

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA JARDINES EL
OLIMPO S.A.S.



PAUBLO EMILIO MENESES PRADO
ANGIE ESTEPHANIA PEÑA ORTIZ

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA FORESTAL
POPAYÁN
2022

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA JARDINES EL
OLIMPO S.A.S.



ANGIE ESTEPHANIA PEÑA ORTIZ
PAUBLO EMILIO MENESES PRADO

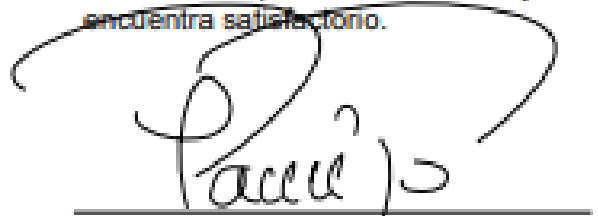
Trabajo de grado en modalidad de Estudio de Profundización Seminario de Grado
en Habilidades Gerenciales, Emprendimiento e Innovación presentado para optar
al título de Ingeniero Forestal

Director
Mg. HENRY RAMÍREZ PARUMA

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
PROGRAMA DE INGENIERÍA FORESTAL
POPAYÁN
2022

Nota de Aceptación

El director ha leído el presente documento, escuchó la sustentación del mismo por sus autores y lo encuentra satisfactorio.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Paruma', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Mg. HENRY RAMÍREZ PARUMA
Director

Popayán, abril 25 de 2022

CONTENIDO

Pág.

1.	RESUMEN EJECUTIVO	11
1.1	INFORMACIÓN DEL PROYECTO.....	11
1.2	OPORTUNIDAD DE MERCADO	11
1.3	FINANCIAMIENTO	11
2	DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO	12
2.1	ANTECEDENTES.....	12
2.2	MISIÓN	12
2.3	METAS Y OBJETIVOS	12
2.4	MERCADO OBJETIVO	13
2.5	LA INDUSTRIA O EL SECTOR	13
2.6	FORTALEZAS Y COMPETENCIAS BÁSICAS	13
2.7	LICENCIAS O PERMISO.....	13
2.8	FORMA JURÍDICA	13
3	VALIDACIÓN DE LA OPORTUNIDAD	15
3.1	DESCUBRIMIENTO DE LA OPORTUNIDAD	15
3.2	EMPATÍA.....	15
3.3	DEFINIR	17
3.4	IDEAR.....	18
3.5	PROTOTIPO.....	19
3.6	TESTEO	19
4	CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DEL MÍNIMO PRODUCTO VIABLE ..	22
4.1	VALIDACIÓN DEL MERCADO	22
4.2	DESCRIPCIÓN DEL MÍNIMO PRODUCTO VIABLE.....	24

4.3	EXPERIMENTOS REALIZADOS O PLANEADOS PARA VALIDAR EL MERCADO.....	24
5	SERVICIO.....	27
5.1	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	27
5.2	CARACTERÍSTICAS	28
5.3	BENEFICIOS	28
5.4	SERVICIO POST-VENTA.....	29
6	PLAN DE MARKETING.....	30
6.1	TAMAÑO DEL MERCADO.....	30
6.2	DEMANDA ACTUAL DEL MERCADO	30
6.3	CLIENTES QUE CONTRATAN POR CONFORT.....	33
6.4	CLIENTES QUE CONTRATAR POR SALUD Y MEDIO AMBIENTE	33
6.5	COMPETENCIA.....	34
6.6	DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO	36
6.7	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO.....	37
6.8	ESTRATEGIA DE MERCADO	38
7	PLAN OPERACIONAL	42
7.1	PRODUCCIÓN	42
7.2	LOCALIZACIÓN.....	42
7.3	REQUERIMIENTOS FÍSICOS	44
7.4	COSTOS.....	44
7.5	ENTORNO LEGAL	45
7.6	PERSONAL	45
7.7	POLÍTICAS DE EVALUACIÓN:	45
7.8	INVENTARIOS.....	46
7.9	PROVEEDORES	46
8	GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN.....	47

9	PLAN FINANCIERO	52
10	ANÁLISIS DE RIESGOS	53
11	IMPACTOS	54
11.1	SOCIO – ECONÓMICO	54
11.2	AMBIENTAL	54
	BIBLIOGRAFÍA.....	55
	ANEXOS	57

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Tamaño del mercado para la ciudad de Popayán	30
Tabla 2. Matriz PEST.....	32
Tabla 3. Tipo de Benchmarking	35
Tabla 4. Matriz del Océano Azul	36
Tabla 5. Matriz DOFA para análisis del entorno de mercado.	37
Tabla 6. Evaluación entorno de mercado.....	40
Tabla 7. Presupuesto para las estrategias de publicidad a utilizar	41
Tabla 8. Costos fijos para la empresa.....	44
Tabla 9. Nómina Jardines El Olimpo S.A.S.....	51
Tabla 10. Proyección de ventas negativo	64
Tabla 11. Inversiones iniciales para poner en marcha la empresa.....	65
Tabla 12. Ficha técnica servicios	66
Tabla 13. Plan de producción anual.....	67
Tabla 14. Proyección de ventas año 1.....	67
Tabla 15. Aporte de capital por los emprendedores.....	68
Tabla 16. Rentabilidad año a año Jardines el olimpo S.A.S.....	68
Tabla 17. Costos fijos	69
Tabla 18. Ficha técnica servicios	70
Tabla 19. Costo servicio por unidad (metros cuadrados) Jardines verticales	71
Tabla 20. Relación de costos por unidad (metro cuadrado) Jardines verticales.....	72

Tabla 21. Costo por metro cuadrado Jardines horizontales	73
Tabla 22. Relación de costos por unidad (metro cuadrado) Jardines Horizontales.....	74
Tabla 23. Costo traslado por individuo.....	75
Tabla 24. Relación de costos por traslado de individuo.	76
Tabla 25. Plan de producción anual.....	77
Tabla 26. Plan de producción año 1	77
Tabla 27. Plan de producción año 2	78
Tabla 28. Plan de producción año 3.	78
Tabla 29. Plan de producción año 4.	78
Tabla 30. Plan de producción año 5.	79
Tabla 31. Proyección de ventas año 1.....	79
Tabla 32. Proyección de ventas año 2.....	80
Tabla 33. Proyección de ventas año 3.....	80
Tabla 34. Proyección de ventas año 4.....	80
Tabla 35. Proyección de ventas año 5.....	81
Tabla 36. Aporte de capital por los emprendedores.....	81
Tabla 37. Rentabilidad año a año Jardines El Olimpo S.A.S.....	81

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Mapa de empatía <i>Early Adopter</i>	21
Figura 2. Folleto de empresa, segundo prototipo.	22
Figura 3. Folleto empresa Primer prototipo.	23
Figura 4. Resultado de búsqueda en Google Trends para la palabra Diseño de Jardines	25
Figura 5. Resultado de búsqueda en <i>Google Trends</i> para la palabra jardines verticales.	25
Figura 6. Resultado de búsqueda en <i>Google Trends</i> para la palabra jardinería....	26
Figura 7. Flujograma interacción cliente-empresa, Jardines El Olimpo S.A.S.	27
Figura 8. <i>Buyer person</i>	33
Figura 9. Océano azul JARDINES EL OLIMPO S.A.S.	35
Figura 10. Localización cabecera municipal y casco urbano Popayán-Cauca	43

LISTA DE GRÁFICAS

Pág.

Gráfica 1. Ubicación empresa donde trabaja el empleado	57
Gráfica 2. Área donde desempeña sus labores	57
Gráfica 3. Conocimiento sobre contratos de servicios forestales	57
Gráfica 4. ¿Conoce si su empresa tiene contratado a alguien experto en temas forestales?	58
Gráfica 5. ¿Conoce alguna empresa que ofrezca servicios forestales?	58
Gráfica 6. Medios por los cuales conoció estas empresas	58
Gráfica 7. ¿Qué servicios forestales contrataría usted, o la empresa donde labora?	59
Gráfica 8. ¿Tiene contratado algún servicio de jardinería?	59
Gráfica 9. Interés en contratar algún servicio de jardinería.	59
Gráfica 10. Precio dispuesto a pagar por jornal de jardinería.....	60
Gráfica 11. Usos que le daría a un jardín.....	60
Gráfica 12. ¿Cuenta con herramientas de jardinería?	60
Gráfica 13. Interés para contratar servicio de jardinería por semana.	61
Gráfica 14. ¿Tiene servicio de jardinería contratado para su empresa o particular?	61
Gráfica 15. Porcentaje de servicios de jardinería por días contratado.	61
Gráfica 16. Presupuesto de pago por día de jardinería	62

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1 INFORMACIÓN DEL PROYECTO

Jardines el Olimpo S.A.S. ofrece diseños de jardines verticales, horizontales, traslado de árboles, manejando proyectos innovadores con precios bajos en relación a los establecidos por otras empresas, siendo liderados por dos ingenieros forestales con excelentes habilidades tanto en el diseño como en la parte de manejo de marketing digital, el cual se formó en el mes de marzo del año 2022 planteando objetivos claros y viables que son encaminarse a ser la empresa líder del segmento en Popayán, manejar diseños multipropósito para los clientes tanto en el confort como en la salud y la contribución con el medio ambiente.

1.2 OPORTUNIDAD DE MERCADO

Está ubicado dentro del sector de la industria, el cual presenta un incremento del 17% aproximadamente para el año 2021, referente a la época antes de la pandemia; con el auge en el país de las construcciones ecológicas las cuales incluyen estos servicios dentro de sus proyectos, además de aumentar el interés de las personas en obtener este tipo de servicios dentro de sus casa u oficinas ha incentivado la creación de empresas en este segmento y propende un crecimiento del que aún no se tienen cifras claras en el país debido a su reciente llegada y aceptación.

1.3 FINANCIAMIENTO

Inicialmente la inversión será de \$120.000.000 para poner en marcha el emprendimiento, los fondos vendrán de las dos personas que conforman esta sociedad, participando en porcentajes iguales de dinero, lo que pone un escenario de utilización de recursos propios.

2 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROYECTO

2.1 ANTECEDENTES

Hoy en día y gracias a la Pandemia del Covid 19 el gobierno nacional empezó a alentar y fomentar la creación de todo tipo de empresas, principalmente en estos tres pilares como son: Subsidio del gobierno para empleo a jóvenes, Ley de emprendimiento cuyos mecanismos impulsores de nuevas empresas reducen las cargas tributarias, brindan incentivos para nuevas empresas, disminuye muchos tramites (entre muchos otros beneficios), por otro lado está el crédito para jóvenes emprendedores lanzando programas para jóvenes con una tasa de interés mucho menor, con periodos de gracia de hasta 12 meses para el pago de las cuotas, incluso la cobertura del 100% de la financiación de los costos directos de los proyectos, buscando con ello la reactivación económica.

Al conocer todas estas facilidades que el gobierno colombiano brinda hoy en día y reconociendo todos los conocimientos obtenidos en las asignaturas cursadas a lo largo de carreras como Mercadeo Agropecuario, Administración de Empresas Agropecuarias, Formulación y Evaluación de Proyectos se encuentra un fomento y unas bases para la generación de un buen proyecto de empresa, así como también conocimientos técnicos y herramientas para tratamientos silviculturales, silvo pastoriles, plantaciones forestales, regeneración de bosques, diseño de jardines y todo lo referente al ámbito forestal y todo tipo de empresa. Es entonces que se ha tomado todas estas bases para crear nuestro propio proyecto de vida y a su vez generar desarrollo en la región.

2.2 MISIÓN

Proporcionamos a nuestros clientes áreas verdes dentro de sus lugares de trabajo, residencias y sitios de esparcimiento en zonas de pequeña extensión que, proporcionando belleza y estilo a las mismas, contribuyendo con el medio ambiente.

2.3 METAS Y OBJETIVOS

Para el año 2027 nos vemos como una empresa consolidada en el mercado del diseño de jardines en el municipio de Popayán, obteniendo el reconocimiento en el sector y ser una excelente opción para el cliente, contribuyendo con el medio ambiente y a la mejora de los paisajes urbanos.

2.4 MERCADO OBJETIVO

Nuestro mercado objetivo son todas aquellas personas naturales para abrirse campo en el mercado y fijar la meta de llegar a operar con personas jurídicas, que estén económicamente activos, que posean un predio o propiedad en los cuales quiera destinar un rubro para el diseño o mantenimiento de jardines o zonas verdes, que le proporcionen ese espacio para la naturaleza y además contribuya con un buen acabado que otorgue confort a su propiedad o predio.

2.5 LA INDUSTRIA O EL SECTOR

Esta empresa se encuentra ubicada en el sector de la industria o secundario según el DANE, debido a que está dentro del ítem de la construcción, el cual presenta un crecimiento 17.3 % referente del 2021 al 2020 (DANE, 2018)

2.6 FORTALEZAS Y COMPETENCIAS BÁSICAS

Los factores más relevantes para que tenga éxito es el segmento de mercado en que nos vamos a desenvolver, con poca competencia y además de tener una buena estrategia de mercado con publicidad y marketing en las diferentes plataformas digitales, contando con personal capacitado para las labores asignadas y software de diseño en 3D que proporciona a todos los clientes un prototipo de lo que sería un jardín o zona verde en el lugar que disponga.

2.7 LICENCIAS O PERMISOS

La empresa tendrá definido los contratos del personal en el concepto de prestación de servicios y todo lo que esto implica en tanto a las obligaciones que se tiene de parte del empleado como de Jardines el Olimpo. En el caso de las licencias, en el caso de las urbanísticas referente a construcciones dentro de una propiedad trabajan bajo la resolución 0984 del 2005 que refiere al formulario único Nacional de solicitud de licencia que será solicitado por el propietario del inmueble. Para el traslado de árboles los permisos se solicitan directamente a la corporación autónoma regional del Cauca CRC, diligenciando el formato de solicitud de aprovechamiento de árboles aislados sin importar que el árbol este en propiedad privada o espacio público.

2.8 FORMA JURÍDICA

Jardines El Olimpo estará acogido bajo la forma jurídica S.A.S, la cual es una sociedad por acciones simplificada, La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales que siempre tendrá naturaleza comercial, sin importar las

actividades que se prevean en su objeto social. Cuenta con un carácter innovador para el derecho societario colombiano y busca estimular el emprendimiento debido a las facilidades y flexibilidades que ofrece tanto a nivel de su constitución como de su funcionamiento. Este tipo de sociedad para efectos tributarios se rige por las reglas que aplican a la sociedad anónima.

3 VALIDACIÓN DE LA OPORTUNIDAD

3.1 DESCUBRIMIENTO DE LA OPORTUNIDAD

Con el fin de obtener información pertinente a la idea de negocio propuesta para desarrollar, se realizó una encuesta mediante la plataforma de google para que las personas compartan lo que entendían en referencia a temas forestales, si alguna vez han contratado servicios forestales y de no haberlo hecho, que tipo de servicio similar les gustaría contratar para realizar en sus empresas, viviendas o zonas comunes. Los resultados obtenidos en la encuesta mencionada anteriormente se validaron con la metodología *Design Thinking* cuyo enfoque en la fase inicial es la Empatía:

3.2 EMPATÍA

Con la intención de saber un poco más sobre los clientes potenciales y la ocasión en donde se requieran actividades que pueden generar la necesidad de contar con la ayuda profesional de un ingeniero forestal, se desarrolló una serie de preguntas que ayudaron a tener una mayor perspectiva. El público objetivo son personas cuyas áreas de trabajo se enfocan principalmente en la ingeniería, biología, arquitectura y aquellas personas que de una u otra manera necesiten de estos servicios (Formato encuesta y resultados en los anexos).

Se empezó con una serie de preguntas acerca de los datos personales del encuestado como: Nombre, edad, correo electrónico, posteriormente se enfocó dichas preguntas en saber en qué entidades trabajan ya sea privadas o públicas, a lo que el 67% respondió que trabajan en entidades privadas.

Se quiso saber en qué ciudad estaban radicadas estas empresas ya sea públicas o privadas y se logró notar que muchos de los encuestados pertenecen a la región del sur occidente colombiano Pasto, Popayán, Cali, Huila, pero también se encontró un par de empresas de la ciudad de Bogotá; se hizo el enfoque en las empresas que están radicadas en Cali y en Popayán ya que son la gran mayoría y es la zona donde se pretende tener incidencia con la idea de negocio (Ver Anexo A, grafica 1).

Con esta información se percibió que el área de la construcción en Popayán y Cali, así como la minería, el sector energético y el sector ambiental son sectores que sin duda alguna necesitan en sus proyectos, personal que facilite las labores y asesorías forestales. Se descartan empresas dedicadas a la informática, ya que,

según la encuesta, no requieren en sus labores de un ingeniero forestal (Ver Anexo A, grafica 2).

Aun así, los sectores que reportaron la necesidad de recurrir a un ingeniero forestal fue la mayoría, a excepción del sector informático, obstetricia y docencia, quienes definitivamente en su área no requieren de un ingeniero forestal, pero se tuvo la sorpresa al saber que estas mismas personas dieron positiva a la pregunta donde se pidió contar alguna experiencia (si conocían de alguna) donde se haya recurrido a un ingeniero forestal, estas personas contestaron Si, y comentaron experiencias como: “En mi parcela” , “En mi urbanización campestre” “En el ámbito laboral al que pertenezco, en ocasiones se contratan servicios ambientales o forestales ya que la entidad cuenta con varias sedes con zonas verdes que requieren de este conocimiento”, “Pues el colegio es recién construido y han realizado siembra de arbolitos en su alrededor” esto conlleva a ampliar un poco más nuestro público objetivo, ya que no solo las empresas constructoras, energética, o de ámbito ambiental requieren de nuestros servicios, sino las personas naturales (Ver Anexo A, grafica 3).

Estas respuestas llenaron de confianza la elaboración de este proyecto, ya que saber que la mayoría de los encuestados sienten la necesidad, así sea en el futuro de requerir un ingeniero forestal experto y, además que las empresas para las que laboran no cuentan en su nómina un ingeniero forestal de cabecera y por ende deben contratar los servicios forestales y asesorías por medio de una empresa o un consultor externo (Ver Anexo A, grafica 4).

También se pudo observar en el desarrollo de esta encuesta que solamente se lograron reconocer seis empresas de ámbito forestal a nivel regional, por lo visto se tiene poco conocimiento de las empresas que se encuentran en torno a este tipo de mercado, no obstante, este ejercicio invita a buscar estas empresas y conocer los servicios forestales qué contienen en sus diferentes portafolios de servicios (Ver Anexo A, grafica 5).

Se quiso indagar sobre el canal de comunicación mediante el cual conoció la empresa que referenció en la pregunta anterior, la mayoría de las respuestas fueron por el voz a voz en el mismo gremio donde trabajan, lo que mostró que no se percibe publicidad en redes sociales como Facebook, y por el contrario si en canales de comunicación tradicionales como televisión y radio, esto lleva a tener en cuenta nuevos canales de publicidad que hoy en día están en tendencia para promocionar esta empresa (Ver Anexo A, grafica 6).

Se propusieron algunos servicios forestales para que los encuestados eligieran aquellos que contratarían o del cual estén interesados en algún momento en contratar, a lo que se obtuvo como respuesta lo mostrado en los anexos, donde se puede observar que el traslado de árboles es un servicio que la mayoría de las personas querrían contratar, seguido de los planes de aprovechamiento forestal, inventarios forestales, planes de manejo forestal, mantenimiento y conformación de zonas verdes, son los más apetecidos (Ver Anexo A grafica 7).

Se pidió a los encuestados que nombraran otros servicios que contratarían con una empresa forestal, entre estos nuevos servicios propusieron: Empradización, manejo de compost, ecología del paisaje, estabilización de taludes, normativas actualizadas.

Como último ítem de la encuesta, se preguntó si estarían interesados en conocer por redes sociales una nueva empresa de consultoría forestal y siendo este el caso, nos enviaran sus redes sociales, de lo cual se logró adquirir información personal de varios clientes potenciales.

3.3 DEFINIR

Al tener en cuenta la información recopilada en la encuesta, se identificó los siguientes problemas, los cuales a la perspectiva de este proyecto son los más frecuentes y de mayor interés y pueden proporcionar mayor demanda a la hora de ofrecer estos servicios.

- Estabilización de taludes
- Normativas forestales y ambientales actualizadas
- Traslado de árboles
- Mantenimiento de zonas verdes
- Recolección de escombros derivados de la construcción y corte de árboles
- Silvicultura urbana

Al analizar cada uno de los problemas se pudo notar que la mayoría de estos servicios están dentro del rango del portafolio de servicios, a excepción de estabilización de taludes, y finalmente se contextualiza todos estos en una sola pregunta:

¿Cuáles son los tipos de servicios afines a la silvicultura urbana que están despertando el interés en Popayán-Cauca y zonas aledañas?

La respuesta a esta pregunta se empieza a desarrollar en la fase de ideación, y se concreta en las fases de prototipo y testeo.

3.4 IDEAR

Siguiendo el proceso del *Design Thinking*, se realizó una lluvia de ideas de las acciones que podrían tomar nuestros posibles clientes a la hora de buscar soluciones a la problemática propuesta y posteriormente enfocarse en ofrecer un portafolio de servicios que satisfaga las necesidades de los posibles clientes y estén dentro de lo factible para ambas partes.

Lluvia de ideas

- Acudir a un ingeniero forestal
- Comprar semilla de pasto y sembrar en el talud
- Establecer especies para el fin que se necesite
- Obtener capacitaciones de entidades públicas entorno a la prevención de desastres
- Delimitación de las zonas en alto riesgo de taludes
- contar con vigías que estén pendientes del estado en las zonas en riesgo, del mantenimiento de zonas verdes comunes y de que los escombros generados estén en un lugar adecuado
- Contar con la asesoría de un experto en temas ambientales
- Acudir a entidades gubernamentales para que brinden ayuda.
- Contactar con una entidad pública para que me proporcione ayuda con información adecuada
- Ir a una fundación relacionada que maneje estos temas
- Contar con una empresa o entidad que ofrezca estos servicios y cuente con maquinaria, herramienta y personal capacitado para estas labores.

Dando respuesta a la pregunta planteada en la fase anterior, se decidieron los servicios que se van a ofertar, teniendo en cuenta que se quiere especializar en un servicio que ofrezca alta calidad, confort y satisfacción a los clientes como lo es el paisajismo consistente en el diseño de jardines dentro de una casa, zonas comunes, zonas de recreación y en lugares que nuestro cliente desee y sea viable, además del mantenimiento de estas nuevas zonas.

3.5 PROTOTIPO

Para este caso, se escogió el crear una empresa que ofrezca estos servicios y cuente con maquinaria, herramienta y personal capacitado para estas labores.

Nombre de la empresa: JARDINES EL OLIMPO S.A.S.

Eslogan: Jardines para el confort

El tipo de prototipo escogido por ellos fue un folleto donde se encuentra la información de la empresa, misión, visión, servicios ofertados, medios de comunicación y de publicidad, además del nombre de la empresa e imágenes de algunos de los proyectos de jardines que lo vuelven llamativos para los clientes (ver Figura 2).

3.6 TESTEO

Para esta fase de la metodología, se utilizó nuevamente la plataforma de google forms para compartir una encuesta que contiene una serie de preguntas y el folleto de la empresa, que se podrá ver todas sus estadísticas y graficas en el Anexo A, aquí se comentará un poco sobre los datos encontrados:

Como forma de testear el prototipo de empresa que se está planteando, se realizó una encuesta dirigida a personas que residen en el municipio de Popayán y sus alrededores. Preguntando primero: ¿Actualmente tiene contratado un servicio de jardinería?, a lo que el 76,9% respondió que no tenía, y el 23,1% restante respondió que si tenía contratado un servicio de jardinería para su empresa o predio (Ver Anexo A, grafica 8).

¿Estaría interesado en contratar una empresa experta en jardinería para la instalación o mantenimiento de sus jardines? A esta pregunta la mayoría de los encuestados dijeron que si estaban interesados en adquirir un servicio de instalación y mantenimientos de jardines. Lo que nos muestra el interés y la necesidad de tener este servicio, y por lo tanto su intención de compra (Ver Anexo A, grafica 9).

El precio que estaría dispuesto a pagar por un día de jardinería oscila entre los 50 mil pesos y 80 mil pesos, ya que esto va a variar por el metro cuadrado a ser trabajado (Ver Anexo A, grafica 10).

El uso que se le da al jardín es importante conocerlo ya que puede dar cuenta de la necesidad de las personas a la hora de adquirir los servicios. La mayoría contestó que el uso que le da a su jardín es estético, un poco menos para la relajación y otro porcentaje mucho más bajo para realizar algún deporte (Ver Anexo A, grafica 11).

También fue pertinente indagar si la persona cuenta con herramientas de jardinería en su propiedad, ya que con esto se tiene la idea de saber con cuanta herramienta se debe contar para prestar un excelente servicio, incluso poder cobrar un rubro adicional si se lleva una herramienta muy especializada (Ver Anexo A, grafica 12).

Por último, el 91% de los encuestados respondieron estar interesados en contratar un servicio de mantenimiento de jardines de uno a tres días a la semana. El 8,3% restante estaría interesado en contratar este servicio de 3 a 4 días por semana. Así como también logramos recopilar información de contacto de las personas que desean recibir información de nuestros servicios, una vez inaugure la empresa JARDINES DEL OLIMPO SAS. (Ver Anexo A, grafica 13).

A continuación, se expondrá la información recopilada por los encuestados que respondieron SI a ¿Actualmente tiene contratado un servicio de Jardinería? Donde el 90% respondió que la zona verde con la que cuentan es particular, el otro 10% indico que es un área verde de alguna empresa. Esta estadística muestra que se hizo bien al elegir un negocio de *Business To Consumer* (BTC), al dirigir nuestro nicho de mercado a personas en particular y no a empresas solamente (Ver Anexo A, grafica 14).

El 89,9% indicaron que este servicio lo reciben una vez por semana y el 11,1% reciben el servicio dos veces por semana, así como el 88,9% indico gastar hasta 50 mil pesos por día de jardinería, y el 11,1% indicó que se gasta más de 80 mil pesos por día de jardinería (Ver Anexo A, graficas 15 y 16).

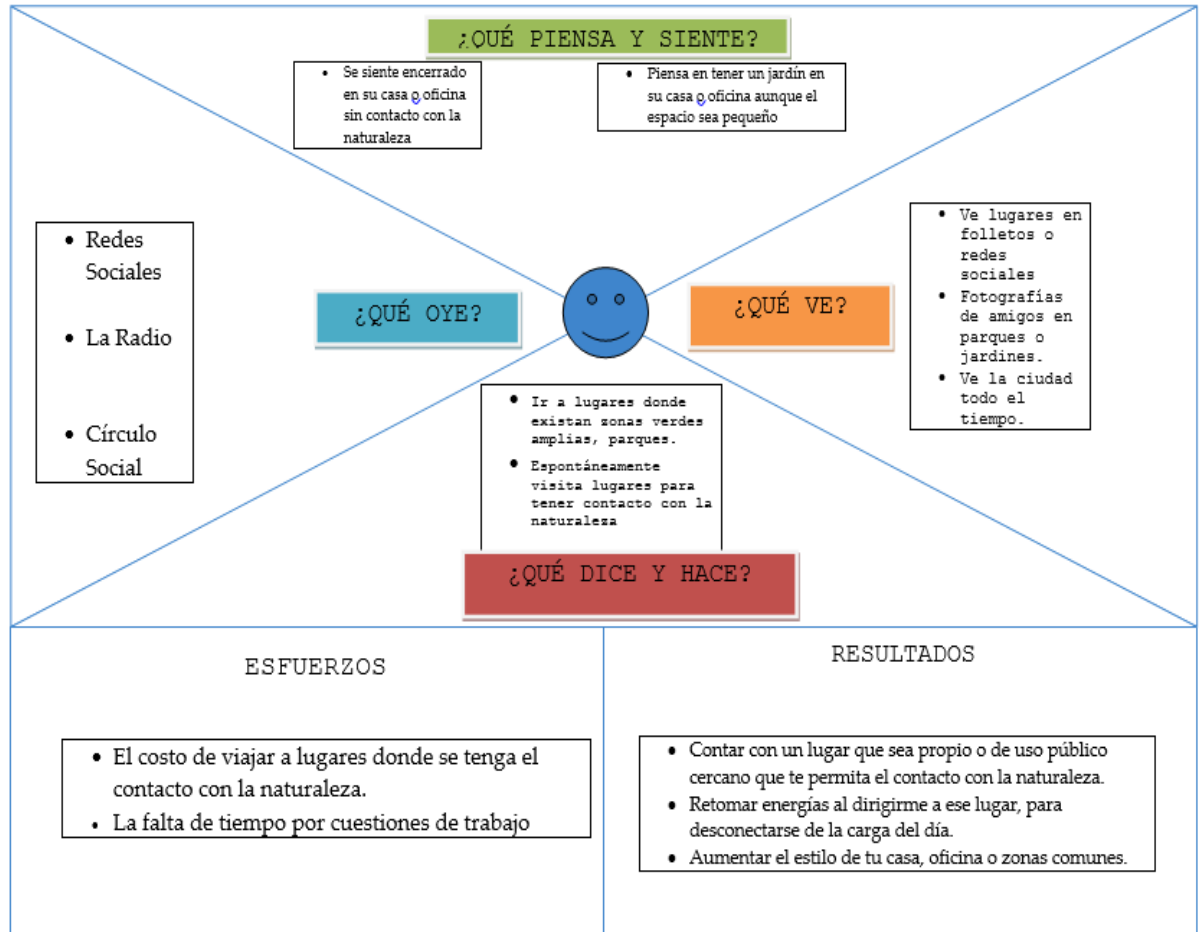
Se interpretaron estas respuestas mediante la metodología Design Thinking, las cuales proporcionaron una orientación hacia donde debería ir el enfoque del servicio a ofrecer para llegar a ese segmento de mercado que en la Ciudad de Popayán se tiene que desarrollar.

Las personas no tienen dentro de su casa en el perímetro urbano un área designada para tener un jardín vertical.

Popayán está por debajo de ciudades como Cali, Ibagué y Barranquilla, en tanto a la cantidad de área destinada a zonas verdes se refiere.

Las personas de Popayán consideran que para poder tener un jardín necesitan una casa campestre o un lote de área mayor a los que se encuentran en el sector urbano y no conocen o conocen muy poco acerca de los jardines verticales.

Figura 1. Mapa de empatía *Early Adopter*



Fuente: Elaboración Propia

4 CONSTRUCCIÓN Y VALIDACIÓN DEL MÍNIMO PRODUCTO VIABLE

4.1 VALIDACIÓN DEL MERCADO

Se desarrolló una encuesta mediante la plataforma de *Google Form*, en la cual se plantearon preguntas acerca de las necesidades en tanto a temas forestales se refiere para las personas, y mediante la metodología *Design Thinking* y se obtuvo una serie de ideas y se llegó a la conclusión de que el servicio adecuado para ofrecer es el diseño de jardines y de áreas verdes.

Mediante herramientas de diseño vía internet, se utilizó la aplicación Canva para la creación de dos folletos de la empresa, los cuales contenían información de quienes somos, que servicios se ofrecen, las fuentes de comunicación con las que el cliente cuenta para hacer contacto con la empresa y de esta manera se produjeron los siguientes folletos.

Figura 2. Folleto de empresa, segundo prototipo.



Quienes somos

Somos una empresa enfocada a brindar a nuestros clientes ese sentir con la naturaleza gracias a nuestros diseños de jardines, jardines verticales y mantenimiento de zonas verdes.

Contamos con mano de obra 100% calificada, software de última tecnología para los diseños, equipos y maquinaria que proporcionan calidad, confiabilidad en todos nuestros servicios.

Contacta con nosotros

TELEFONOS
601322558328 | 6017452222

PAGINA WEB
www.jardineselolimp.com

REDES SOCIALES
[@jardines_el_olimp_pop](https://www.instagram.com/jardines_el_olimp_pop)

Jardines El Olimpo S.A.S

- Diseño y mantenimiento de jardines y zonas verdes
- Jardines verticales
- Traslado de árboles

Fuente: Elaboración Propia

Figura 3. Folleto empresa Primer prototipo.

JARDINES EL OLIMPO S.A.S
LA NATURALEZA EN TU CASA

QUIENES SOMOS
Somos una empresa enfocada a brindar a nuestros clientes ese sentir con la naturaleza con nuestros diseños de jardines y zonas verdes en áreas reducidas dentro de sus predios o propiedades, contando con mano de obra calificada, software de calidad para el diseño, equipos y maquinaria que le proporcionan a nuestros clientes calidad en el servicio y confiabilidad hacia nosotros.

DISEÑAMOS TUS SUEÑOS

SERVICIOS
Diseño de Jardines y zonas verdes

Jardines Verticales

- jardines interiores
- jardines exteriores

Zonas verdes

- Zonas residenciales
- zonas comunes
- Áreas públicas

Traslado de arboles

Mantenimiento de jardines y zonas verdes

Contacta con nosotros

- Jardines el olimpo Popayán
- Jardines_el_olimpop
- 3225558328-3164497452

Fuente: Elaboración Propia

Estos folletos se testearon vía redes sociales, en grupos de jardinería en la red social Facebook, en la cual se recibieron reacciones y mensajes donde preguntaban acerca de donde estamos ubicados, si se contaba con un catálogo de diseño, si se hacían visitas previas para mirar los lugares y hablar personalmente con el cliente, situaciones que tomaron forma al pasar tres días y de las cuales quedamos con una buena percepción del segmento de mercado. Toda esta información concordaba con los resultados de la encuesta de *Google Forms* que se encuentra en el Anexo B.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL MÍNIMO PRODUCTO VIABLE

Para la creación de esta empresa el mínimo producto viable fueron los folletos, estos al ser divulgados en los canales de marketing que a los que se destinados, (las redes sociales); en ellos se encuentra la información de cómo contactarnos, Facebook, Instagram y WhatsApp que hacen parte de la empresa, el cual permite de una forma dinámica ese contacto sin intermediarios con el cliente, generando ese vínculo de confiabilidad, por otra parte se enumeran los servicios que se ofrecen y es aquí donde se segmenta y especializa el mercado para ser una empresa que maneje el tema y la construcción de estos diseños de una manera calificada y garantizada, teniendo en cuenta que explicando en el quiénes somos, dejamos saber a los posibles clientes que contamos con los mejores métodos, personal capacitado, herramientas ofimáticas de punta para el diseño de jardines y el cumplimiento de tiempos de ejecución y presupuestos para proveer un excelente servicio.

4.3 EXPERIMENTOS REALIZADOS O PLANEADOS PARA VALIDAR EL MERCADO

Para validar el mercado se utiliza *Google Trends* la plataforma que ofrece estadísticas en tiempo real a partir del motor de búsqueda más utilizado a nivel mundial y para Colombia no es la excepción, se centró en introducir palabras claves, las cuales fueron, “diseño de jardines”, “jardines verticales”, “jardinería”, “jardines horizontales”, “traslado de árboles”, centrándonos en los servicios que como empresa estamos ofreciendo en el mercado.

➤ Métricas usadas y resultados obtenidos

Las métricas usadas fueron en un plazo de 12 meses (1 año) previos, a partir de la fecha actual de búsqueda la cual fue el día 18 de febrero del año 2022, obteniendo así una mayor cantidad de datos y buena confiabilidad de los mismos.

“Diseño de jardines”, se obtuvo la siguiente métrica:

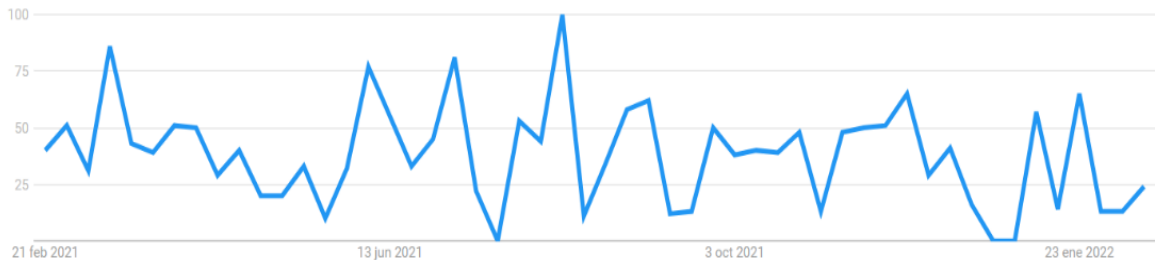
Figura 4. Resultado de búsqueda en Google Trends para la palabra Diseño de Jardines



La figura anterior enseña que el diseño de jardines es una frase buscada frecuentemente, pero únicamente en el departamento de Cundinamarca, y obteniendo mayor interés en el diseño de jardines exteriores.

✓ “Jardines verticales”

Figura 5. Resultado de búsqueda en Google Trends para la palabra jardines verticales.



Para estas palabras claves se logra encontrar mayor diversidad en cuanto a los lugares donde refieren se realizaron las búsquedas, estando: Antioquia en primer lugar, Cundinamarca en segundo lugar, Valle del Cauca tercer lugar y Atlántico con menor frecuencia de búsqueda, pero aun así manifestando intereses más concretos en tanto al tipo de servicio requerido.

✓ “Jardinería”

Figura 6. Resultado de búsqueda en *Google Trends* para la palabra jardinería.



Referente a la jardinería, es un servicio mucho más buscado, y en el cual se refieren a jardineros particulares o informales, teniendo como principales lugares de búsqueda, Cundinamarca, Meta, Valle del Cauca y Antioquia.

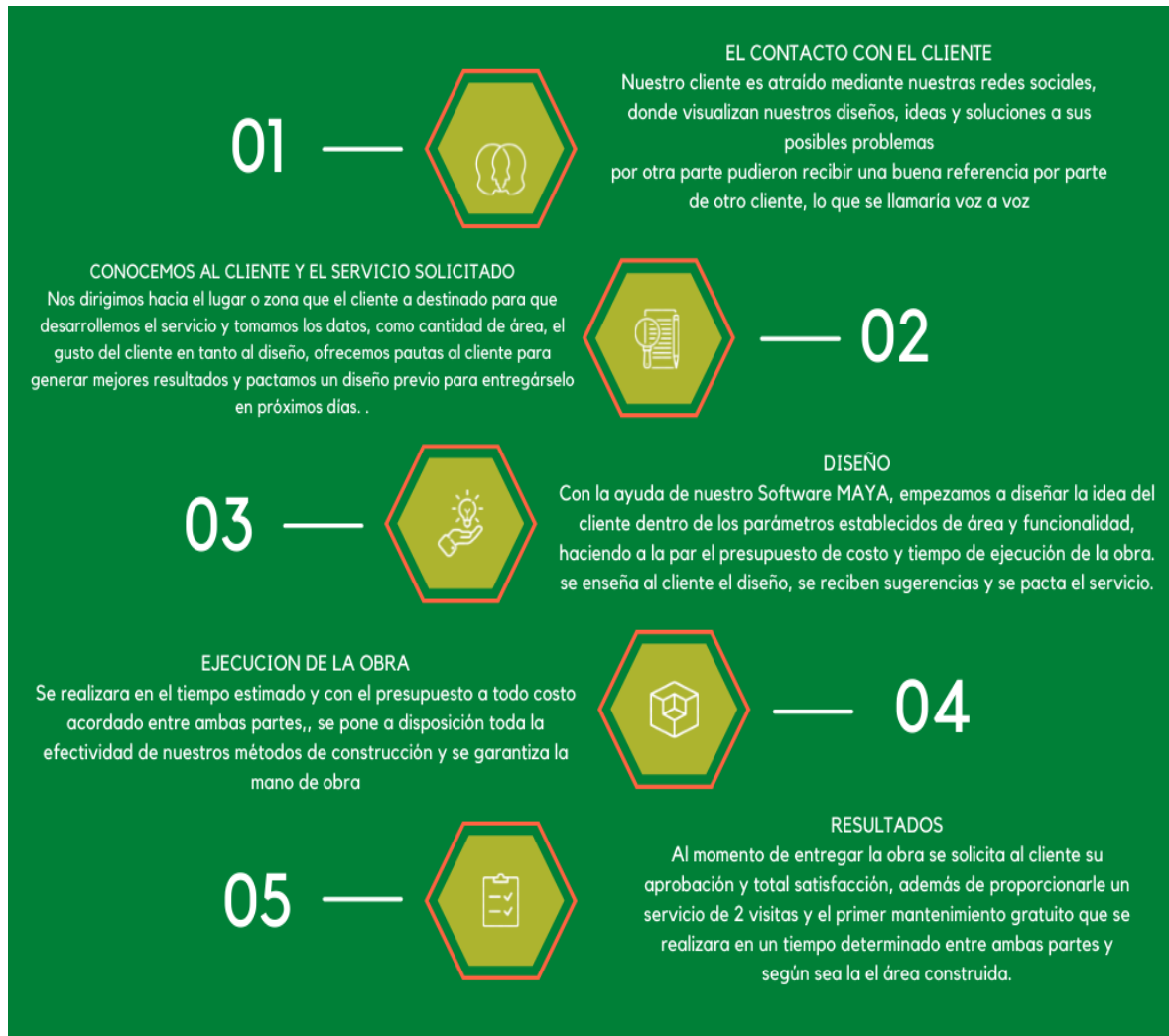
Para las siguientes palabras clave: “jardines horizontales y traslado de árboles”, no se encontraron resultados mediante la plataforma de *google trends*, lo que nos deja un precepto de que estos pueden ser servicios poco conocidos y ofrecidos, así como la posibilidad de que no sean tan demandados y por consiguiente requieran de mayor promoción para generar nuevos intereses en estas prácticas.

Para el departamento del Cauca, no se tienen datos estadísticos con respecto a las palabras claves usadas para generar métricas confiables, es decir que se puede interpretar que en esta región del país no se prestan estos tipos de servicios y es en los cuales se tiene una oportunidad alta de generar buen impacto en el mercado; por otro lado, también existe la posibilidad de no tener una buena aceptación por ser poco conocido este tipo de servicios.

5 SERVICIO

A continuación, en este capítulo se brinda información de todo lo que implica el servicio al cliente describiendo sus características, beneficios y post-venta. La figura 7 explica la interacción entre el cliente y la empresa hasta obtener el resultado final.

Figura 7. Flujograma interacción cliente-empresa, Jardines El Olimpo S.A.S.



Fuente: Elaboración Propia

5.1 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Esta empresa cuenta con un software de diseño llamado Maya 3D, el cual permite darle una perspectiva en formato real al cliente teniendo en cuenta el área destinada donde se ubicará el jardín o zona verde y también los posibles cambios que se le pueden realizar.

5.2 CARACTERÍSTICAS

Los jardines verticales están tomando fuerza dentro de las grandes ciudades y metrópolis a nivel mundial, son una alternativa a mejorar el paisaje de cemento que se denota en este tipo de construcciones ciudadinas. Esta empresa ofrece este tipo de soluciones a sus clientes los cuales no encuentran con suficiente área para la construcción de uno de estos y desean tenerlo, con los diseños y el software que se maneja, se brinda un plus de confort y para acercarse a ese sentir con la naturaleza al contratar nuestro servicio.

Para las zonas verdes se ofrecen nuevos diseños, con especies arbóreas, arbustivas y de rápido crecimiento, que sean adecuadas para el tipo de condiciones medio ambientales de la zona a trabajar, ofreciendo servicios de visitas técnicas y mantenimientos próximos con descuentos, que generen en el cliente confiabilidad y satisfacción.

En tanto al traslado de árboles se refiere se cuenta con la maquinaria adecuada, métodos claros y los procedimientos legales para no incurrir en sanciones ambientales de tipo económico o reparativo.

Para todos estos servicios, se cuenta con el personal idóneo y capacitado, la maquinaria adecuada, métodos de eficacia para nuestros trabajos, ofreciendo al cliente posibilidades de contratos, ya sean a todo costo o solo por concepto de mano de obra.

5.3 BENEFICIOS

El beneficio otorgado al cliente, es el confort, acercarse más a la naturaleza, contribuir a los problemas de salud y contribuir con el medio ambiente, todo esto dentro de su casa, oficina, o zona común, en la cual contará con un ambiente que les proporcionará mejores acabados a estas zonas, así como la contribución al medio ambiente.

5.4 SERVICIO POST-VENTA

El servicio post venta que aquí se ofrece, está dirigido a otorgar visitas técnicas al lugar donde se realizaron los proyectos y de esta manera determinar el estado de la misma, ofreciendo un primer mantenimiento gratis o con descuento.

6 PLAN DE MARKETING

6.1 TAMAÑO DEL MERCADO

El tamaño total de mercado se delimita en las personas mayores de edad económicamente activas, en los estratos, 2, 3, 4, 5,6 de la ciudad de Popayán del departamento del Cauca. Se muestran las estadísticas de DANE para el censo del año 2018 donde se establece la cantidad de viviendas para estos estratos.

Tabla 1. Tamaño del mercado para la ciudad de Popayán

Estrato	2	3	4	5	6
Total	84.035	53.472	28.259	7.204	1.555
Cabecera	80.118	52.662	28.013	7.122	1.536
Centro poblado	2.524	269	115	58	13
Rural disperso	1.393	541	131	24	6

Para el año 2018 según el DANE, el departamento del Cauca cuenta con 545.802 viviendas, según la encuesta realizada las personas interesadas en nuestros servicios están dentro de un rango de edad de 20 a 50 años; según el total de la población en Popayán el 46 % de la población se encuentra en este rango, y para los estratos 2,3,4,5 y 6 se estima que 17.300 personas aproximadamente están en el rango de dicha estratificación.

Teniendo en cuenta esta información, y la cantidad de personas que nos ayudaron con la encuesta (25 personas), se tiene un sesgo de error muy alto, sin embargo, se espera un mercado potencial del 35% de los hogares, teniendo un total de 6.920 hogares.

6.2 DEMANDA ACTUAL DEL MERCADO

Las cifras para el mercado objetivo actualmente en Colombia no se encuentran claras pues no hay tabulación de datos para este segmento, no obstante, se presume que, en el departamento de Cundinamarca, más exactamente para la ciudad de Bogotá se han construido alrededor de 5.429 metros cuadrados de jardines verticales, datos que nos revela el plan de desarrollo de Bogotá para el año 2018, dando un precepto que a partir de ese año hasta el actual y por las

condiciones que se dieron debido a la pandemia del virus COVID19, se presenta un aumento en la demanda de estos servicios, pues las personas al tener que desarrollar sus actividades laborales desde casa, lugar en el que solo descansaban antes y ahora laboran, es de gusto darle un toque más ecológico y aumentar la cobertura verde dentro de estas propiedades, así como también se da el crecimiento de las construcciones ecológicas en las principales ciudades del país.

Jardines el Olimpo S.A.S., está catalogada como un mercado disponible servible, pues en la ciudad de Popayán no se cuenta con competencia reconocida, es por el contrario todas las empresas que se dedican a este sector están en otras ciudades de departamentos aledaños las cuales llevan menos de 5 años de funcionamiento, y en el caso particular de la capital caucana no cuenta con una empresa de tal magnitud y reconocimiento.

Las principales tendencias en este segmento de mercado, son la construcción de nuevos edificios ecológicos, debido a la baja oferta de espacios urbanos para la construcción, lo que aumenta las construcciones verticales, a las que se les está dando un enfoque ecológico y no sobre cargarlas de materiales poco amigables con el medio ambiente.

Además, se obtiene beneficios a partir de estas áreas destinadas a los jardines o zonas verdes, pues están dispuestas para mermar el estrés laboral o de cualquiera que sea su raíz, ofrecer regulación de la temperatura dentro de las edificaciones y ciudades, filtrar gases contaminantes, armonizar y brindar confort para los clientes.

Tabla 2. Matriz PEST

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
P	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Maestro del espacio público en Popayán Facilidad de crear empresa. • Contamos con un Gobierno democrático que promueve el emprendimiento. • Los impuestos para las pequeñas y medianas empresas están a favor de ellas para que subsistan mientras se estabilizan económicamente. • Asociación con entidades públicas gubernamentales que buscan el aumento de zonas amigables con el medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Gran cantidad de terrenos sin escrituras individuales. • Los propietarios de viviendas, negocios o empresas no conocen las normas ambientales para contribuir.
E	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de la demanda de zonas verdes en viviendas y empresas. • Baja competencia en el mercado local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los Picos de inflación que afronta Colombia. • Devaluación del peso colombiano. • Incremento del precio en insumos y productos para realizar nuestros servicios. Aumento de impuestos como el IVA o Hipo consumo
S	<ul style="list-style-type: none"> • Popayán se ubica por debajo de varias ciudades como Cali, Ibagué y Montería en tanto a zonas verdes se refiere. • El creciente desempleo que afronta la Ciudad ocasiona ocupación del espacio público el cual tiene vocación ambiental. 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfrentarse a la costumbre de la ciudadanía. Carecer de zonas verdes en sectores estratégicos para la regulación de la temperatura. • Clientes que al construir y aprovechar todo el terreno no dejan un espacio para estas zonas.
T	<ul style="list-style-type: none"> • Maquinaria, herramienta, métodos y equipos facilitan y nos contribuyen para ofreceres servicios de calidad. • Software que provea a clientes un diseño en 3D para captar sus ideas y hacer modificaciones antes de la ejecución. 	<ul style="list-style-type: none"> • La rápida evolución de la tecnología puede reemplazar nuestros servicios con imágenes en 3D, maquinas que regulen las temperaturas en zonas más amplias.

Los clientes de este proyecto están dentro de la metodología B2C, ya que como empresa se busca llegar directamente a ellos eliminando una cadena de intermediarios que sean innecesarios e interfieran en la comunicación final. Para ello se tiene en cuenta dos clases de grupos que serán los posibles clientes.

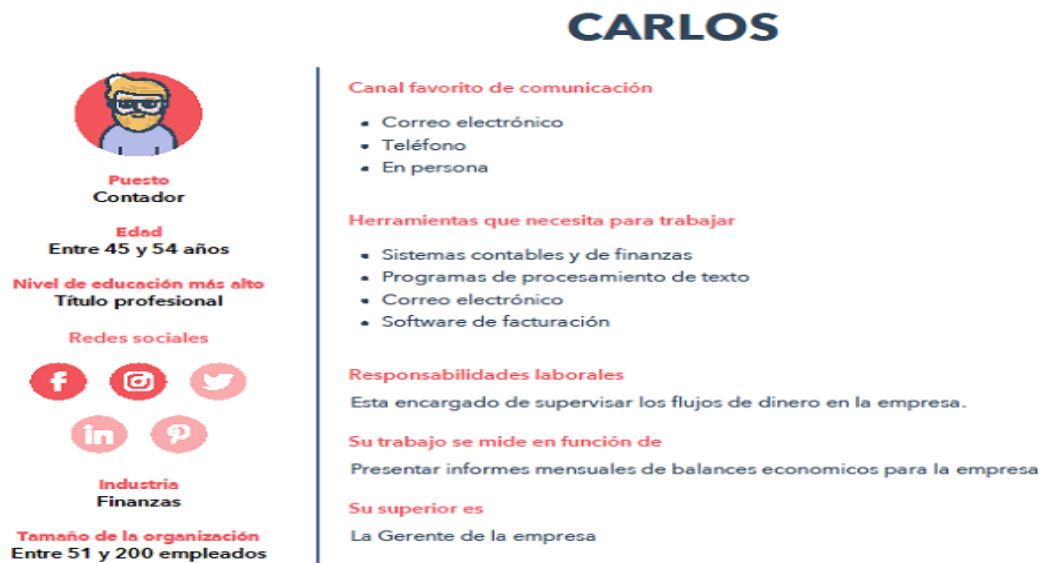
6.3 CLIENTES QUE CONTRATAN POR CONFORT

Son personas de estratos socioeconómicos altos 4, 5 y 6, que están ubicados en áreas de construcción verticales, con títulos profesionales y especializaciones, en industrias como la ingeniería civil, la medicina entre otros.

6.4 CLIENTES QUE CONTRATAN POR SALUD Y MEDIO AMBIENTE

A este grupo de clientes pertenece aquellos que trabajan en horarios continuos y en oficinas cerradas que acusan estrés por el trabajo y otros problemas de salud derivados al encierro que se presentan en estas locaciones; con estudios, técnicos, tecnólogos y profesionales, de un nivel socio económico 2 y 3 que se encuentran en zonas periféricas al casco urbano, en construcciones de vivienda familiar; con disposiciones médicas que requieran un espacio natural o que brinde estos beneficios que los ayudan con sus prescripciones médicas.

Figura 8. Buyer person



Fuente: Elaboración Propia

6.5 COMPETENCIA

A continuación, se tomó en cuenta tres empresas que entre los servicios que ofrecen está el diseño y mantenimiento de jardines; dos de estas empresas CONAMB S.A.S y TOPOFORESTAL S.A.S, son creadas y están radicadas en la ciudad de Popayán, una GREEN ASSISTANCE S.A.S está radicada en la ciudad de Cali, pero presta sus servicios también en la ciudad de Popayán.

Se utilizó la metodología de Benchmarking la cual permitió analizar qué ventajas y desventajas se tiene frente a estas empresas que son competencia para la empresa El Olimpo S.A.S., que se debe aumentar, eliminar, reducir o crear de los aspectos que se ha tenido en cuenta como importantes de cada empresa, como: Calidad, experiencia, el uso de página Web y redes sociales, su servicio post venta, atención oportuna al cliente, cuentan o no con oficina física. Este análisis se puede visualizar en la gráfica de océano azul donde la línea azul representa el análisis de la empresa Topoforestal SAS, la línea naranja Green Asistencia SAS, la línea gris representa a Conab SAS, y la línea amarilla representa a Jardines El Olimpo S.A.S.

Estas empresas se caracterizan por ofrecer servicios de excelente calidad, así que Jardines El Olimpo S.A.S. deberá hacer mucho énfasis en garantizar calidad en los servicios ofrecidos. En cuanto a la experiencia estas empresas cuentan con nueve, cinco y siete años de existencia, es imposible pretender tener experiencia frente a ellas, así que resta hoy en día formalizar la empresa para empezar a contar la experiencia. Dos de estas empresas (azul y gris) no cuentan con página web y sus redes sociales no se ven muy actualizadas, a diferencia de la empresa (naranja) quien si cuenta con estas plataformas e incluso una App para sus clientes, así que se debe aprovechar esta ventaja para explotarla segmentando los clientes que quieran hacer mantenimiento de zonas verdes, lanzando una estrategia de redes sociales con información relevante a los posibles clientes y no solo los servicios que se prestan.

Del servicio post venta, no se logró obtener información, pero para Jardines El Olimpo S.A.S. es un aspecto muy importante al cual darle prioridad, la atención al cliente fue buena y oportuna por parte de las tres empresas cuando se tuvo comunicación con ellas en las llamadas realizadas como parte de la investigación, así que se debe estar a la altura en este aspecto. El diseño del logo de la empresa naranja es excelente, pero a las otras dos empresas es notorio que no destinaron mucha inversión en el diseño de sus logos, pero aun así son empresas excelentes así que Jardines El Olimpo S.A.S. minimizará los gastos para el diseño del logo; y por último, la oficina física se determinó no tenerla ya que genera costos, se tendrá a cambio una bodega de almacenamiento sin atención al público la cual se realizara de manera virtual o llamada en primer contacto y a continuación el contacto presencial con el cliente, la secretaria estará ubicada en un cubículo en la bodega contando con lo necesario para cumplir las labores que se demanden.

Tabla 3. Tipo de Benchmarking

Tipo de Benchmarking:			Análisis GAP					
Empresa líder con quien me voy a comparar	Factor Clave a Observar	Ventajas del Factor Clave	¿Qué tanto cumple nuestra empresa o proceso (s) objeto de análisis, con lo observado? (GAP)					Causas del GAP
Siempre me debo comparar con la mejor organización, que esté por encima de la competencia	¿Qué proceso ejecuta esta organización que la hace sobresalir de las demás?	¿Qué están haciendo bien dentro de este proceso o actividad, que lo hace sobresalir?	1	2	3	4	5	Según lo observado, ¿qué motiva o causa la brecha?
TOPOforestal	Diseño de jardines	Mejora de exteriores y áreas verdes		x				El equipo de trabajo y la maquinaria que hoy poseen.
Green Assistance	Marketing	Están en todas las plataformas sociales, web, televisión, app.			X			El equipo de marketing y el músculo financiero que hoy manejan.
CONAMB SAS	Asesorías forestales	Conocimiento pleno de la legislación colombiana			X			La experiencia y trayectoria que llevan los hace expertos.

✓ **Océano azul, jardines El Olimpo S.A.S.**

Figura 9. Océano azul JARDINES EL OLIMPO S.A.S.

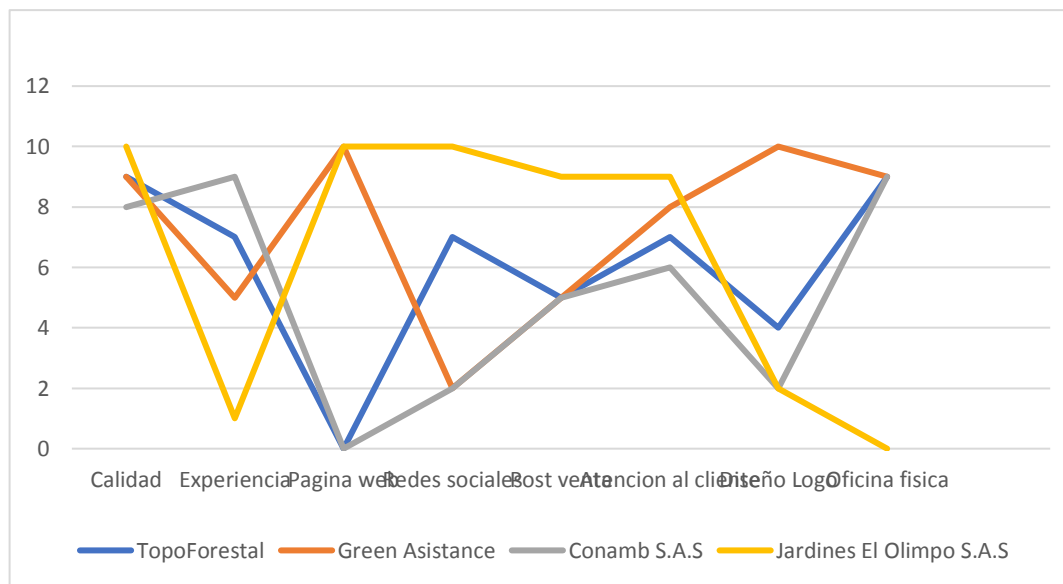


Tabla 4. Matriz del Océano Azul

ELIMINAR	AUMENTAR
1. Oficina física: Para nosotros que estamos empezando, no es necesario gastar dinero en una oficina física, lo que si haremos es enfocar los fondos que tenemos en nuestras ventas y comunicaciones por redes sociales y pagina web.	4. Calidad: Es necesario sostener una excelente calidad, ya que quienes seria nuestra competencia se caracterizan por tener altos estándares.
2.	5. Post venta: No tenemos la certeza del servicio post venta de nuestra competencia, pero sin duda para nosotros es importante enfocarnos en este para lograr fidelizar a nuestros futuros clientes.
3.	6. Página Web y Redes sociales: Nuestra estrategia de ventas y comunicación será por redes sociales, incluso pensaremos en también hacer página web ya que nuestra competencia no tiene presencia en la web.
REDUCIR	CREAR
7. Costos diseño Logo: Con base en la calidad de servicio que prestan las tres empresas competidoras, notamos que el diseño del logo no ha sido limitador para su éxito, así que podemos ahorrar costos en este aspecto.	10. Nichos de mercado: Enfocarnos en los clientes que quieran hacer mantenimiento de zonas verdes, o que requieran una asesoría forestal
8.	11. Posicionamiento diferente: Estrategia de redes con información relevante para los clientes, no solo nuestros servicios.
9.	12. Crear experiencia, empezar a trabajar para ganar experiencia, gestionar proyectos. Ya que no tenemos.

6.6 DEFINICIÓN DEL SEGMENTO DE MERCADO

El segmento de mercado al que se dirige este proyecto de empresa es el diseño de jardines verticales, horizontales, zonas verdes y traslado de árboles, más concretamente se está dentro de la especialización del servicio, para ofrecer calidad, garantía, hermosos acabados y confort a los clientes, manejando diseños modelados mediante software en 3D que son personalizados por los clientes y posteriormente ejecutados.

6.7 PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Tabla 5. Matriz DOFA para análisis del entorno de mercado.

DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado. • Se cuenta con el software adecuado para los diseños. • Diseños innovadores que proporcionan al cliente mayor satisfacción. • Maquinaria y equipos que facilitan las labores de ejecución de los servicios. • Proporción de costos accesibles para los clientes. • La calidad del servicio prestado al hacer un acompañamiento continuo pre y post venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escases de personal para las labores. • El acelerado cambio de la tecnología. • Presentar problemas de financiación para empezar. • Rentabilidad negativa. • Disponibilidad de material vegetal certificado y adecuado
OPORTUNIDADES	FO POTENCIALIDADES	DO DESAFIOS
<ul style="list-style-type: none"> • Plan maestro de espacio público en Popayán. • Impuestos bajos a nuevas empresas. Gobierno democrático. • Baja competencia en el segmento de mercado. • Software que permite visualizar el proyecto y así ajustar cambios. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con el software de diseño adecuado y la baja competencia en el segmento de mercado, se tiene una buena probabilidad de atraer clientes. • Con las facilidades para crear empresa que genera el Gobierno y la calidad del personal, estamos destinados a proporcionar un servicio de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se presenta escases de personal capacitado por falta de conocimiento en las labores ambientales que están en pro de la recuperación del espacio público ambiental de la ciudad de Popayán. • Este segmento de mercado denota una baja competencia, generando de esta manera la baja demanda de material vegetal de calidad y ocasionando altos costos de transporte.
AMENAZAS	FA RIESGOS	DA LIMITACIONES
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de conocimiento acerca de jardines verticales. • Aumento de la inflación en Colombia. • Falta de diseño arquitectónico para construir jardines en pequeños espacios. 	<ul style="list-style-type: none"> • El aumento de la inflación en Colombia genera costos mayores al momento de invertir en maquinaria, equipos y software para las labores. • Los diseños arquitectónicos en la actualidad intentan aprovechar el mayor espacio posible sin dejar espacios para estas zonas verdes o jardines, ocasionando mayor inversión para los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de operadores o personal capacitado en las localidades requerido para prestar los servicios ofertados. • Al no tener una buena financiación inicial, se busca préstamos o inversionistas, generando así costos por intereses.

6.8 ESTRATEGIA DE MERCADO

✓ Estrategia de precio

Los precios que se manejan están dados por metro cuadrado de construcción sea de jardín vertical u horizontal, lo relacionado con traslado de árboles será de acuerdo al individuo a intervenir, y son inferiores en relación a las empresas competencia que se mencionaron en el análisis competitivo; en contexto los precios son fijados mediante la cantidad de materiales, herramientas, equipos y jornales destinados para realizar, y obteniendo una ganancia mínima inicialmente para poder ofrecer al cliente la posibilidad de conocer la calidad de nuestros servicios y transmitir la visión de nuestra empresa.

- Para fijar los precios, se basó en el costo de los materiales e insumos que se necesitan para desarrollar un servicio, costo de mano de obra calificada y calidad de material vegetal ofrecido, procurando mantener un precio cómodo para el cliente (inferior a la competencia), pero competitivo para la empresa, que le genere una utilidad positiva¹.
- El precio en este mercado es importante, pues las personas económicamente activas están dispuestas a adquirir un servicio de este tipo siempre y cuando este dentro de sus capacidades económicas, es por eso que se procuró mantener los precios y no aumentarlos exageradamente año a año.
- Mediante las políticas de servicio al cliente, contará con la descripción del uso para estos y la opción de ampliar el área (m²) debido al sistema de contenedores y método de construcción utilizados. Se está abierto a recibir PQR, para propender cambios positivos dentro de la empresa y mejorar la calidad de los servicios; tendrán un canal de comunicación directo con la empresa donde se atenderá para el asesoramiento del mantenimiento y correcta manipulación de los jardines.
- Para la parte de créditos, Jardines El Olimpo S.A.S. manejará un sistema básico de pago, donde a la firma del contrato se recibirá el 50% del valor total del servicio y al finalizar el porcentaje restante.

¹ HENAO, E, y RICO, L. Propuesta para el diseño de políticas y procedimientos para la asignación de créditos y gestión de cartera en la empresa Agregados del Norte S.A. Año 2012. 2012. <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/345/Propuesta%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20pol%C3%ADticas%20y%20procedimientos%20para%20la%20asignaci%C3%B3n%20de%20cr%C3%A9ditos%20y%20gesti%C3%B3n%20de%20cartera%20en%20la%20empres%20Agregados%2>

✓ Las 5 fuerzas de Porter

Las cinco fuerzas de Porter muestran que, frente a la amenaza de nuevos competidores, se hallará que estos pueden bajar los costos, lo cual generaría un impacto alto ya que, al entrar a competir con un estudio de mercado con costos específicos, y los competidores ahora los recortan no se podrá llegar al punto de equilibrio en el tiempo planeado.

La fuerza de poder de negociación de los clientes tendrá un impacto bajo en la calidad que se pueda ofrecer o no, ya que si existe un servicio excelente los clientes elegirán Jardines El Olimpo S.A.S. sin importar el precio.

La amenaza de productos sustitutos, en este caso, los servicios sustitutos que pueda ofrecer el mercado a un precio más bajo, tendrían un impacto alto sobre la empresa ya que pensando en el dinero y su capacidad adquisitiva podrían cambiar a esa alternativa que se les presente.

El poder de negociación de los proveedores tendrá un impacto alto frente a la confianza que se tenga con la empresa, estas relaciones deben crearse para que cada una de las partes gane, ser balanceados.

Y por último la fuerza de la rivalidad entre competidores, esto juega un papel de muy alto impacto ya que a la competencia solo le interesa ganar, así que se debe construir lazos donde no haya precios muy por debajo de la competencia y lograr un equilibrio para todos.

Tabla 6. Evaluación entorno de mercado

Fuerza	Factor	Impacto			¿Por qué?
		Alto	Medio	Bajo	
Amenaza de entrada de nuevos competidores	Podrían bajar los costos.	x			Porque entramos con un estudio de mercado con unos costos específicos, Y ellos ahora los recortaron, no podríamos llegar el punto de equilibrio en el tiempo planeado.
Poder de negociación de los clientes	Calidad			x	Si tengo un producto bueno, mi cliente me va a elegir sin importar el precio.
Amenaza de productos o servicios sustitutos	Dinero	x			Si mis clientes consiguen una alternativa similar a bajo precio, pierdo mi clientela.
Poder de negociación de los proveedores	Confianza	x			Se tienen que crear relaciones donde cada uno gane.
Rivalidad entre competidores	Lealtad	x			La competencia no respeta límites, solo interesa ganar.

✓ Distribución

La ubicación de Jardines El Olimpo S.A.S. no se verá muy afectada hacia los clientes, ya que la forma de llegar a ellos será por medios digitales; una vez concretada la cita, el operador de la empresa se desplazará para ver el predio a intervenir, realizar una cotización y hacer una propuesta, por lo tanto, la ubicación no es significativa.

✓ Canales de Distribución

Los canales de distribución no aplican, ya que lo que, al ofrecer servicios, están sujetos a una venta directa con nuestro cliente objetivo, estos servicios serán ofertados y vendidos por las diferentes plataformas digitales a las que estamos adscritas, como son Instagram y Facebook Jardines El Olimpo S.A.S. ya que estas plataformas están en auge en todos los medios digitales.

✓ **Promoción**

La promoción se hará por medio de publicaciones en estas redes sociales y publicitando en ellas mismas, para esto se ha dispuesto un rubro el cual está especificado más adelante.

✓ **Publicidad**

Facebook e Instagram serán los medios para hacer publicaciones pagas segmentando el público objetivo y el área de influencia. Otro medio de publicidad serán las vitrinas comerciales que ofrece la Cámara de Comercio del Cauca que a lo largo del año promueve, y no se puede dejar atrás las redes sociales personales donde confirmaremos a nuestros amigos y conocidos que estamos abiertos al público.

✓ **Presupuesto promocional**

El presupuesto que destinaron a lo referente con publicidad se manera de manera digital en su mayor parte, siendo las redes sociales y la página web las principales herramientas de contacto con los clientes y por otra parte los folletos que contienen la información esencial de jardines el Olimpo, destinando un monto considerado de inversión el cual será renovado cada seis meses.

Tabla 7. Presupuesto para las estrategias de publicidad a utilizar

Estrategia	Actividad	Unidad medida	Cant.	V/unit.	V/total
Publicidad	Folletos de presentación	miles	1.000	750	750.000
	Publicidad redes sociales	Unidad	6	300.000	1.800.000
	Pagina web	Unidad	10	50.000	500.000
Total plan mercadeo año					3.050.000

7 PLAN OPERACIONAL

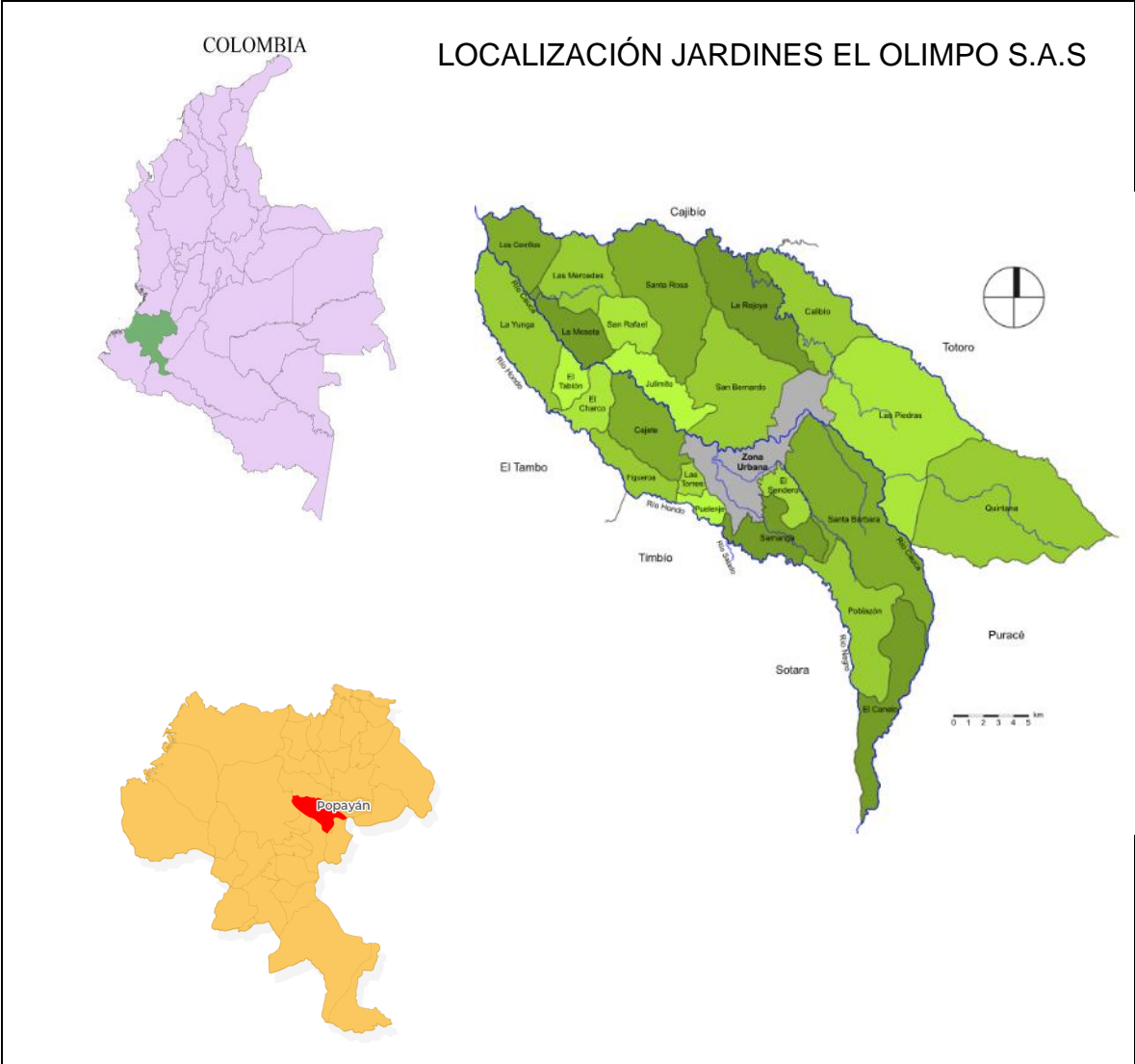
7.1 PRODUCCIÓN

Los servicios ofrecidos por Jardines El Olimpo S.A.S. se ofertan desde la ciudad de Popayán y hacia sus alrededores, no se cuenta con una oficina física ya que el equipo de trabajo se debe trasladar a el sitio donde se pretende un nuevo proyecto, no obstante, en el sur en la vereda Antomoreno a cinco minutos de Popayán se cuenta con una bodega donde se guarda todas las herramientas, indumentaria y equipos necesarios para prestar los servicios.

7.2 LOCALIZACIÓN

Esta bodega donde descansan las herramientas y equipos necesarios para prestar el mejor servicio, está ubicada en un sitio estratégico, en el kilómetro dos, salida hacia el sur vía Popayán-Mojarras, se encuentra exactamente en la vereda Antomoreno.

Figura 10. Localización cabecera municipal y casco urbano Popayán-Cauca



Fuente: Elaboración Propia

7.3 REQUERIMIENTOS FÍSICOS

Esta bodega tiene un área de 40 m², cuenta con todos los servicios de saneamiento básico, al estar ubicada en salida sur a cinco minutos de Popayán, se puede decir que está en un punto estratégico.

7.4 COSTOS

El plan de costos de jardines el Olimpo S.A.S detalla cada uno de los cargos que van a tener los empleos directos e indirectos, así como el salario mensual que devengaran por labor y los costos fijos de la empresa.

Tabla 8. Costos fijos para la empresa.

Nombre de la empresa		Jardines el Olimpo S.A.S		
Costos mano de obra Diercta e Indirecta				
Ítems	Asignación mensual	No meses	Total anual	
Mano Obra Directa				
Operario 1	1.500.000	12	18.000.000	
Operario 2	1.500.000	12	18.000.000	
Operario 3	1.500.000	12	18.000.000	
	4.500.000		54.000.000	
Mano Obra Indirecta				
Administrador empresa (Prestación de servicios)	1.300.000	12	15.600.000	
Contador (Contrato por prestación de servicios)	300.000	12	3.600.000	
Secretaria	1.020.000	12	12.240.000	
Total M.O.Indirecta	2.620.000		31.440.000	
Nombre de la empresa		Jardines el Olimpo S.A.S		
Costos de servicios				
Ítems	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Instalaciones	Mes	12	-	-
Mantenimiento maquinaria (mensual)	servicio	12	200.000	2.400.000
Servicios públicos	Mes	12	500.000	6.000.000
Papelería y útiles de oficina	global	2	150.000	300.000
Dotacion para personal (Trimestral)	Unidad	3	80.000	240.000
Total				8.940.000

7.5 ENTORNO LEGAL

Principalmente se debe registrar Jardines El Olimpo S.A.S. a la Cámara de Comercio del Cauca, lo cual tiene un valor de \$96,000 pesos, seguido por los costos asumidos para la vinculación a ARL, salud y pensión. Los permisos de construcción o zonificación se definirán de acuerdo al uso del suelo, es decir de acuerdo a las zonas dentro de la ciudad a la cual se va a intervenir.

7.6 PERSONAL

Al iniciar esta empresa se hace con dos empleados, Paublo y Estephania, quienes se encargan de su constitución y contarán con una vinculación directa en calidad de socios con derecho al 50% de utilidad cada uno, una vez se vayan presentando; ambos son expertos en diseño de jardines y silvicultura urbana, sus números de contacto estarán vinculados a la publicidad en los diferentes canales y podrán responder directamente a los clientes potenciales que estén interesados, en sus labores se incluyen las visitas técnicas hasta el lugar donde requiera el cliente, así como analizar la cantidad de personal requerido para desarrollar las labores; estos técnicos de ser requeridos se contactarán por medio de una base de datos personal con la cual se cuenta, siendo contratados por prestación de servicios por medio de una cuenta de cobro dirigida a Jardines El Olimpo S.A.S. donde se harán los pagos.

7.7 POLÍTICAS DE EVALUACIÓN

Se planea en cierto momento poder delegar las funciones de visita técnica al nuevo técnico en jardinería vinculado a la empresa ya que la meta es crecer prestando un excelente servicio. La manera que se tendrá de evaluar a este nuevo personal será con la post venta donde los clientes evaluarán el servicio que fue prestado. No obstante, antes de esto se tendrá que haber construido un ambiente de trabajo donde el ejemplo sea el pilar del funcionamiento; los socios deberán mostrar su puntualidad, responsabilidad, respeto, conocimiento, pulcritud, para que así mismo los colaboradores actúen de la misma forma.

Cada colaborador al momento de vincularse a la empresa lo hará en un contrato por prestación de servicios, este contrato será renovable si este cumple con las labores a cabalidad por las cuales estará contratado por la empresa, este cumplimiento tendrá un seguimiento por parte de la secretaria y esta a su vez entregará un informe al gerente de la empresa.

7.8 INVENTARIOS

El inventario que será manejado es el de las herramientas y equipos de jardinería los cuales se presentan más adelante en el Anexo B (Ver Tabla 12) donde se especifica la cantidad, el costo unitario y el costo total. Adicional a esto, se cuenta con un vivero aliado para la obtención de las plántulas de jardines que elija el cliente, así mismo la tierra abonada (Ver Anexo B, Tabla 13).

7.9 PROVEEDORES

El Jardín de Tefa, Terranova Jamundí. Este vivero proveerá los insumos de plántulas que el cliente elija para su jardín, y hacen la entrega directamente en el predio que será intervenido.

Vivero Cerquita, ubicado en la vereda Pomona, será un proveedor de plántulas para proyectos pequeños que no requieran demasiado material vegetal ya que en la ciudad de Popayán el costo por plántula es 40% más elevado.

En el caso de la madera a utilizar el proveedor será Maderas del Sur Popayán, quienes cuentan con madera certificada y están ubicados en la zona sur de dicha ciudad.

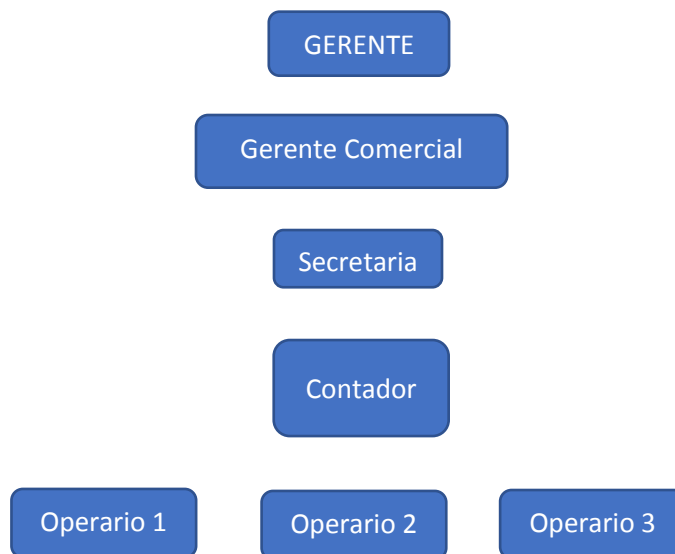
Los contenedores donde se instalarán los jardines verticales serán traídos por exportación y el proveedor será Woxi Hongwei Trading LTDA de China.

8 GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN

El negocio es gerenciado por Paublo Emilio Meneses, quién estará al tanto de todo el manejo organizacional, administrativo, financiero, servicios y jurídico de la empresa. Gracias a las habilidades y la experiencia que ha tenido en sus trabajos anteriores como coordinador de plantaciones forestales es la persona indicada para ejercer este puesto.

La labor que ejecuta Estephania Peña será como Gerente Comercial. Su experiencia en atención al público y community manager de su anterior empresa llevara a JARDINES EL OLIMPO S.A.S. a posicionarse en el mercado logrando sus objetivos.

Jardines El Olimpo S.A.S. contará con siete empleados distribuidos de la siguiente manera:



Fuente: Elaboración Propia

8.1 PERFILES DE LOS EMPLEADOS

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
Nombre: Pablo Emilio Meneses
Área: Gerencia
Cargo: Gerente, Administrador
PERFIL DEL CARGO
Profesional en Ingeniería Agroindustrial o Ingeniería Industrial, con conocimiento sobre el sector de abonos orgánicos, experiencia al menos de un año en cargos administrativos y en el manejo de personal.
Propósito del cargo: Es el responsable de la planeación, coordinación, organización y control de la empresa.
Vinculación Laboral: tiempo completo. Horario 7:00 am a 12:00 m y 2:00 pm a 6:00 pm.
Contratación: contrato anual a término fijo, prorrogable. Los empleados contratados bajo esta modalidad tienen derecho a prima, vacaciones, cesantías, incapacidades y liquidación.
FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Representante legal de la empresa • Coordinar y dirigir las funciones del área comercial • Fijar las políticas generales de la administración • Velar por el cumplimiento de las funciones de otros cargos • Responsable del manejo organizacional, administrativo, financiero, servicios y jurídico de la empresa • Realizar la contratación de los colaboradores • Analizar y aprobar los estados financieros y contables de la empresa necesarios para la toma de decisiones • Hacer el inventario stock • Realizar el diseño de jardines con el software especializado • Realizar visitas técnicas

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
Nombre: Estephania Peña Ortiz
Área: Gerencia
Cargo: Gerente Comercial
PERFIL DEL CARGO
Profesional en Ingeniería Agroindustrial o Ingeniería Industrial, con conocimiento sobre el sector de abonos orgánicos, experiencia al menos de un año en cargos administrativos y en el manejo de personal.
Propósito del cargo: Es el responsable de liderar acciones para velar por el cumplimiento de los objetivos y metas establecidas

Vinculación Laboral: tiempo completo. Horario 7:00 am a 12:00 m y 2:00 pm a 6:00 pm.
Contratación: contrato anual a término fijo, prorrogable. Los empleados contratados bajo esta modalidad tienen derecho a prima, vacaciones, cesantías, incapacidades y liquidación.
FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Liderar proyectos de innovación y desarrollo del producto • Administradora de los canales de comunicación • Establecer contactos comerciales con los segmentos de mercado identificados (clientes y proveedores) • Determinar precios de venta • Realizar visitas técnicas • Realizar el diseño de jardines con software especializado • Realizar estudios de nuevos mercados

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
Nombre:
Área: Administrativa
Cargo: Secretaria
PERFIL DEL CARGO
Estudios secretariales con computación terminados. Habilidades en manejo de equipo de oficina, nivel de organización, discreción e iniciativa. Manejo de redes sociales, ortografía, redacción, relaciones humanas. Experiencia de 1 año.
Propósito del cargo: Brindar apoyo secretarial a las labores administrativas en las distintas dependencias.
Vinculación Laboral: tiempo completo. Horario 7:00 am a 12:00 m y 2:00 pm a 6:00 pm.
Contratación: contrato anual a término fijo, prorrogable. Los empleados contratados bajo esta modalidad tienen derecho a prima, vacaciones, cesantías, incapacidades y liquidación.
FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Recepcionar, clasificar y despachar los pedidos • Solicitar las cotizaciones a proveedores • Recepción de llamadas • Mantener ordenado, actualizado y archivada la documentación • Distribuir documentos en el centro de trabajo • Manejar la agenda del jefe inmediato • Llenar formatos administrativos, recibos, órdenes de compra, etc. • Llevar control de materiales, prever necesidades y hacer la solicitud correspondiente

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
Área: Financiera
Cargo: Contador
PERFIL DEL CARGO
Contador Público titulado.
Propósito del cargo: Es la persona encargada del manejo contable de la empresa.
Vinculación Laboral: tiempo completo. Horario 7:00 am a 12:00 m y 2:00 pm a 6:00 pm.
Contratación: contrato anual a término fijo, prorrogable. Los empleados contratados bajo esta modalidad tienen derecho a prima, vacaciones, cesantías, incapacidades y liquidación.
FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar los estados financieros de la empresa • Presentación de los requerimientos fiscales, entidades estatales y terceros • Analizar los resultados económicos, detectando áreas críticas y señalando acciones que permitan lograr mejoras.

DESCRIPCIÓN DEL CARGO
Área: Producción
Cargo: Operario
PERFIL DEL CARGO
Bachiller, con conocimientos técnicos y herramientas para tratamientos silviculturales, silvo pastoriles, plantaciones forestales, regeneración de bosques, diseño de jardines y todo lo referente al ámbito forestal. Experiencia de seis (6) meses
Propósito del cargo: Es el responsable de liderar acciones que conlleve a la correcta manipulación de los jardines contribuyendo con un buen acabado que otorgue confort, satisfacción y calidad.
Vinculación Laboral: tiempo completo.
Contratación: por prestación de servicios
FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo, organización y control de materias primas, materiales y productos en proceso y terminados • Selección y transformación de materias primas para la obtención de un producto con óptima calidad. • Manipulación de herramientas, empaques y productos terminados. • Supervisar el correcto funcionamiento y proceso productivo para cumplir con las exigencias de los clientes. • Vigilar que los productos cumplan con los requerimientos de mercadeo y calidad

8.2 VALOR DE LA NÓMINA

Todas las personas vinculadas a la planta de personal de Jardines El Olimpo S.A.S. es por medio de contrato laboral excepto los operarios, por eso en la tabla de nómina para esas personas en particular no se deduce salud, pensión y no tiene auxilio de transporte, ya que es un contrato de prestación de servicios.

Tabla 9. Nómina Jardines El Olimpo S.A.S.

No	CARGO	SUELDO BÁSICO	DEVENGADO			DEDUCIDO				NETO A PAGAR
			SUELDO	Auxilio Transporte	TOTAL	SALUD	PENSIÓN	ARL	TOTAL DEDUCIDO	
1	Gerente Administrador	\$2.300.000	\$2.300.000	0	\$2.300.000	\$40.000	\$40.000	\$5.300	\$85.300	\$2.214.700
2	Gerente Comercial	\$2.300.000	\$2.300.000	0	\$2.300.000	\$40.000	\$40.000	\$5.300	\$85.300	\$2.214.700
3	Secretaria	\$1.000.000	\$1.000.000	\$117.172	1.117.172	\$40.000	\$40.000	\$5.300	\$85.300	\$1.031.872
4	Contador	\$1.500.000	\$1.500.000	\$117.172	1.617.172	\$40.000	\$40.000	\$5.300	\$85.300	\$1.531.872
TOTAL										

Fuente: Elaboración propia

9 PLAN FINANCIERO

Se manejaron proyecciones mensuales de ventas y costo, teniendo en cuenta el aumento mensual y anual que pudiesen presentar los materiales, insumos y mano de obra, así como de indumentaria y equipos necesarios para desarrollar las actividades de venta y ejecución de nuevos proyectos, todo esto para un periodo de cinco años, manejando un número de ventas lento en los primeros dos años y manteniendo los precios de venta muy similares, a partir del tercer año se manifiestan mejores números en cantidad de venta en nuestros servicios, proporcionándonos mejoras financieras y aumentando el reconocimiento en el segmento del mercado en el cual se desenvuelven, manteniendo finanzas con un régimen de ganancias aceptables y prosperas para los años 4 y 5, que hacen a Jardines el Olimpo una empresa competitiva.

Las tablas del plan financiero se encuentran alojadas en el Anexo B de este documento.

10 ANÁLISIS DE RIESGOS

Teniendo en cuenta que Jardines El Olimpo S.A.S. se ubica en el sector de la industria, y que el crecimiento para este es del 17 % para el año 2021, se considera que esta empresa tendrá un mercado de crecimiento moderadamente rápido, pero que puede enfrentar problemas futuros por abastecimiento de materiales e insumos, así como afecciones monetarias por la inflación que atraviesa el país que es del 5.1% ocasionando aumento en los costos del servicio, por otra parte si el porcentaje de crecimiento fuera inferior al mencionado, este mercado entraría en un momento de recesión afectando las ventas².

En relación con la competencia, Jardines El Olimpo S.A.S. se encuentra capacitado para sobreponerse a esta, manejando buenos precios que son justos frente a los que otros ofrecen, pero competitivos; manejando herramientas de publicidad más comunes de estos tiempos, llegando a una mayor cantidad de público, teniendo en cuenta que en Popayán somos únicos aunque existen otras empresas estas están ubicadas en otras ciudades, siendo la más cercana la ciudad de Cali, situación que otorga capacidad de reacción pronta hacia los posibles clientes.

Los servicios que se ofrecen pueden ser reemplazados por jardines convencionales, y jardines hechos a partir del reciclaje, que son formas más económicas de construir este tipo de obras, pero se genera a los posibles clientes esa oportunidad no solo de embellecer su casa u oficina, sino también la oportunidad de aportar al medio ambiente, de facilitar el mantenimiento de dicho jardín y el riego automático del mismo.

En tanto a mano de obra referimos, al ser una empresa que maneja inicialmente baja cantidad de mano de obra (8 personas), pero que se piensa incrementar, en caso de enfrentar escases, entraríamos en convenio directo con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), para que sus estudiantes realcen su etapa práctica aquí, además de realizar ofertas de trabajo para recepcionar hojas de vida y tener una base por si en futuro se llegaren a necesitar.

En relación a problemas de orden público como lo son los taponamientos de vías problemática recurrente en el Departamento del Cauca, es un factor crítico para el transporte y flujo de materias primas por parte de los proveedores de esa manera podría afectar la operación de la empresa jardines el olimpo.

² EXPANSIÓN. IPC de Colombia. Otros bienes y servicios. 2022. <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/colombia?sector=Otros+bienes+y+servicios&sc=IPC-O>

11 IMPACTOS

11.1 SOCIO – ECONÓMICO

Jardines El Olimpo S.A.S. es una empresa caucana que entra a servir a toda la comunidad con su portafolio de servicios, pero aún más con la generación de empleos que se proyecta para el 2027, donde para esa fecha pretende vincular con todas las prestaciones de ley a sus colaboradores, para que puedan gozar de una mejor calidad de vida para sus familias.

11.2 AMBIENTAL

Existe un grado de impacto ambiental en toda la intervención antrópica de un predio, el principal objetivo es mitigar una posible contaminación paisajística, visual o auditiva con el uso de especies que sirvan como barreras cortavientos, barreras que disocien el sonido generado por el tránsito vehicular que se presenta en las calles. Existe un impacto muy positivo ya que estos jardines sirven como corredores de fauna conectando las zonas urbanas con la ruralidad.

BIBLIOGRAFÍA

BLOG DECORACIONES. *Jardines verticales*. 2022.
<https://blogdecoraciones.com/jardines-verticales/>

CAYCEDO G., Camilo y PAEZ PARDO, Adriana Milena. Proyecto de prefactibilidad para la implementación de una empresa de diseño, comercialización e instalación de jardines hidropónicos para las edificaciones habitacionales de las amas de casa de la ciudad de Bogotá. (Trabajo de grado). Corporación Universitaria Minuto de Dios. 2018.
https://repository.uniminuto.edu/jspui/bitstream/10656/7824/1/CaycedoGuerreroCamilo_2018.pdf

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 50 de 1990 (diciembre 28)

CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 100 de 1993 (diciembre 23).

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS [DANE]. Cuántos somos. 2018. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/cuantos-somos>

EXPANSIÓN. IPC de Colombia. Otros bienes y servicios. 2022.
<https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/colombia?sector=Otros+bienes+y+servicios&sc=IPC-O>

GIRALDO HENAO, Eleny y RICO BETANCUR, Lina Marcela. Propuesta para el diseño de políticas y procedimientos para la asignación de créditos y gestión de cartera en la empresa Agregados del Norte S.A. Año 2012. (Trabajo de grado) Universidad de Medellín.
<https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/345/Propuesta%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20pol%C3%ADticas%20y%20procedimientos%20para%20la%20asignaci%C3%B3n%20de%20cr%C3%A9ditos%20y%20gesti%C3%B3n%20de%20cartera%20en%20la%20empresa%20Agregados%2>

GOOGLE TRENDS. Explorar. Resultado de búsquedas. 2022.
<https://trends.google.es/trends/explore?q=google%20trends&geo=CO>

GOMEZ DÍEZ, Juan Carlos y RONDÓN ARANGO, Melissa. Viridio Jardines Verticales. (Trabajo de grado). Universidad ICESI. 2020.
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/87767/1/T02098.pdf

GUEVARA URREGO, Wilder Alfonso. Empresa de Jardin Vertical. (Tesina de grado). Universidad Catolica de Colombia. 2020.
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/24955/1/351758%20Guevara%20Urrego.pdf>

HENAO, E., y RICO, L. Propuesta para el diseño de políticas y procedimientos para la asignación de créditos y gestión de cartera en la empresa Agregados del Norte S.A. Año 2012. 2012.
<https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/345/Propuesta%20para%20el%20dise%C3%B1o%20de%20pol%C3%ADticas%20y%20procedimientos%20para%20la%20asignaci%C3%B3n%20de%20cr%C3%A9ditos%20y%20gesti%C3%B3n%20de%20cartera%20en%20la%20empresa%20Agregados%2>

PÉREZ, Martha. Como hacer jardines verticales paso a paso. Materiales, ideas y consejos. 2021. <https://blogdecoraciones.com/jardines-verticales/>

WIKIPEDIA.COM. Mapa rural y urbano de Popayán. 2022.
https://es.wikipedia.org/wiki/Popay%C3%A1n#/media/Archivo:Popayan-Mapa_Rural.svg

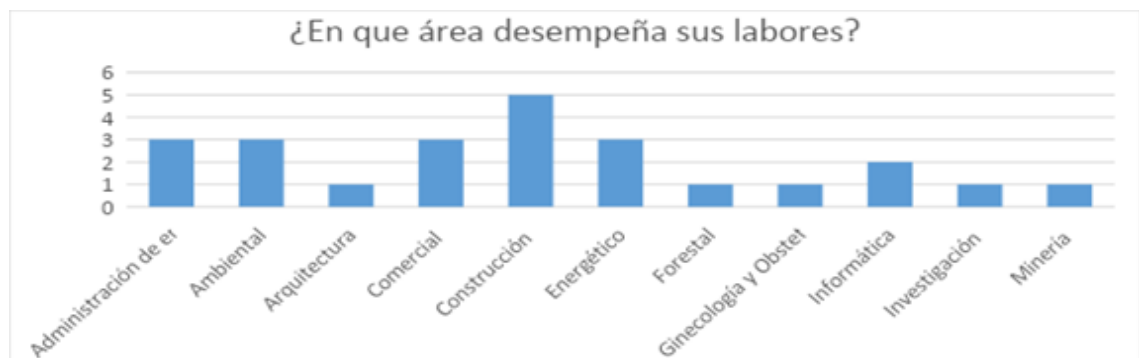
ANEXOS

Anexo A. Encuesta para el desarrollo de la metodología Design Thinking

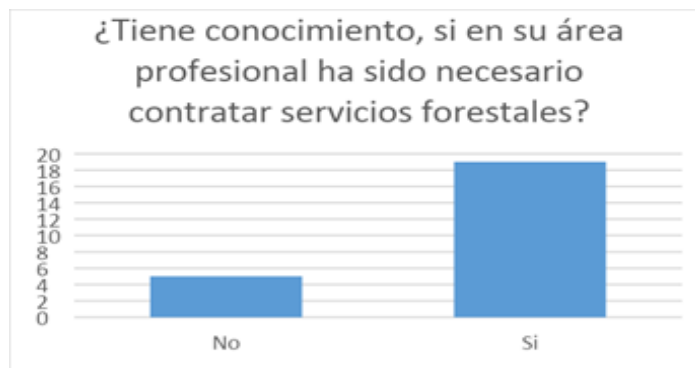
Gráfica 1. Ubicación empresa donde trabaja el empleado



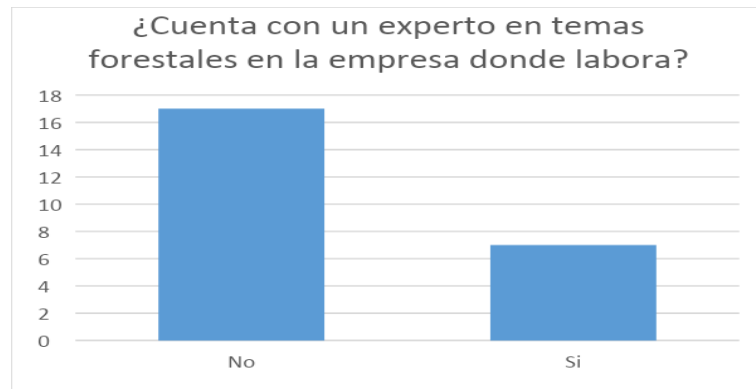
Gráfica 2. Área donde desempeña sus labores



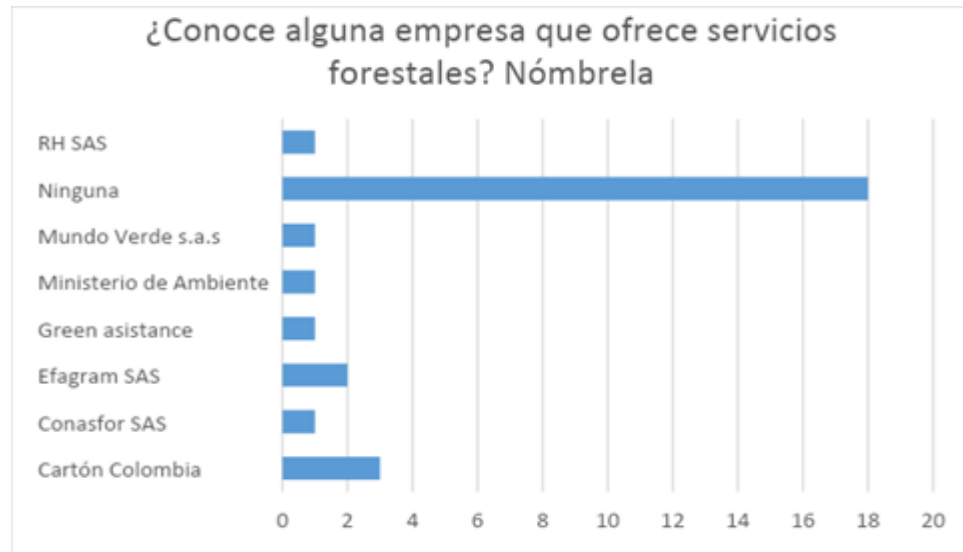
Gráfica 3. Conocimiento sobre contratos de servicios forestales



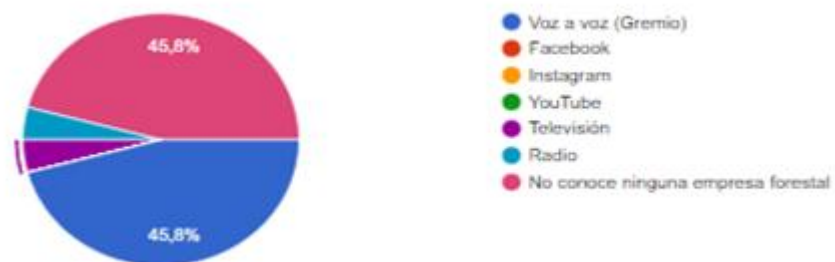
Gráfica 4. ¿Conoce si su empresa tiene contratado a alguien experto en temas forestales?



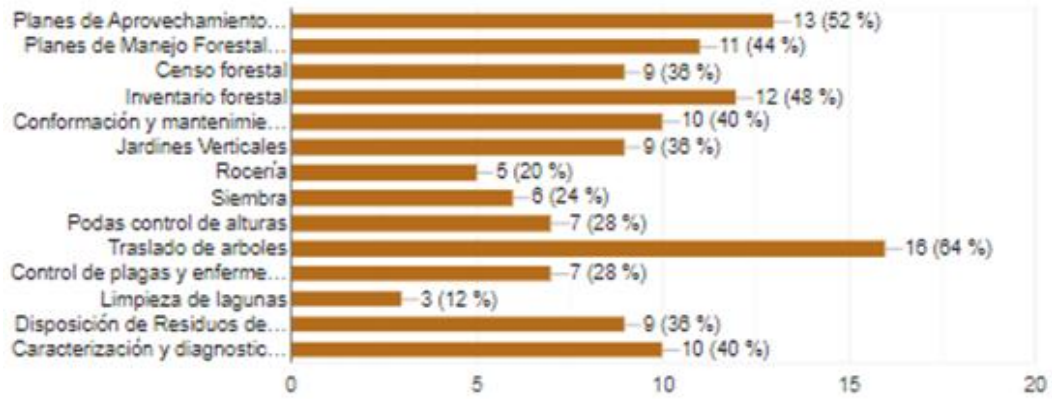
Gráfica 5. ¿Conoce alguna empresa que ofrezca servicios forestales?



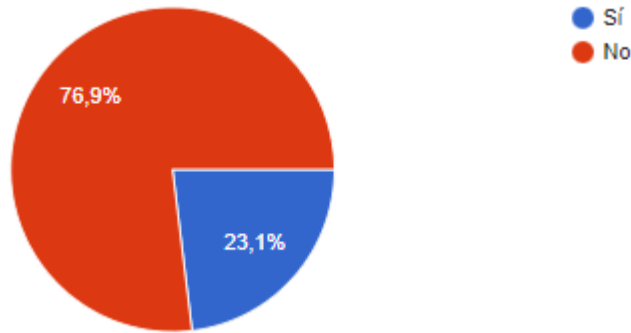
Gráfica 6. Medios por los cuales conoció estas empresas



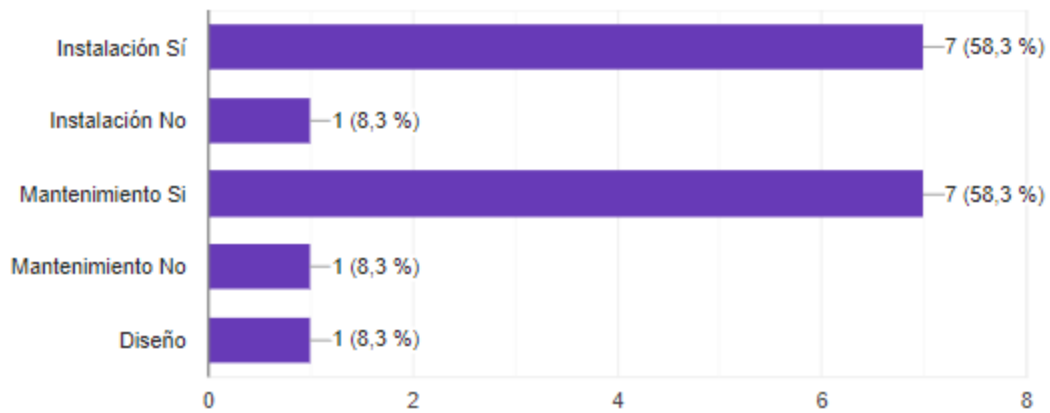
Gráfica 7. ¿Qué servicios forestales contrataría usted, o la empresa donde labora?



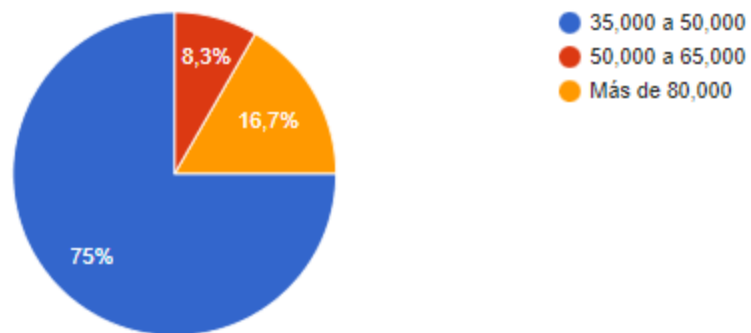
Gráfica 8. ¿Tiene contratado algún servicio de jardinería?



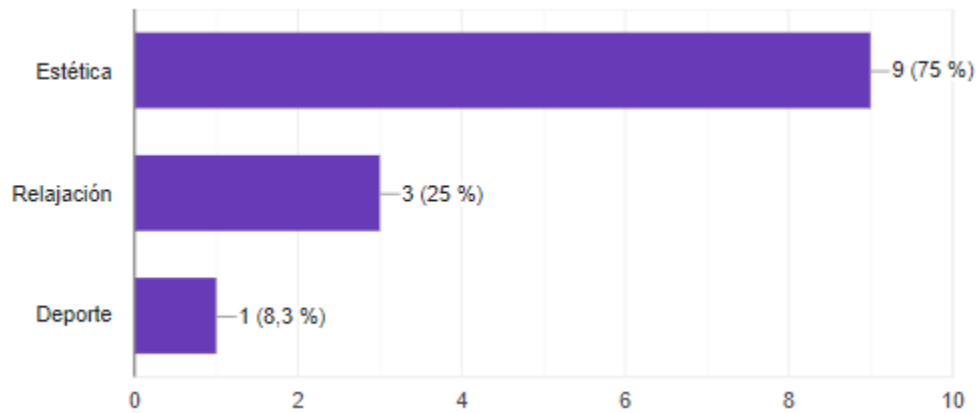
Gráfica 9. Interés en contratar algún servicio de jardinería.



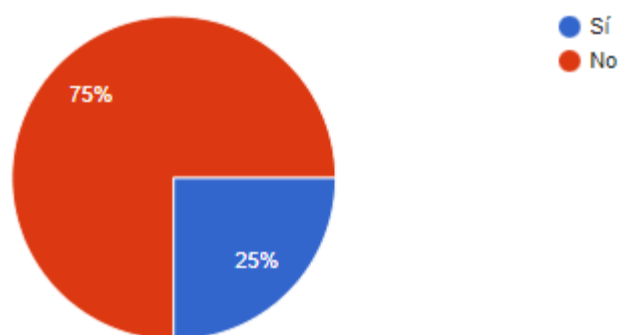
Gráfica 10. Precio dispuesto a pagar por jornal de jardinería.



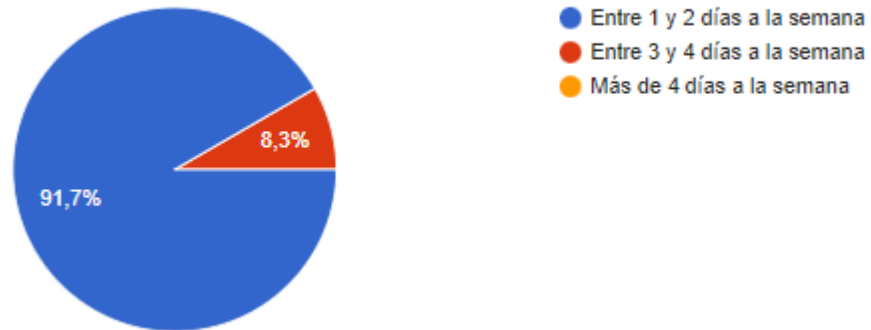
Gráfica 11. Usos que le daría a un jardín



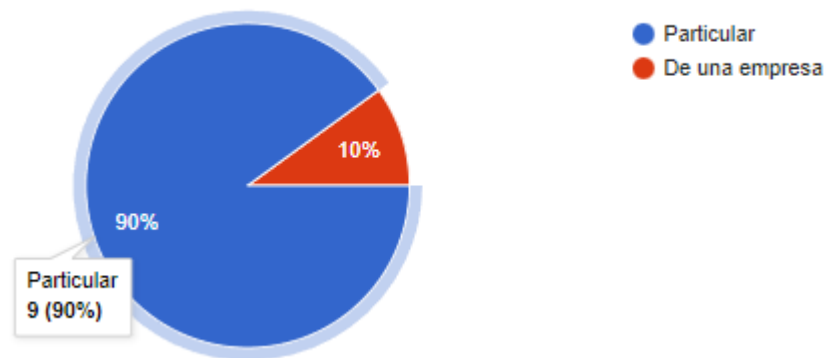
Gráfica 12. ¿Cuenta con herramientas de jardinería?



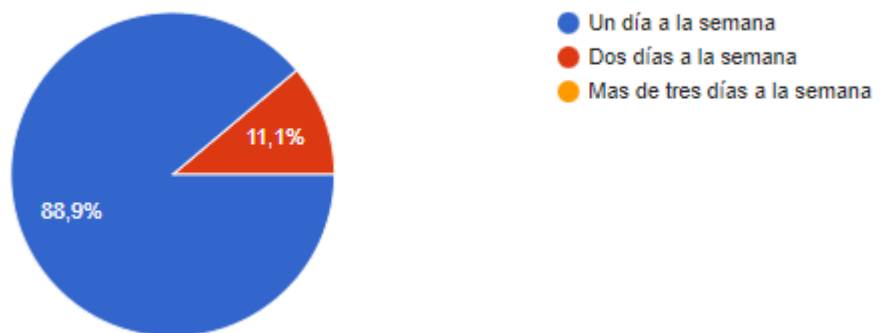
Gráfica 13. Interés para contratar servicio de jardinería por semana.



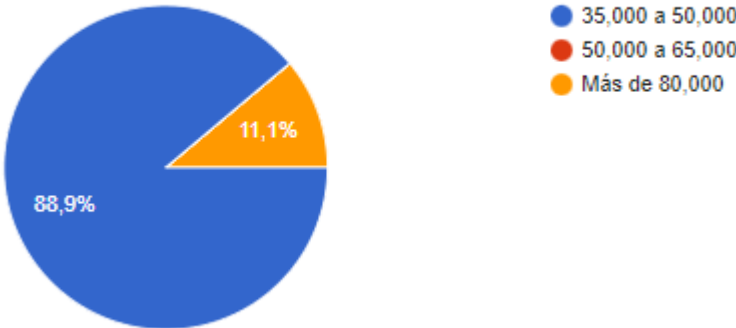
Gráfica 14. ¿Tiene servicio de jardinería contratado para su empresa o particular?



Gráfica 15. Porcentaje de servicios de jardinería por días contratado.



Gráfica 16. Presupuesto de pago por día de jardinería



Anexo B. Plan Financiero

Se presenta el consolidado del plan financiero para la empresa Jardines El Olimpo S.A.S. donde se ve las proyecciones de inversiones en costos, ventas y utilidades.

Tabla 8. Diagnóstico de producción positivo

Proyección de ventas año 1			
Producto	Cant a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	54	570.000	30.780.000
Jardines horizontales	48	610.000	29.402.000
Traslado de arboles	18	840.000	15.120.000
Total			75.302.000
Proyección de ventas año 2			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	72	598.500	43.092.000
Jardines horizontales	84	640.500	53.802.000
Traslado de arboles	36	882.000	31.752.000
Total			128.646.000
Proyección de ventas año 3			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	76	628.425	47.508.930
Jardines horizontales	88	672.525	59.316.705
Traslado de arboles	38	926.100	35.006.580
Total			141.832.215
Proyección de ventas año 4			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	79	659.846	52.378.595
Jardines horizontales	93	706.151	65.396.667
Traslado de arboles	40	972.405	38.594.754
Total			156.370.017
Proyección de ventas año 5			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	79	692.839	54.997.525
Jardines horizontales	93	741.459	68.666.501
Traslado de arboles	40	1.021.025	40.524.492
Total			164.188.518

Tabla 10. Proyección de ventas negativo

Proyección de ventas año 1			
Producto	Cant a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	54	570.000	30.780.000
Jardines horizontales	48	610.000	29.402.000
Traslado de arboles	18	840.000	15.120.000
Total			75.302.000
Proyección de ventas año 2			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	72	598.500	43.092.000
Jardines horizontales	84	640.500	53.802.000
Traslado de arboles	36	882.000	31.752.000
Total			128.646.000
Proyección de ventas año 3			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	76	628.425	47.508.930
Jardines horizontales	88	672.525	59.316.705
Traslado de arboles	38	926.100	35.006.580
Total			141.832.215
Proyección de ventas año 4			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	79	659.846	52.378.595
Jardines horizontales	93	706.151	65.396.667
Traslado de arboles	40	972.405	38.594.754
Total			156.370.017
Proyección de ventas año 5			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	79	692.839	54.997.525
Jardines horizontales	93	741.459	68.666.501
Traslado de arboles	40	1.021.025	40.524.492
Total			164.188.518

Tabla 11. Inversiones iniciales para poner en marcha la empresa.

Jardines el Olimpo S.A.S				
Inversión en instalaciones locativas				
Items	Unid/medida	Cant.	V/unitario	V/total
Adecuación local para bodega				
Pintura en vinilo para paredes	Galón	4	50.000	200.000
lamparas para la iluminacion	unidad	10	25.000	250.000
instalaciones electricas (conectores)	unidad	10	3.500	35.000
mano de obra instalaciones electricas	puntos	2	360.000	720.000
Mano de obra pintura	individual	1	500.000	500.000
Subtotal construcción y adecuación lagos				\$ 1.705.000
Jardines el Olimpo S.A.S				
Inversiones en maquinaria, herramientas y mobiliario				
Items	Unid/medida	Cant.	V/unitario	V/total
Palas	unidad	2	50.000	100.000
Juego de herramientas	unidad	5	39.900	199.500
Machete	unidad	5	17.000	85.000
Manguera (100 m)	unidad	1	280.000	280.000
guantes (docenas)	unidad	4	49.900	199.600
Rastrillo	unidad	5	35.000	175.000
Guadaña	unidad	2	1.476.000	2.952.000
Tijeras jardinera	unidad	5	35.000	175.000
Taladro inalambrico	unidad	3	749.000	2.247.000
Martillo	unidad	4	21.500	86.000
Total maquinaria y herramientas				\$ 6.499.100
Jardines el Olimpo S.A.S				
Inversión equipos de oficina				
Items	Unid/medida	Cant.	V/unitario	V/total
Computador	Unidad	2	\$ 850.000	1.700.000
Celular Smartphoe	unidad	2	\$ 850.000	1.700.000
Vehiculo (Camioneta doble cabina con platon)	unidad	1	\$ 35.000.000	35.000.000
Silla ejecutiva	unidad	2	\$ 120.000	240.000
Multifuncional	unidad	1	\$ 800.000	800.000
Software diseño Maya	unidad	1	\$ 1.030.000	1.030.000
archivadores	unidad	1	\$ 400.000	400.000
Total equipos de oficina				\$ 40.870.000

Tabla 12. Ficha técnica servicios

Nombre Empresa	Jardines el olimpo S.A.S.
Ficha Técnica de Productos	
SERVICIO 1	JARDINES VERTICALES
Nombre del Producto	Jardin vertical
Localización	Popayan Cauca
Fabricante	Jardines el olimpo S.A.S
concepto de medicion	m2
jornales por m2	2
Precio (de venta por m2)	\$ 570.000
Fuente: elaboración propia	
Nombre Empresa	Jardines el Olimpo S.A.S
Ficha Técnica de Servicios	
Servicio 2	JARDINES VERTICALES
Nombre del Producto	Jardin Horizontal
Localización	Popayan Cauca
Fabricante	Jardines el Olimpo S.A.S
Concepto de medicion	M2
Jornales por m2	2
Precio (de venta por m2)	\$ 610.000
Fuente: elaboración propia	
Nombre Empresa	Jardines el Olimpo S.A.S
Ficha Técnica de Servicios	
Servicio 3	TRASLADO DE ARBOLES
Nombre del Producto	TRASLADO DE ARBOLES
Producto elaborado y empacado en:	Popayan Cauca
Fabricante	Jardines el Olimpo S.A.S
Concepto de medicion	Individuo
jornales	3
Precio (de venta por individuo)	\$ 840.000

Tabla 13. Plan de producción anual

Jardines el olimpo S.A.S						
Plan de producción proyectado anual						
Producto	Unidad de medida	Unidades totales año 1	Unidades totales año 2	Unidades totales año 3	Unidades totales año 4	Unidades totales año 5
Jardines verticales	Metro cuadrado	126	108	113	119	119
Jardines horizontales	Metro cuadrado	66	84	88	93	93
Traslado de arboles	Individuo	36	36	38	40	40
Total Prodn/año		228	228	239	251	251

Tabla 14. Proyección de ventas año 1.

Proyección de ventas año 1			
Producto	Cant a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	126	570.000	71.820.000
Jardines horizontales	66	610.000	40.504.000
Traslado de arboles	36	840.000	30.240.000
Total			142.564.000

Tabla 15. Aporte de capital por los emprendedores.

Aporte de los emprendedores				
Concepto	U. Medida	Cantidad	V unitario	V total
Aporte socio 1 Estephania Peña		50%	120.000.000	60.000.000
Aporte socio 2 Pablo Meneses		50%	120.000.000	60.000.000
Total				\$ 120.000.000

Tabla 16. Rentabilidad año a año Jardines el olimpo S.A.S.

Proyección rentabilidad año a año					
Año	Capital	inversión + costos fijos	Diferencia	Ventas	Ganancias
1	120.000.000	143.454.100	- 23.454.100	142.564.000	-890.100
2	- 890.000	143.454.100	142.564.100	150.192.000	7.627.900
3	7.627.900	143.454.100	151.082.000	165.586.680	14.504.680
4	14.504.680	143.454.100	157.958.780	182.559.315	24.600.535
5	24.600.535	143.454.100	168.054.635	191.687.280	23.632.646

Tabla 17. Costos fijos

Nombre de la empresa		Jardines el Olimpo S.A.S		
Costos mano de obra Diercta e Indirecta				
Items	Asignación mensual	No meses	Total anual	
Mano Obra Directa				
Operario 1	1.500.000	12	18.000.000	
Operario 2	1.500.000	12	18.000.000	
Operario 3	1.500.000	12	18.000.000	
	4.500.000		54.000.000	
Mano Obra Indirecta				
Administrador empresa (Prestación de servicios)	1.300.000	12	15.600.000	
Contador (Contrato por prestación de servicios)	300.000	12	3.600.000	
Secretaria	1.020.000	12	12.240.000	
Total M.O.Indirecta	2.620.000		31.440.000	
Nombre de la empresa		Jardines el Olimpo S.A.S		
Costos de servicios				
Items	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Instalaciones	Mes	12	-	-
Mantenimiento maquinaria (mensual)	servicio	12	200.000	2.400.000
Servicios públicos	Mes	12	500.000	6.000.000
Papelería y útiles de oficina	global	2	150.000	300.000
Dotacion para personal (Trimestral)	Unidad	3	80.000	240.000
Total				8.940.000

Tabla 18. Ficha técnica servicios

Nombre Empresa	Jardines el olimpo S.A.S.
Ficha Técnica de Productos	
SERVICIO 1	JARDINES VERTICALES
Nombre del Producto	Jardin vertical
Localización	Popayan Cauca
Fabricante	Jardines el olimpo S.A.S
concepto de medicion	m2
jornales por m2	2
Precio (de venta por m2)	\$ 570.000
Fuente: elaboración propia	
Nombre Empresa	Jardines el Olimpo S.A.S
Ficha Técnica de Servicios	
Servicio 2	JARDINES VERTICALES
Nombre del Producto	Jardin Horizontal
Localización	Popayan Cauca
Fabricante	Jardines el Olimpo S.A.S
Concepto de medicion	M2
Jornales por m2	2
Precio (de venta por m2)	\$ 610.000
Fuente: elaboración propia	
Nombre Empresa	Jardines el Olimpo S.A.S
Ficha Técnica de Servicios	
Servicio 3	TRASLADO DE ARBOLES
Nombre del Producto	TRASLADO DE ARBOLES
Producto elaborado y empackado en:	Popayan Cauca
Fabricante	Jardines el Olimpo S.A.S
Concepto de medicion	Individuo
jornales	3
Precio (de venta por individuo)	\$ 840.000

Tabla 19. Costo servicio por unidad (metros cuadrados) Jardines verticales

Jardines el Olimpo S.A.S		Jardines verticales			
Costos de servicio por m2		Metro cuadrado			
Servicio 1:		Metro cuadrado			
Presentación		Metro cuadrado			
Insumos	Presentación	Cantidad	V/unitario	V/total	
contenedor bricomed con riego incorporado	unidad	2,00	40.000	80.000	
listones de madera pino (3 metros largo x 8cm ancho)	unidad	1,20	12.000	14.400	
Tornillos drywall	unidad	100,00	25	2.500	
Tierra compostada	kilo	14,00	2.300	32.200	
Chasos de anclaje	unidad	12,00	1.200	14.400	
Tuberia (1/2 pulgada pvc x 6 M)	unidad	2,00	8.700	17.400	
Material vegetal	unidad	16,00	7.900	126.400,00	
Conexión acometida agua	unidad	1,00	80.000	80.000	
Acabados y aseo final	unidad	1,00	60.000	60.000,00	
total insumos				427.300	
Mano de obra directa					
Operario 1 (Adecuacion anclaje, instalacion contenedroes y sistema de riego)	jornal	1	45.000	45.000	
Operario 2 (conexión acometida agua, instalacion material vegetal, acabados)	jornal	1	50.000	50.000	
Total Jornales				95.000	
Total mano de obra directa + insumos				522.300	

Tabla 20. Relación de costos por unidad (metro cuadrado) Jardines verticales

Jardines el Olimpo S.A.S						
Ficha Técnica de Servicio						
Servicio 1:		Jardines verticales				
Valor total por metro cuadrado para cada año						
Insumos	Present.	V/m2 año1	V/m2 año2	V/m2 año3	V/m2 año4	V/m2 año5
contenedor bricomed con riego incorporado	unidad	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
listones de madera pino (3 metros largo x 8cm ancho)	unidad	14.400	15.120	15.876	16.670	17.503
Tornillos drywall	unidad	2.500	2.625	2.756	2.894	3.039
Tierra compostada	kilo	32.200	33.810	35.501	37.276	39.139
Chasos de anclaje	unidad	14.400	15.120	15.876	16.670	17.503
Tubería (1/2 pulgada pvc x 6 M)	unidad	17.400	18.270	19.184	20.143	21.150
Material vegetal	unidad	126.400	132.720	139.356	146.324	153.640
Conexión acometida agua	unidad	80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
Acabados y aseo final	unidad	60.000	63.000	66.150	69.458	72.930
total insumos	0	427.300	448.665	471.098	494.653	519.386
Mano de obra directa						
Operario 1 (Adecuacion anclaje, instalacion contenedroes y sistema de riego)	jornal	45.000	47.250	49.613	52.093	54.698
Operario 2 (conexión acometida agua, instalacion material vegetal, acabados)	jornal	50.000	52.500	55.125	57.881	60.775
total insumos		95.000	99.750	104.738	109.974	115.473
COSTOS TOTALES		522.300	548.415	575.836	604.628	634.859

Tabla 21. Costo por metro cuadrado Jardines horizontales

Jardines el Olimpo S.A.S		Jardines el Olimpo S.A.S.			
Costos de servicio por m2		Jardines horizontales			
Servicio:2		Metro cuadrado			
Presentación		Metro cuadrado			
Insumos	Presentación	Cantidad	V/unitario	V/total	
Adecuacion zona de construccion	m2	1	120.000	120.000	
Sistema de riego y drenaje de agua	ML	1	14.000	14.000	
Agregacion de tierra	kilos	45	2.300	103.500	
Material vegetal	unidad	10	12.000	120.000	
Conexión de acometida agua	unidad	1	95.000	95.000	
Total insumos				452.500	
Mano de obra directa:					
Op 1 (adecuacion zona de onstruccion, sistema de riego y drenaje de agua)	Jornal	1	40.000	40.000	
Op 2 (Aragacion de tierra, instalacion de material vegetal, conexión de acometida)	jornal	1	40.000	40.000	
Total jornales				80.000	
Total mano de obra directa + insumos				532.500	

Tabla 22. Relación de costos por unidad (metro cuadrado) Jardines Horizontales.

Jardines el Olimpo S.A.S						
Ficha Técnica de Servicios						
Servicio 2:		Jardines horizontales				
Valor total por metro cuadrado para cada año						
Insumos	Present.	V/m2 año1	V/m2 año2	V/U año3	V/U año4	V/U año5
Adecuacion zona de construccion	m2	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861
Sistema de riego y drenaje de agua	ML	14.000	14.700	15.435	16.207	17.017
Agregacion de tierra	kilos	103.500	108.675	114.109	119.814	125.805
Material vegetal	unidad	120.000	126.000	132.300	138.915	145.861
Conexión de acometida agua	unidad	95.000	99.750	104.738	109.974	115.473
total insumos		452.500	475.125	498.881	523.825	550.017
Mano de obra directa:						
Op 1 (adecuacion zona de onstruccion, sistema de riego y drenaje de agua)	Jornal	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620
Op 2 (Aragacion de tierra, instalacion de material vegetal, conexión de acometida)	jornal	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620
Total jornales		80.000	84.000	88.200	92.610	97.241
COSTOS TOTALES		532.500	559.125	587.081	616.435	647.257

Tabla 23. Costo traslado por individuo.

Jardines el Olimpo S.A.S				
Costos traslado por individuo				
Servicio 3:		Traslado de arboles		
Presentación		Individuo		
Insumos	Presentación	Cantidad	V/unitario	V/total
Alquiler de maquina (excavaciones)	hora	2	115.000	230.000
Equipo de anclaje (cables de acero)	unidad	1	225.000	225.000
Alquiler de grua (traslado)	hora	2	95.000	190.000
Total insumos				645.000
Mano de obra directa:				
Operario 1 (maquina de excavacion)	jornal	1	40.000	40.000
Operario 2 (grua de traslado)	jornal	1	40.000	40.000
Operario 3 (instalador de cables de anclaje, supervisor de labores)	jornal	1	50.000	50.000
Total jornales				130.000
Total mano de obra directa + insumos				775.000

Tabla 24. Relación de costos por traslado de individuo.

Jardines el Olimpo S.A.S						
Ficha Técnica de Productos						
Producto:	Traslado de arboles					
Valor unitario por indicidio para cada año						
Insumos	Present.	V/U año1	V/U año2	V/U año3	V/U año4	V/U año5
Alquiler de maquina (excavaciones)	hora	230.000	241.500	253.575	266.254	279.566
Equipo de anclaje (cables de acero)	unidad	225.000	236.250	248.063	260.466	273.489
Alquiler de grua (traslado)	hora	190.000	199.500	209.475	219.949	230.946
total insumos		645.000	677.250	711.113	746.668	784.002
Mano de obra directa:						
Operario 1 (maquina de excavacion)	jornal	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620
Operario 2 (grua de traslado)	jornal	40.000	42.000	44.100	46.305	48.620
Operario 3 (instalador de cables de anclaje, supervisor de labores)	jornal	50.000	52.500	55.125	57.881	60.775
Total jornales		130.000	136.500	143.325	150.491	158.016
COSTOS TOTALES		775.000	813.750	854.438	897.159	942.017

Tabla 25. Plan de producción anual.

Jardines el olimpo S.A.S						
Plan de producción proyectado anual						
Producto	Unidad de medida	Unidades totales año 1	Unidades totales año 2	Unidades totales año 3	Unidades totales año 4	Unidades totales año 5
Jardines verticales	Metro cuadrado	126	108	113	119	119
Jardines horizontales	Metro cuadrado	66	84	88	93	93
Traslado de arboles	Individuo	36	36	38	40	40
Total Prodn/año		228	228	239	251	251

Tabla 26. Plan de producción año 1

PLAN DE M2 TERMINADOS + INDIVIDUOS													
Año 1	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Totales
Jardines verticales	7	8	8	9	10	11	11	12	13	13	13	13	126
Jardines horizontales	4	4	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	66
Traslado de arboles	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	36

Tabla 27. Plan de producción año 2

PLAN DE M2 TERMINADOS + INDIVIDUOS													
Año 2	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total venta
Jardines verticales	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	108
Jardines horizontales	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84
Traslado de arboles	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36

Tabla 28. Plan de producción año 3.

PLAN DE M2 TERMINADOS + INDIVIDUOS													
Año 3	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total venta
Jardines verticales	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	113
Jardines horizontales	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	88
Traslado de arboles	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38

Tabla 29. Plan de producción año 4.

PLAN DE M2 TERMINADOS + INDIVIDUOS													
Año 4	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total venta
Jardines verticales	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	119
Jardines horizontales	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	93
Traslado de arboles	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40

Tabla 30. Plan de producción año 5.

PLAN DE M2 TERMINADOS + INDIVIDUOS													
Año 5	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total venta
Jardines verticales	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	125
Jardines horizontales	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	97
Traslado de arboles	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42

Tabla 31. Proyección de ventas año 1.

Proyección de ventas año 1			
Producto	Cant a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	126	570.000	71.820.000
Jardines horizontales	66	610.000	40.504.000
Traslado de arboles	36	840.000	30.240.000
Total			142.564.000

Tabla 32. Proyección de ventas año 2.

Proyección de ventas año 2			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	108	598.500	64.638.000
Jardines horizontales	84	640.500	53.802.000
Traslado de arboles	36	882.000	31.752.000
Total			150.192.000

Tabla 33. Proyección de ventas año 3.

Proyección de ventas año 3			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	113	628.425	71.263.395
Jardines horizontales	88	672.525	59.316.705
Traslado de arboles	38	926.100	35.006.580
Total			165.586.680

Tabla 34. Proyección de ventas año 4.

Proyección de ventas año 4			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	119	659.846	78.567.893
Jardines horizontales	93	706.151	65.396.667
Traslado de arboles	40	972.405	38.594.754
Total			182.559.315

Tabla 35. Proyección de ventas año 5.

Proyección de ventas año 5			
Producto	cantidad a vender año	Precio venta	Total ventas en pesos
Jardines verticales	119	692.839	82.496.288
Jardines horizontales	93	741.459	68.666.501
Traslado de arboles	40	1.021.025	40.524.492
Total			191.687.280

Tabla 36. Aporte de capital por los emprendedores

Aporte de los emprendedores				
Concepto	U. Medida	Cantidad	V unitario	V total
Aporte socio 1 Estephania Peña		50%	120.000.000	60.000.000
Aporte socio 2 Pablo Meneses		50%	120.000.000	60.000.000
Total				\$ 120.000.000

Tabla 37. Rentabilidad año a año Jardines El Olimpo S.A.S

Proyección rentabilidad año a año					
Año	Capital	inversión + costos fijos	Diferencia	Ventas	Ganancias
1	120.000.000	143.454.100	- 23.454.100	142.564.000	-890.100
2	- 890.000	143.454.100	142.564.100	150.192.000	7.627.900
3	7.627.900	143.454.100	151.082.000	165.586.680	14.504.680
4	14.504.680	143.454.100	157.958.780	182.559.315	24.600.535
5	24.600.535	143.454.100	168.054.635	191.687.280	23.632.646