de tasas de interés genera desaceleración del consumo interno. (Portafolio, Portafolio, 2015)

Por último, la balanza comercial de Colombia es negativa desde Octubre del 2014, en donde los mayores déficit se registraron con China, Estados Unidos y México, a pesar de la devaluación favoreció a los exportadores. Entre Enero y Junio de 2015 hubo una balanza negativa de \$6.992 millones de dólares.

Dentro de la estructura económica del país, las flores hacen parte del sector agropecuario, el cual se divide en: agrícola, pesca, pecuario, y silvicultura. De la producción total del sector agropecuario el 55.6% corresponde a producción agrícola. De este 55.6%, el 25% está representado por producción de café, y 30.6% por otros productos agrícolas como las flores y el banano y arroz. (Idata, 2015)

La actividad floricultora del país se divide en cinco regiones en donde hay un total de 6,956 hectáreas sembradas, las cuales se dividen de acuerdo a su participación de la siguiente manera:

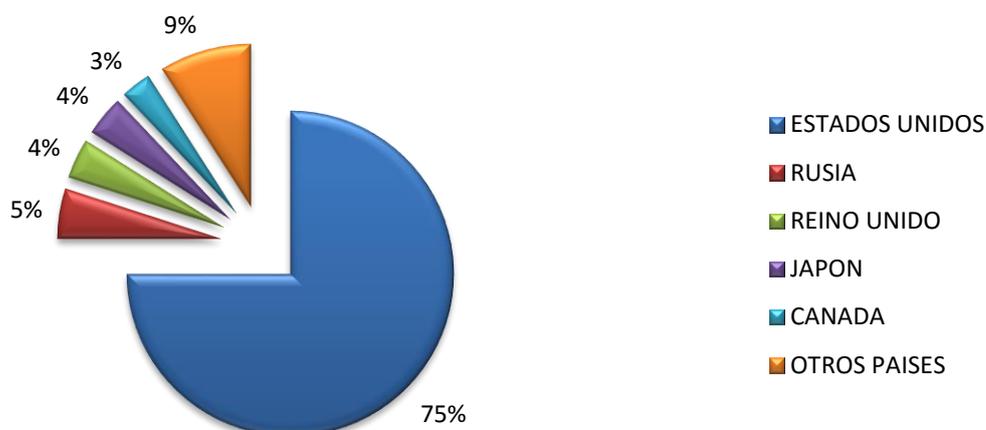
1. Cundinamarca: 73.2%.
2. Antioquia: 23.8%
3. Eje Cafetero: 1.9%
4. Boyacá: 1%
5. Córdoba: 0.1%

Dentro del sector floricultor, se trabaja con 8.000 empleos directos y 50.000 indirectos, y a modo informativo, seis de cada diez personas son mujeres.

Desde el punto de vista internacional, las exportaciones se dividen en 5 países: Holanda (55%), Colombia (15%), Ecuador (6%), y Kenia (4%); el 20% restante representa a los demás países que exportan flores, los cuales si son vistos de manera individual no alcanzan el 3%. (Datateca)

Colombia exporta a 90 países. A continuación se puede observar el porcentaje de la participación de diferentes países en el total de exportaciones:

## PARTICIPACION EN TOTAL DE EXPORTACIONES



Gráfica 10. Participación en total de Exportaciones

Fuente: DANE. (DANE)

A pesar de la devaluación del peso frente al dólar las exportaciones en el primer semestre del año se redujeron en un 6.6% comparado con el primer semestre del 2014. A esto se le atribuye una menor demanda de Estados Unidos, y el fenómeno del niño que está afectando a los cultivos del país.

Para el 2015, según estudios Idata, la proyección del crecimiento de este sector va a ser del 2.8%, y en el 2016 este sector va a trabajar en entornos más estables y favorables, con lo que el crecimiento va a ser del 3.1%. Lo anterior podría ser también debido a que el sector floricultor de Colombia se vio beneficiado por la firma del TLC con Estados Unidos: “La floricultura se benefició, en efecto, de las preferencias arancelarias que garantizó el Tratado de Libre Comercio (TLC) recientemente suscrito entre ambos países, consolidando la posición de las flores colombianas en el mercado estadounidense. También ayudó el trabajo conjunto de la patronal y el Gobierno para trabajar la marca-país, con un programa, lanzado en 2006, llamado “Colombia. Tierra de Flores”. (Global, 2015). Con esto, se podrá confirmar que las flores son un sector estratégico no solo para la economía colombiana sino para la imagen del país.

Dentro de la cadena de valor de la operación de la empresa, las flores son un factor de vital importancia debido a que son el principal insumo. Sin embargo, la operación de la empresa hace parte del comercio de productos manufacturados minoristas. Este sector se ha visto afectado en el último año debido a la desaceleración en el consumo de los hogares

colombianos (contracción de la demanda interna del país). Para esto es importante mencionar que dentro de las actividades del sector de comercio, la venta de arreglos florales hace parte del subsector de artículos para el hogar, el cual en los primeros siete meses de este año ha tenido una desaceleración del 60% aproximadamente con respecto a los primeros siete meses del año anterior. Según Fededesarrollo, la proyección de crecimiento de este sector para el 2015 es del 4%, y para el 2016 va a ser del 4.2%.

Por último, como el valor agregado de la empresa también está ligado a la transmisión de conocimientos a través de servicios de enseñanza, es importante analizar cómo se encuentra el sector de educación y clases privadas. Según Idata, este sector tiene actividades que siguen siendo satisfactorias y evidencian solidez. En el primer trimestre del 2015, la educación y clases privadas creció en un 9.5%, menor al mismo periodo del año anterior que fue del 11%. No obstante, muy superior al promedio de actividades de la economía colombiana. Lo cual evidencia que esta sigue siendo una de las ramas con mayor dinamismo.

Según Idata (Idata, 2015), las expectativas de crecimiento de los diferentes sectores son las siguientes:

EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO		
SECTORES ECONOMICOS	2015	2016
AGROPECUARIO	2,80%	3,10%
COMERCIO	4,00%	4,20%
CONSTRUCCION	7,80%	8,60%
INDUSTRIA	0,40%	2,30%
HIDROCARBUROS	-0,25%	-1,20%
SERVICIOS	3,60%	3,00%
SERVICIOS FINANCIEROS	5,60%	5,50%
TRANSPORTE	2,90%	3,30%

Tabla 4. Expectativas de crecimiento en sectores de la economía nacional.

Lo anterior, demuestra que existe una oportunidad en los sectores en los que se va a operar, ya que estos tienen buenas expectativas para los próximos años.

## **Contexto fiscal y legal**

Al ser una empresa nueva es importante conocer los pasos para la constitución de esta. En Colombia, la forma y constitución de las sociedades comerciales, se encuentran reglamentadas por el Código de Comercio. Para lo anterior, existen diferentes tipos de societarios, entre los que se encontró: Sociedades Anónimas (S.A), Sociedades en Comandita por Acciones(S en C, A), Sociedades en Comanditas Simples (S en C, S), Sociedades de Responsabilidad Limitada (Ltda) y Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS).

Debido a las facilidades que brinda constituir una SAS, se eligió este tipo de sociedad para emprender la actividad económica de la organización. Este tipo de sociedad permite que su constitución y la reforma de sus estatutos se haga a través de documento privado, lo que implica un ahorro en los gastos de escrituras públicas, además que estos son privados y no requieren publicidad en el registro mercantil de la cámara de comercio, con excepción de los que aparecen en el certificado como son el nombre, el objeto social, el capital social, los representantes legales y la junta directiva. Por otro lado, este tipo de sociedad se puede constituir con solo un accionista que puede ser una persona natural o jurídica, nacional o extranjera, y no exige un máximo de accionistas. No obstante, el capital social con el que se constituye la sociedad tiene un plazo de hasta dos años para pagarse. La naturaleza de la SAS es principalmente comercial, tiene la posibilidad de establecer un objeto social y un tiempo de duración indeterminado. Otra de las características, es que la responsabilidad de los asociados es limitada en cuanto al monto de los aportes (salvo en el caso de fraude a la ley o abuso de la empresa unipersonal en perjuicio de terceros). Sin embargo, es posible establecer reglas estatutarias de montos máximos y mínimos de capital, así como las consecuencias en caso de incumplimiento. Pueden crearse reglas internas para el funcionamiento de las reuniones no presenciales, y puede suprimirse el requisito de quórum universal. En la SAS, no hay solidaridad de los accionistas con obligaciones de carácter fiscal o laboral.

Otro beneficio, consiste en que existe libertad plena para diseñar la estructura de la administración, y si no se crea un régimen estatutario de administración la asamblea o el accionista único y el representante legal podrán ejercer todas las funciones de dirección y administración (es importante resaltar que es posible crear junta directiva o cualquier otro órgano colegiado y designar a sus miembros). En cuanto al sistema de

representación, solo quienes aparezcan inscritos en el registro mercantil como representantes legales podrán representar a la compañía en sus relaciones con terceros. Por último, el revisor fiscal es obligatorio si los activos brutos al 31 de diciembre del año inmediatamente anterior exceden de cinco mil salarios o mínimos cuyos ingresos brutos durante ese mismo periodo excedan de tres mil salarios mínimos.

Por otro lado, los pasos para constituir una sociedad son los siguientes:

1. Consulté el nombre o posible a registrar en la cámara de comercio: “Ikebana, centro artístico y de relajación”.
2. Redacte los estatutos sociales: La sociedad como se mencionó anteriormente será una SAS, constituida por cinco accionistas.
3. Gestione el registro único tributario (RUT)
4. Inscripción en el Registro Mercantil en la Cámara de Comercio.
5. Tramitar el NIT, y abrir una cuenta bancaria.
6. Tramitar a la DIAN el RUT definitivo.
7. Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
8. En la DIAN, se debe solicitar una resolución de facturación, en principio manual. Sin facturas es posible contratar, pero no se pueden cobrar los servicios.
9. Solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio; éstos serán el Libro de actas y el Libro de accionistas. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.
10. Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para contratar empleados.

\*Los datos mencionados anteriormente fueron recolectados en una entrevista que tuvimos con el abogado comercial Jorge Forero Delgadillo, y complementados por los datos que brinda la página web de Pro Colombia y de la Cámara de Comercio.

Por otro lado y de manera general, los siguientes son los impuestos que están a cargo de las sociedades por pertenecer al régimen común:

## **DE ORDEN NACIONAL**

- Impuesto de Renta: La tarifa de impuesto sobre la renta a partir del año gravable 2013 baja del 33% al 25 %, además se incluye en el sistema tributario colombiano el impuesto sobre la renta para la equidad (CREE), que tendrá una tarifa del 9 % sobre las utilidades para los años 2013, 2014 y 2015; a partir del 2015 se cobrará una tarifa del 8 %. Las rentas obtenidas por las sociedades y entidades extranjeras, que no sean atribuibles a una sucursal o establecimiento permanente estarán sometidas a la tarifa del 33 %.
- Retención en la fuente.
- IVA.
- 4 por mil.

## **IMPUESTOS DISTRITALES**

- Impuesto de industria, comercio y avisos.
- Impuestos prediales ( en caso de poseer bienes inmuebles)
- Impuesto de automóvil.

No obstante, vale la pena mencionar los beneficios que brinda la Ley 1429 de 2010 denominada “Ley de formalización y generación de empleo”:

1. Progresividad en el pago de impuesto sobre la renta.
2. Los beneficiarios de la progresividad en el pago del impuesto sobre la renta no se someten a retención en la fuente por este impuesto, para las pequeñas empresas ubicadas en el resto del país la exoneración de la retención en la fuente por impuesto de renta es por 5 años, contados desde el inicio de su actividad económica principal.
3. Los beneficiarios de la progresividad en el pago del impuesto sobre la renta no se someten al sistema de renta presuntiva, así:
  - Para las pequeñas empresas ubicadas en el Amazonas, Vaupés y Guainía, por 10 años.
  - Para las pequeñas empresas ubicadas en el resto del país por 5 años.
4. La progresividad en el pago del impuesto de industria y comercio y otros impuestos cuya reglamentación dependerá de cada municipio y del gobierno nacional.

- Para los efectos de esta ley, se entiende por pequeñas empresas aquellas cuyo personal no sea superior a 50 trabajadores y cuyos activos totales no superen los 5.000 salarios mínimos mensuales legales vigentes.
- Para los efectos de esta ley, se entiende por inicio de la actividad económica principal la fecha de inscripción en el registro mercantil de la correspondiente Cámara de Comercio, con independencia de que la correspondiente empresa previamente haya operado como empresa

\*Los datos mencionados anteriormente fueron recolectados en una entrevista que tuvimos con el abogado comercial Jorge Forero Delgadillo, y complementados por los datos que brinda la página web de la Cámara de Comercio.

### Organigrama - Plan de Recursos Humanos

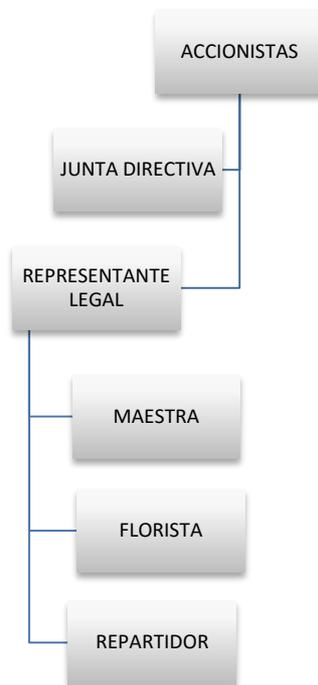


Tabla 5. Organigrama

En un principio, y para disminuir gastos, los cinco accionistas realizarán labores del día a día en la empresa, como puede ser: contestar llamadas, consolidar la base de datos de

los clientes, manejo de la contabilidad de la empresa, limpieza del local, e incluso realización de arreglos florales. Por esta razón, en un principio únicamente se contará con una florista, quien apoyará en la realización de arreglos florales que se comercializará, y quien tendrá un salario de dos salarios mínimos vigentes. Por otro lado, y para labores de distribución, está el repartidor, quien nos colaborará en procesos de domicilio (sus labores también son de mensajero, es decir, apoyará en las tareas del día a día relacionadas con entregas y pagos de facturas internas de la empresa), su salario será de un salario mínimo legal vigente. Con respecto al representante legal, será uno de los cinco accionistas, y se contratará bajo un contrato civil por prestación de servicios (Este tipo de contrato se celebra de manera bilateral entre una empresa y una persona (natural o jurídica) especializada en alguna labor específica. La remuneración se acuerda entre las partes y no genera relación laboral ni obliga a la organización a pagar prestaciones sociales. La duración es igualmente en común acuerdo dependiendo del trabajo a realizar. El empleado recibe un sueldo al cual se le descuenta únicamente por concepto de retención en la fuente. (Gerencie) Por su parte, la Junta Directiva, serán tres de los cinco accionistas, elegidos por una votación realizada en la Asamblea General de Accionistas. Por último, se contará con una profesora, quien será contratada también por un contrato civil de prestación de servicios debido a que ella no trabajara un 100% de su tiempo con nosotros, sino los días que se ofrezcan clases (martes, y jueves, de 8:00am a 10:00 y de 6:00pm a 8:00pm).

## **Sistema de Distribución**

Con el fin de llegar a más clientes y fidelizar a los actuales, se tendrán dos canales de distribución de los productos. Por un lado, se contará con venta en el local comercializador, lugar donde el cliente podrá percibir la esencia de la marca, y del verdadero significado del Ikebana. Por otro lado, se tendrá un repartidor encargado de distribuir el producto hacia el domicilio del cliente, lo que facilitará las compras por internet y la comodidad del cliente. Lo anterior, es una excelente opción para aquellos que disponen de una agenda ocupada, prefieren comprar por la red, o para situaciones de emergencia.

En cuanto al servicio, se realizará únicamente en el local debido a que en este se tendrán todos los artículos y el espacio requerido para dictar las clases. Además, esto brinda mayor facilidad debido a que en este espacio se pueden dictar clases de al menos 10 personas sin necesidad de movilizar a la maestra.

## **Mezcla de Mercadeo - 4Ps**

### **Producto (Product)**

A partir de una necesidad encontrada en el mercado y de las constantes necesidades insatisfechas de una sociedad cambiante como la bogotana, se ha decidido ofrecer al público arreglos florales con ideologías del arte japonés Ikebana. Esta ideología japonesa es un arte que busca canalizar las energías de un espacio brindando tranquilidad y frescura al lugar.

El producto nace de la necesidad de las personas de llevar una vida cada vez más saludable adoptando hábitos que terminan mejorando la calidad de vida de las personas. Asimismo, se ha encontrado la necesidad de las personas de encontrar producto con mayor valor agregado dentro del mercado, y es por esto que se ha decidido implementar dentro de los arreglos florales el arte Ikebana.

Este producto reúne ambas necesidades antes descritas, la vida saludable y mayor valor agregado, pues las personas podrán decorar, regalar y comprar arreglos florales que llenen de tranquilidad y paz un espacio en específico, donde se liberarán del estrés de cada día y del ritmo de vida que se vive en una de las capitales más grandes de Sudamérica.

## **Publicidad y Promoción (Promotion)**

Debido a que es un negocio completamente innovador, ya que el arte Ikebana no es tan conocido por la mayoría de personas que habitan en Bogotá, la empresa debe contar con una excelente comunicación para sus potenciales clientes. Esto, con el fin de transmitirles de manera correcta el concepto de este arte junto con sus beneficios, y de esta forma motivarlos no solo a adquirir los arreglos sino a aprender a realizarlos.

Con el fin de reducir costos, y aprovechar las ventajas que traen hoy en día las diferentes redes sociales, se optó por promocionar la organización por medio de estas creando un perfil propio en redes como Facebook, Instagram, Pinterest, y/o Twitter. Para complementar, se trabajará fuertemente en la realización de concepto de la marca, el cual debe estar impecable pues como se mencionó anteriormente es de vital importancia la forma en la que se comunicará el nuevo concepto de Ikebana, y también por medio de una página web, la cual mostrará no únicamente los productos y servicios sino tendrá la opción de compra por internet.

- Concepto de Marca: Inspirarle al cliente un ambiente acogedor, tranquilo, que lleve a la reflexión y a la relajación. En cuanto al local, un espacio con una excelente iluminación (cálida), limpio, organizado, y con un estilo japonés en su decoración. Contará con música Zen de fondo, una división de zonas para la comercialización y las clases, y demostración de arreglos realizados por la florista (muestras y pantalla plasma que transmitirá fotos de arreglos realizados por la empresa). Por su parte, la página web y las redes sociales, se realizarán con colores estratégicos que irradian paz, armonía y tranquilidad. No se subirán fotos que puedan confundir al consumidor final sobre el concepto de la empresa: cada publicación tendrá un vínculo ya sea con el arte o con la canalización de energías, se pretende comunicar la importancia de la meditación y la relajación en un mundo en constante movimiento, motivar a los seguidores a dedicarse un tiempo a ellos mismos, e informarlos sobre la cultura japonesa vinculada al arte Ikebana.
- Página Web: La idea es que el diseño de la página web este completamente atado a el concepto de marca. En esta, los clientes podrán encontrar la historia del Ikebana, la misión, la visión y los valores de la empresa, el portafolio de productos y servicios (complementado con fotos y precios), videos de las clases, como contactarnos (teléfono, celular, dirección, correo), los horarios tanto de servicio al

cliente como de las clases, y reseñas de las experiencias escritas por otros clientes. Así mismo, se complementará con fotos de galerías de eventos realizados con arreglos de la organización.

- Redes Sociales: En las redes se publicarán fotos, videos, e incluso experiencias de los clientes. Cada publicación subida tendrá una explicación sobre el arte, es decir, sus beneficios e historia, entre otras, o un relato sobre lo que quiere comunicarse a través de dicha imagen, para hacer llegar los conceptos de manera clara a los seguidores. Se brindará consejos de relajación, de motivación, para que sean páginas de total agrado. Adicionalmente, si se trata de una imagen de un arreglo, se pondrá su precio y la manera como pueden adquirirlo, ya sea por medio de la propia red o en el local. La idea es aprender a manejar las redes de la mejor forma posible, contando con imágenes de excelente calidad, videos y el uso de palabras claves en las publicaciones que van a llamar la atención de las comunidades que tengan relación con este tema.

De la misma manera, se invitarán conocidos, y contactos en redes, a compartir publicaciones para ampliar el número de clientes potenciales.

- Voz a Voz: Es de vital importancia dar a conocer los productos y servicios entre el círculo social cercano. La idea es que ellos logren conocer la empresa y su concepto en su totalidad (se ofrecerán clases gratuitas y ofertas especiales en los arreglos), para que así recomienden con sus allegados y que el nombre de la empresa se difunda de la mejor manera. A la vez, usarlos como un medio para conocer necesidades para enriquecer y contribuir al crecimiento del negocio.

Por otra parte, se trabajaran listados de empresas tales como: organización de eventos, hoteles, hospitales, edificios, salones de actividades, entre otros. La idea es realizar una presentación que contenga el portafolio de productos y servicios, para exponérsela a la persona encargada, quien recibirá promociones especiales en caso de que realice un negocio con la empresa.

Este aspecto es relevante por los contactos que tienen los cinco accionistas, reconociendo que cada uno tiene un grupo social diferente.

## **Lugar (Place)**

En principio el proyecto se desarrollaría en la ciudad de Bogotá, pues ésta, además de ser la ciudad más grande en población de Colombia, también es la de mayor dinámica y poder adquisitivo.

Con la iniciativa desarrollada en Bogotá, la capacidad de hacer llegar el producto a más personas es más viable, debido a las zonas en donde se plantea enfocar el negocio, y también por la gran población que habita dentro de ella, los cuales son casi 8 millones de personas.

### **Precio (Price)**

Tras haber analizado el mercado en el que el negocio se establecería y tras haber conocido el pensamiento del consumidor frente a los arreglos florales; se ha decidido trabajar precios que no sobrepasen los \$100.000COP, pues dentro de los encuestados se ha encontrado que más del 90% de las personas no estaría dispuesta a pagar una suma mayor a la descrita.

Con esto se pretende buscar la mayor y mejor calidad posible de producto al menor precio posible, tratando de buscar una situación en el que ambas partes ganen y se sientan satisfechas con el producto vendido y por parte del consumidor, por el producto recibido.

### **Proyección de Ventas – Precio**

Como modelo de emprendimiento el primer paso para lograr una proyección de estados financieros fue reconocer las principales salidas de efectivo (pre-operativas), con lo que se podría determinar la inversión inicial. En la siguiente tabla se demuestra cuáles serían las salidas de efectivo:

<b>SALIDA DE EFECTIVO PRE-OPERATIVA</b>			
<b>MES</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>TOTAL</b>
ARRIENDO LOCAL	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000	\$ <b>9.000.000</b>
ADECUACION DEL LOCAL	\$ 8.000.000	\$ -	\$ <b>8.000.000</b>
SALARIO FLORISTA	\$ -	\$ 966.525	\$ <b>966.525</b>
HONORARIOS MAESTRA	\$ -	\$ 1.610.625	\$ <b>1.610.625</b>
INVERSION MUEBLES Y ENSERES	\$ -	\$ 14.185.090	\$ <b>14.185.090</b>
INVERSION DE PAGINA WEB Y MANEJO DE REDES	\$ -	\$ 1.000.000	\$ <b>1.000.000</b>
INVERSION DE CREACION DE CONCEPTO DE MARCA	\$ -	\$ 4.000.000	\$ <b>4.000.000</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1.500.000	\$ -	\$ <b>1.500.000</b>
INVERSION DE COMPRA DE MATERIALES INICIAL	\$ -	\$ 1.675.510	\$ <b>1.675.510</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 14.000.000</b>	<b>\$ 27.937.750</b>	<b>\$ 41.937.750</b>

Tabla 6. Salida de efectivo pre-operativa.

Es importante resaltar que el valor del arriendo del local se estimó mediante una cotización en la página “metro cuadrado” (**Anexo 2**), la adecuación y remodelación del local se obtuvo a partir de una negociación con la empresa “Lápiz de Sueños”, el salario de la florista se fijó a partir de una comparación hecha de las ofertas laborales en el mercado para un cargo relativamente parecido, los honorarios de la maestra se propusieron teniendo en cuenta una cotización que realizó María Lucia Leyva, maestra del arte Ikebana. La inversión de muebles y enseres se estimó a partir de diferentes búsquedas realizadas en línea:

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
TV SONY 40 PULGADAS	\$ 1.400.000	1	\$ <b>1.400.000</b>
ESCRITORIO DIMENSIONES 140cmX60cm	\$ 413.900	11	\$ <b>4.552.900</b>
ESCRITORIO RECEPCION Y ADMINISTRACION	\$ 421.000	2	\$ <b>842.000</b>
EQUIPO DE AUDIO	\$ 999.000	1	\$ <b>999.000</b>
EQUIPO DE COMPUTO	\$ 2.232.245	2	\$ <b>4.464.490</b>
SILLA DE OFICINA ERGONOMICA	\$ 175.900	3	\$ <b>527.700</b>
SILLAS DE ESTUDIANTES	\$ 139.900	10	\$ <b>1.399.000</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 14.185.090</b>

Tabla 7. Muebles y enseres.

Los precios de los productos expuestos en la anterior tabla se pueden observar en el anexo 3.

Por otro lado, la inversión en diseño de la página web, el manejo de redes y la realización del concepto de marca se cotizó con el diseñador Lucas Del Corral, y los gastos de constitución se estimaron con el abogado comercial Jorge Forero.

Por último, la inversión en herramientas y materiales se estimó con búsqueda de precios en línea:

<b>MATERIALES</b>			
<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
PALA DE JARDINERIA	\$ 4.900	20	\$ <b>98.000</b>
PINZAS	\$ 7.000	20	\$ <b>140.000</b>
TIJERAS DE PODA	\$ 10.900	20	\$ <b>218.000</b>
ALAMBRE	\$ 4.550	5	\$ <b>22.750</b>
CINTA * 10 M2	\$ 2.900	10	\$ <b>29.000</b>
GUANTES	\$ 13.900	20	\$ <b>278.000</b>
GAFAS	\$ 12.900	20	\$ <b>258.000</b>
ESPUMA	\$ 4.900	20	\$ <b>98.000</b>
RESMA DE PAPEL	\$ 8.600	1	\$ <b>8.600</b>
TARJETAS PRESENTACION	\$ 300	100	\$ <b>30.000</b>
PLASTICO INVERNADERO 10 M2	\$ 23.900	1	\$ <b>23.900</b>
BALDES	\$ 10.900	20	\$ <b>218.000</b>
BASES IKEBANA	\$ 12.663	20	\$ <b>253.260</b>
<b>TOTAL</b>			\$ <b>1.675.510</b>

**Tabla 8. Costo de materiales.**

Las tarjetas de presentación se cotizaron con la empresa Despliegue Visual, mientras que los otros precios se encuentran en el anexo 3.

A partir de lo anterior, se tomaron \$50.000.000 como inversión inicial, con los cuales se podrían realizar los gastos e inversiones pre-operativas, y tener un colchón de disponible de \$8.000.000 aproximadamente. Es importante mencionar que se tomaron dos meses pre-operativos, el primero para la adecuación de la planta física, en donde va a ocurrir la operación de la empresa, y el segundo la capacitación del personal.

Se estimaron gastos operacionales mensuales investigando con las personas que trabajan y viven dentro de la zona, quienes tienen la experiencia de incurrir en dichos gastos cada mes. Lo anterior arroja el siguiente resultado:

<b>GASTOS OPERACIONALES MENSUALES</b>	
ARRIENDO	\$ 4.500.000
SALARIO REPARTIDOR	\$ 751.742
GASTO VARIOS DE CARRO	\$ 80.000
HONORARIOS REPRESENTANTE LEGAL	\$ 1.610.000
SERVICIO DE INTERNET Y TELEFONIA	\$ 200.000
SERVICIO DE AGUA Y ALCANTARILLADO	\$ 200.000
SERVICIO DE LUZ	\$ 150.000
GASTO DE SEGURO DE CARRO	\$ 100.000
GASTO DE TRANSPORTE	\$ 400.000
PRESTACIONES HONORARIOS	\$ 289.870
HONORARIOS MAESTRA	\$ 1.288.700
SEGURIDAD SOCIAL REPARTIDOR	\$ 63.898
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.634.210</b>

Tabla 9. Gastos operacionales mensuales.

Es importante mencionar que los gastos que están resaltados tienen relación directa con gastos de administración según la política de estructura de costos y gastos que se decidió implementar en el modelo de negocio.

Se considera que la mano de obra directa es únicamente el salario de la florista que va a trabajar en la fabricación de los arreglos florales, y es la siguiente:

<b>MANO DE OBRA DIRECTA MENSUAL</b>	
SALARIO FLORISTA	\$ 1.503.483
SALUD Y PENSION	\$ 127.796
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.631.279</b>

Tabla 10. Mano de obra directa mensual.

Teniendo en cuenta que la florista contará con un salario de 1.5 salarios mínimo legal vigente.

Para conocer el costo de las flores dentro de los arreglos florales se hizo un promedio del costo de los doce tipos de flores que se van a utilizar, investigando con Matina Flowers, quien sería el principal proveedor. A continuación se puede observar el resultado de dicha investigación:

PRECIO DE FLORES	
FLOR	COSTO PROVEEDOR
SANTUARIO	\$ 300
MARGARITAS	\$ 150
LIRIOS	\$ 1.200
AZUCENA	\$ 300
CARTUCHOS DE COLOR	\$ 500
CARTUCHO BLANCO	\$ 251
COQUETAS	\$ 126
TULIPAN	\$ 1.200
ORQUIDEA	\$ 900
OPAI	\$ 600
BURBUJAS	\$ 175
HORTENCIAS	\$ 500
<b>PROMEDIO</b>	<b>\$ 517</b>

Tabla 11. Precio promedio de las flores.

El promedio arrojado del precio de las flores permitió realizar la estimación del costo promedio de los tres tipos de arreglos (pequeños, medianos y grandes, según la cantidad de flores):

CANTIDAD FLORES POR TIPO DE ARREGLO	FLORES POR ARREGLO	COSTO
PEQUEÑO	3	\$ 1.550
MEDIANO	7	\$ 3.617
GRANDE	13	\$ 6.718
<b>PROMEDIO</b>	<b>8</b>	<b>\$ 3.962</b>

Tabla 12. Cantidad de flores por tipo de arreglo.

Lo anterior permite que se pueda hacer una estandarización de costos de las flores como materias primas. Además de las flores, otro costo de materia prima dentro del producto final son las bases que varían su precio según el tamaño y material, que arrojan un promedio de \$12.266. Lo cual arroja un costo total por arreglo representado en la siguiente tabla:

<b>COSTOS DE MATERIAS PRIMAS POR ARREGLO</b>	
FLORES PROMEDIO	\$ 3.962
BASES IKEBANA	\$ 12.663
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.625</b>

Tabla 13. Costo de materias primas por arreglo.

Para lograr conocer la cantidad de ventas por arreglos y suscripción a las clases, decidimos hacer un promedio del crecimiento de los competidores (mencionados anteriormente) tanto en la comercialización como en la prestación del servicio, y el resultado fue el siguiente:

<b>VENTAS DE ARREGLOS POR MES</b>	
ENERO	100
FEBRERO	110
MARZO	110
ABRIL	150
MAYO	180
JUNIO	158
JULIO	178
AGOSTO	182
SEPTIEMBRE	212
OCTUBRE	180
NOVIEMBRE	150
DICIEMBRE	250
<b>TOTAL</b>	<b>1960</b>

Tabla 14. Ventas de arreglos por mes.

<b>SUSCRIPCIONES DE CLASES POR MES</b>	
ENERO	20
FEBRERO	25
MARZO	25
ABRIL	34
MAYO	30
JUNIO	40
JULIO	45
AGOSTO	42
SEPTIEMBRE	38
OCTUBRE	37
NOVIEMBRE	40
DICIEMBRE	25
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>

Tabla 15. Suscripciones clases por mes.

Conociendo los gastos, y las cantidades aproximadas tanto de comercialización como de prestación del servicio, se halló el precio de equilibrio que debe tener los productos y las clases durante el primer año:

<b>PRECIO EQUILIBRIO 2016</b>	
COMERCIALIZACION	\$ 64.851
SERVICIO	\$ 101.657

Tabla 16. Precio equilibrio.

Teniendo en cuenta que los resultados de la investigación de la competencia y de la empresa las políticas de margen de ganancia unitario tanto para el producto como para el servicio son las siguientes:

<b>MARGEN 2016</b>	
COMERCIALIZACION	20%
SERVICIO	30%

Tabla 17. Margen 2016.

Con lo cual nacen los siguientes precios finales:

<b>PRECIO DE VENTA 2016</b>	
COMERCIALIZACION	\$ 81.064
SERVICIO	\$ 145.224

Tabla 18. Precio de venta 2016.

Con estos precios, y con la cantidad presupuestada en resultado del primer año es el siguiente:

ESTADO DE RESULTADOS DE 1 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE		
	2016	
VENTAS POR COMERCIALIZACION	\$ 158.884.894	73%
INGRESOS POR INSCRIPCIONES	\$ 58.089.771	27%
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>\$ 216.974.665</b>	<b>100%</b>
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 19.575.353	9%
COSTO DE MATERIALES	\$ 32.584.886	15%
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 52.160.239</b>	<b>24%</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 164.814.427</b>	<b>76%</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 118.447.535	55%
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 118.447.535</b>	<b>55%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 46.366.892</b>	<b>21%</b>
OTROS GASTOS	\$ -	0%
OTROS INGRESOS	\$ -	0%
<b>UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 46.366.892</b>	<b>21%</b>
IMPORRENTA	\$ -	0%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 46.366.892</b>	<b>21%</b>

Tabla 19. Estado de Resultados.

Según los estudios de Idata, el crecimiento para el 2015 y 2016 va a ser el siguiente:

VARIABLES MACROECONOMICAS SEGÚN IDATA	2015	2016	PROYECCION	
			2017	2018
PIB - ECONOMIA COLOMBIANA	2,90%	3,10%	3,30%	3,50%
INFLACION	4,48%	3,80%	4,14%	3,97%

Tabla 20. Variable Macro-económicas según Idata

Dentro del trabajo se realizó un promedio de los últimos dos años para las proyecciones del valor de los siguientes dos años (Ej: El valor de crecimiento de 2017 es igual a promedio entre 2015 y 2016, el valor de 2018 igual a promedio de 2016 y 2017).

Con estas variables se hizo la proyección de los años 2017 y 2018 de la compañía:

ESTADO DE RESULTADOS DE 1 DE ENERO A 31 DE DICIEMBRE							
	2015	2016		2017		2018	
VENTAS POR COMERCIALIZACION	\$ -	\$ 158.884.894	73%	\$ 170.922.999	73%	\$ 183.928.444	73%
INGRESOS POR INSCRIPCIONES	\$ -	\$ 58.089.771	27%	\$ 62.491.013	27%	\$ 67.245.923	27%
<b>INGRESOS NETOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 216.974.665</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 233.414.011</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 251.174.367</b>	<b>100%</b>
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ -	\$ 19.575.353	9%	\$ 20.385.773	9%	\$ 21.195.088	8%
COSTO DE MATERIALES	\$ -	\$ 32.584.886	15%	\$ 33.660.187	14%	\$ 34.838.293	14%
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 52.160.239</b>	<b>24%</b>	<b>\$ 54.045.960</b>	<b>23%</b>	<b>\$ 56.033.381</b>	<b>22%</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 164.814.427</b>	<b>76%</b>	<b>\$ 179.368.052</b>	<b>77%</b>	<b>\$ 195.140.985</b>	<b>78%</b>
GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 21.077.150	\$ 118.447.535	55%	\$ 123.233.810	53%	\$ 128.013.563	51%
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 21.077.150</b>	<b>\$ 118.447.535</b>	<b>55%</b>	<b>\$ 123.233.810</b>	<b>53%</b>	<b>\$ 128.013.563</b>	<b>51%</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$ 21.077.150</b>	<b>\$ 46.366.892</b>	<b>21%</b>	<b>\$ 56.134.242</b>	<b>24%</b>	<b>\$ 67.127.423</b>	<b>27%</b>
OTROS GASTOS	\$ -	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%
OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	0%	\$ 2.707.517	1%	\$ 13.983.217	6%
<b>UTILIDAD NETA A. DE I.</b>	<b>-\$ 21.077.150</b>	<b>\$ 46.366.892</b>	<b>21%</b>	<b>\$ 58.841.759</b>	<b>25%</b>	<b>\$ 81.110.640</b>	<b>32%</b>
IMPORRENTA	\$ -	\$ -	0%	\$ -	0%	\$ -	0%
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$ 21.077.150</b>	<b>\$ 46.366.892</b>	<b>21%</b>	<b>\$ 58.841.759</b>	<b>25%</b>	<b>\$ 81.110.640</b>	<b>32%</b>

Tabla 21. Proyección Estado de Resultados a 2017 y 2018

Lo anterior, tiene como resultado el siguiente balance:

BALANCE GENERAL A 31 DE DICIEMBRE											
	2015		2016		VAR 15' - 16'	2017		VAR 16' - 17'	2018		VAR 17' - 18'
<b>ACTIVOS</b>											
Bancos	\$ 8.062.250	28%	\$ 41.188.734	53%	411%	\$ 83.071.503	61%	102%	\$ 146.049.756	67%	76%
Inversiones Temporales	\$ -	0%	\$ 4.512.528	6%	451252800%	\$ 23.305.361	17%	416%	\$ 43.190.978	20%	85%
Deud. por mercancia	\$ -	0%	\$ 13.240.408	17%	1324040783%	\$ 14.243.583	10%	8%	\$ 15.327.370	7%	8%
Materias Primas (Materiales)	\$ 1.675.510	6%	\$ 2.715.407	3%	62%	\$ 2.805.016	2%	3%	\$ 2.903.191	1%	3%
Productos terminados	\$ -	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%
<b>TOTAL CORRIENTE</b>	<b>\$ 9.737.760</b>	<b>34%</b>	<b>\$ 61.657.077</b>	<b>79%</b>	<b>533%</b>	<b>\$ 123.425.463</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 207.471.296</b>	<b>95%</b>	<b>68%</b>
Muebles y Enseres	\$ 14.185.090	49%	\$ 14.185.090	18%	0%	\$ 14.185.090	10%	0%	\$ 14.185.090	7%	0%
Intangibles (Concepto de Marca)	\$ 5.000.000	17%	\$ 5.000.000	6%	0%	\$ 5.000.000	4%	0%	\$ 5.000.000	2%	0%
Depreciación Acumulada	\$ -	0%	\$ 2.837.018	4%	283701800%	\$ 5.674.036	4%	100%	\$ 8.511.054	4%	50%
<b>TOTAL FIJO</b>	<b>\$ 19.185.090</b>	<b>66%</b>	<b>\$ 16.348.072</b>	<b>21%</b>	<b>-15%</b>	<b>\$ 13.511.054</b>	<b>10%</b>	<b>-17%</b>	<b>\$ 10.674.036</b>	<b>5%</b>	<b>-21%</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 28.922.850</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 78.005.149</b>	<b>100%</b>	<b>170%</b>	<b>\$ 136.936.517</b>	<b>100%</b>	<b>76%</b>	<b>\$ 218.145.332</b>	<b>100%</b>	<b>59%</b>
<b>PASIVOS</b>											
Obligaciones bancarias	\$ -	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%
Proveedores	\$ -	0%	\$ 2.715.407	3%	271540714%	\$ 2.805.016	2%	3%	\$ 2.903.191	1%	3%
Cuentas por pagar	\$ -	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%
Obligaciones laborales	\$ -	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%
Impuestos por pagar	\$ -	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%	\$ -	0%	0%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>0%</b>	<b>\$ 2.715.407</b>	<b>3%</b>	<b>271540714%</b>	<b>\$ 2.805.016</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>\$ 2.903.191</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>
<b>PATRIMONIO</b>											
Capital social	\$ 50.000.000	173%	\$ 50.000.000	64%	0%	\$ 50.000.000	37%	0%	\$ 50.000.000	23%	0%
Utilidad por repartir	\$ -	0%	\$ 21.077.150	-27%	-2107715000%	\$ 25.289.742	18%	220%	\$ 84.131.501	39%	233%
Utilidad del ejercicio	\$ 21.077.150	-73%	\$ 46.366.892	59%	320%	\$ 58.841.759	43%	27%	\$ 81.110.640	37%	38%
<b>TOTAL PATRIM.</b>	<b>\$ 28.922.850</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 75.289.742</b>	<b>97%</b>	<b>160%</b>	<b>\$ 134.131.501</b>	<b>98%</b>	<b>78%</b>	<b>\$ 215.242.140</b>	<b>99%</b>	<b>60%</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 28.922.850</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 78.005.149</b>	<b>100%</b>	<b>170%</b>	<b>\$ 136.936.516</b>	<b>100%</b>	<b>76%</b>	<b>\$ 218.145.332</b>	<b>100%</b>	<b>59%</b>
<b>+PASIVO</b>	<b>\$ -</b>		<b>\$ -</b>			<b>\$ 0</b>			<b>\$ 0</b>		

Tabla 22. Proyección Balance General

Teniendo en cuenta que se va a tener una política de inventario de un mes, pago a proveedores de 30 días, rotación de cartera de 30 días, y que no existirán obligaciones bancarias ya que la inversión inicial va a ser en su totalidad de aportes de socios.

Dichos estados financieros, con sus respectivas proyecciones arrojan los siguientes indicadores financieros:

<b>INDICADORES FINANCIEROS</b>			
	<b>DIC. 2018</b>	<b>DIC. 2017</b>	<b>DIC. 2016</b>
RAZON CORRIENTE	71,46	44,00	22,71
PRUEBA ACIDA	70,46	43,00	21,71
KTNO	15.327.370	14.243.583	13.240.408
DIAS DE INVENTARIO	19	19	19
DIAS DE CARTERA	22	22	22
CICLO PRODUCTIVO	41	41	41
DIAS PAGO A PROVEED.	19	19	19
PASIVO FRO. / VENTAS	0%	0%	0%
ENDEUD. SIN VALORIZ.	1%	2%	3%
REND. DEL ACTIVO	31%	41%	59%
ROTAC. ACTIVO TOTAL	1,15	1,70	2,78
RENTABILIDAD PATRIMONI	38%	44%	62%
EBITDA	67.127.423	56.134.242	46.366.892
<b>MARGEN EBITDA</b>	27%	24%	21%

Tabla 23. Indicadores Financieros.

## Conclusiones y Recomendaciones

Como resultado del análisis de este modelo de emprendimiento, se puede decir que SI es viable en aspectos financieros y sociales una empresa que ofrezca arreglos florales japoneses, y servicio de clases de relajación y entretenimiento de arte Ikebana.

- Como resultado del análisis financiero se puede ver en primer lugar rentabilidad sobre el patrimonio del 62% en el primer año de operación. Con una utilidad de \$46.366.892 para el primer año, se estima un retorno de la inversión de \$50.000.000 en el mes 13, dado que mensualmente se genera una utilidad de \$3.863.907.
- Dentro del análisis de mercado, tanto de factores internos y externos, se demuestra que el arte Ikebana, como producto y servicio, tendrían alta acogida en el mercado, lo cual se corrobora con los resultados de la investigación de mercado, donde el 82% de los encuestados dijo que estaría interesado en pagar el producto, y donde el 73% dijo que tomaría las clases de Ikebana como instrumento de relajación.
- Los potenciales clientes de este proyecto son hombres y mujeres mayores de 25 años con un nivel socioeconómico medio-alto, de la ciudad de Bogotá y sus alrededores. Personas las cuales están interesadas en temas como: decoración, arte, energía, Japón, hobbies y manualidades, y con disposición de tiempo libre.
- Para realizar este negocio, es indispensable un maestro en Arte Ikebana; la creación de un espacio para la fabricación de los arreglos, y también un espacio para la realización de las clases de este arte. Además, de acuerdo a los modelos financieros, se necesita una inversión inicial de \$50.000.000, con los cuales pueda nacer la empresa.
- Es importante resaltar que socios claves para potencializar este proyecto son: organizaciones internacionales relacionadas con la cultura japonesa, en este caso específico, la Organización Ikebana; también, embajadas y otras entidades extra territoriales como: La Embajada de Japón en Bogotá; por último, contar con el apoyo de un maestro en arte Ikebana, es lo que le da a la compañía el elemento diferenciador de los competidores del mercado.
- Es vital desarrollar campañas para que la gente conozca cada vez más lo que es el arte japonés Ikebana y los beneficios que éste arte brinda. Esto con el fin de que la gente entienda el valor agregado de los productos, y para que el negocio se cada vez más viable.

## Bibliografía

- CUADRADO, M. (s.f.). Recuperado el 16 de 11 de 2015, de [www.metrocuadrado.com](http://www.metrocuadrado.com)
- DANE. (s.f.). *DANE*. Recuperado el 08 de 10 de 2015, de [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)
- Datateca. (s.f.). Recuperado el 27 de 10 de 2015, de [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/302568/Material\\_didactico\\_definitivo/leccion\\_1\\_la\\_floricultura\\_en\\_colombia\\_y\\_el\\_mundo.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/302568/Material_didactico_definitivo/leccion_1_la_floricultura_en_colombia_y_el_mundo.html)
- DELL. (s.f.). *DELL*. Obtenido de [www.dell.com.co](http://www.dell.com.co)
- Dinero. (17 de 03 de 2015). *Dinero*. Recuperado el 12 de 10 de 2015, de [www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-economia-colombiana-2014/206869](http://www.dinero.com/economia/articulo/crecimiento-economia-colombiana-2014/206869)
- Gerencie. (s.f.). Recuperado el 10 de 26 de 2015, de <http://www.gerencie.com/contrato-de-servicios.html>
- Global, E. (26 de 05 de 2015). *Es Global*. Recuperado el 11 de 10 de 2015, de <http://www.esglobal.org/las-flores-sector-estrategico-para-la-economia-colombiana/>
- HOMECENTER. (s.f.). Obtenido de [www.homecenter.com.co](http://www.homecenter.com.co)
- Idata. (2015). *Idata, inteligencia analítica de clientes*. Recuperado el 11 de 16 de 2015, de [www.idata.com.co](http://www.idata.com.co)
- IMPORPARTESYSILLAS. (s.f.). Recuperado el 11 de 2015, de [www.imporpartesysillas.com](http://www.imporpartesysillas.com)
- Portafolio. (4 de 11 de 2015). *Portafolio*. Recuperado el 16 de 11 de 2015, de [www.portafolio.co/economia/pib-colombia-crecimiento-da-señales-mejora](http://www.portafolio.co/economia/pib-colombia-crecimiento-da-señales-mejora)
- Portafolio. (26 de 10 de 2015). *Portafolio*. Recuperado el 31 de 10 de 2015, de [www.portafolio.co/economia/pronostico-tasa-interes-banco-republica-colombia-octubre](http://www.portafolio.co/economia/pronostico-tasa-interes-banco-republica-colombia-octubre)
- SONY. (s.f.). Recuperado el 11 de 2015, de [www.store.sony.com.co](http://www.store.sony.com.co)
- Libro Guía: Correa, J.S.- Murillo O. J.H. (2014). *Escritura e Investigación Académica. Una guía para la elaboración del trabajo de grado*. Editorial CESA.
- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación*. Pearson Publications Company.
- Hernandez Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

## **Anexos**

### **Anexo 1**

#### **1. ¿Sexo?**

- Masculino
- Femenino

#### **2. ¿Qué edad tiene?**

#### **3. ¿Ha comprado flores o arreglos florales?**

- Si
- No

#### **4. En caso de ser afirmativa, ¿en qué ocasiones?**

- Para expresar sus sentimientos
- Para decorar un espacio
- Como hobby (para hacer un jardín, bonsái, entre otras)
- Todas las anteriores

Otro (especifique)

#### **5. ¿Con que frecuencia adquiere arreglos florales?**

- Semanal
- Mensual
- Anual
- Otro (especifique)

**6. Si a usted le ofrecieran un arreglo floral original, personalizado y enfocado en la canalización de energías que brinden serenidad, paz interior y relajación para decorar y/o regalar ¿Le interesaría?**

- Si
- No

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este producto?**

- \$50.000 - \$100.000
- \$100.000 - \$200.000
- \$200.000 o más
- Otro (especifique)

**8. ¿Ha oído sobre el arte japonés del Ikebana floral?**

- Si
- No

**9. ¿Le interesarían los temas de meditación, reflexión y comunión con la naturaleza? (meditación, relajación, canalización de energías, entre otros)**

- Si
- No

**10. En este mundo donde no hay tiempo para uno mismo. ¿Estaría interesado en tomar clases sobre un arte que le brindará beneficios en el plano mental y emocional?**

- Si
- No

## Anexo 2

16/11/2015

Metrocuadrado - Todo en Finca Raíz Metro a Metro



### Local Comercial en arriendo Código: 3952-1073132

Características de su búsqueda: Bogotá D.C. , Zona Norte, Local Comercial, en arriendo



Luis Carlos Aparicio

Tel: 2579394

#### » Información general del apartamento:

- Barrio:	Chico
- Valor de arriendo:	\$ 4.500.000
- Valor Administración:	\$ 0
- Estrato:	5
- Área:	100 mts <sup>2</sup>
- Código Web:	3952-1073132

#### » Otras características:

##### Generalidades:

. Tipo local	Otro
. Valor administración	0
. Número de garajes	1

\_(CUADRADO)

ANEXO 2. Valor arriendo local.

## Anexo 3

ANEXO 3. Costo de materiales.

SONY STORE COLOMBIA



III

Televisor LED Full HD R55C

KDL-40R557C CO1

40 Pulgadas

**\$1,398,999**

Ver Más



Teatro en casa con Blu-ray & Bluetooth

BDV-E4100//MMX6

\$999,000

Ver Más



Precio con IVA

\$413.900

Cantidad:

1

Costo de Envío

Por favor seleccione una opción

\* Terminos y Condiciones

Añadir al Carrito

Ficha Técnica

Envío

Medios de Pago

ESCRITORIO

SUPERFICIE

- Vidrio Templado
- Transparente
- Dimensiones 140x60 cms
- Espesor 10mm

ESTRUCTURA

- Travesaño de 1.20m
- Terminado en pintura electrostatica.
- Patas Cromadas

GARANTIA

1 Año



Precio con IVA

\$421.900

Cantidad:

1

Costo de Envío

Por favor seleccione una opción

\* Terminos y Condiciones

Añadir al Carrito

Ficha Técnica

Envío

Medios de Pago

PUESTO DE TRABAJO

SUPERFICIE

- Tablex con Formica
- 140 x 122 x 2.5 cms
- Altura 75cm

ARCHIVERO

- Madera MDF.
- 3 Gavetas con cerradura
- Alto = 60 cm.
- Ancho = 41 cm
- Profundo = 51 cm

ESTRUCTURA

- Tuberia Eliptica
- Pedestal metalico
- Terminada en pintura electrostatica.

GARANTIA

1 Año



Precio con IVA

\$175.900

Cantidad:

1

Costo de Envío x Silla

Por favor seleccione una opción

\* Terminos y Condiciones



Añadir al Carrito

Ficha Técnica

Envío

Medios de Pago

ESPALDAR - Malla Antitranspirante  
- Inclinación 90°-130°

ASIENTO - Lamina de Espuma Rosada  
Densidad 26  
- Tapizado en paño

BRAZOS - En Polipropileno  
- Fijos

ALTURA Elevación Neumática

BASE Nylon

RODACHINAS

Nylon

GARANTIA

1 Año

DELL



Incluye Windows 10

Inspiron 3059  
COP\$2.232.245

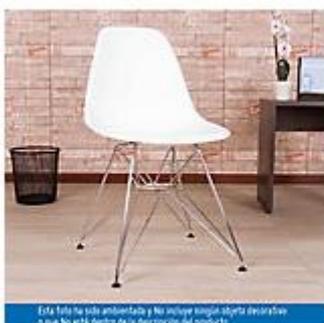
Procesador Intel® Core™ i3

Windows 10

Memoria de 4 GB

Disco duro de 1 TB

HOME CENTER



**Home Collection**  
**Silla Escocia Blanca**

sku 253317

**\$139.900** UND



**Tramontina**  
**Pala jardinería plástico**

sku 201085

**\$4.900** .



**Ergo**  
**Tijera para podar 8 pulgadas**

sku 137879

**\$10.900** .



**Atlas**  
**Guantes #370 talla M**

sku 148114

**\$13.900** .



**Red line**  
Gafa lente oscuro demon  
cordón

sku 137002

**\$12.900**



**Sobre de espuma de polietileno ;  
ancho, 10 unidades  
Polylon**

SKU: 18054



Sea el primero en escribir una reseña

**Mostrar precio en:**

CUNDINAMAR 

**\$4.900**



## Agrolene uv 1 metros x 10 m Plastilene

SKU: 142932



Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

CUNDINAMAR

**\$23.900**

Acumula: 23 CMR Puntos

Imagen



**Vanyplas**  
Balde #3 12 litros blanco

sku 71289

**\$10.900**



**Proalco**  
Alambre calibre 12  
aproximadamente 1 kilo  
galvanizado

sku 91669

**\$4.550**



**Tesa**  
Cinta aislante 1,8 cm ancho x 15  
metros largo

sku 78420

**\$2.900**

(IMPORPARTESYSILLAS)\_(HOMECENTER)\_(DELL)\_(SONY)