

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE  
BOLSOS PARA DAMA ELABORADOS A BASE DE BOLSAS PLÁSTICAS  
RECICLABLES EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA  
METROPOLITANA.**

**MORALES PLATA NHORA PIEDAD**

**CÓDIGO: 981302**

**VARGAS DUGARTE NUBIA ASTRID**

**CÓDIGO: 2035127**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA**

**2009**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE  
BOLSOS PARA DAMA ELABORADOS A BASE DE BOLSAS PLÁSTICAS  
RECICLABLES EN EL MUNICIPIO DE BUCARAMANGA Y SU ÁREA  
METROPOLITANA.**

**MORALES PLATA NHORA PIEDAD**

**CÓDIGO: 981302**

**VARGAS DUGARTE NUBIA ASTRID**

**CÓDIGO: 2035127**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar al título de  
Profesional en Gestión Empresarial**

**Director:**

**ING. ALBERTO PINEDA LÓPEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2009**

## **AGRADECIMIENTOS**

La culminación de esta etapa de nuestras vidas llena de alegría a quienes con su apoyo nos fortalecieron paso a paso y nos alentaron en los momentos de duda lo mismo que se alegraron con nosotros en épocas de triunfo, al Todopoderoso una alabanza de acción de gracias por permitirnos avanzar en el camino y la plegaria por que su luz nos acompañe en cada una de las decisiones como profesionales, a nuestras familias que con su calor abrigaron la esperanza de la meta que se está cumpliendo, a los tutores que con su conocimiento supieron guiarnos de la mejor manera y a todos quienes de una forma u otra aportaron para que pudiésemos cumplir con este objetivo.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN	1
1. GENERALIDADES	2
1.1. ORIGEN DEL BOLSO	2
1.1.1. Historia	3
1.2. SECTOR BOLSOS INFORMALES Y ARTESANÍAS	5
1.3. CONTEXTO GEOGRÁFICO	8
1.3.1. Historia de Bucaramanga y su área Metropolitana.	8
1.3.2. Bucaramanga: Generalidades:	9
1.3.2.1. Límites	9
1.3.2.3. Características generales del territorio y suelos	9
1.3.2.4. Climatología y Superficie	10
1.3.2.5. Orografía	10
1.3.2.6. Hidrografía	10
1.3.2.7. Economía de Bucaramanga	10
1.3.3. Floridablanca	11
1.3.4. Piedecuesta	11
1.3.5. Girón	12
1.4. MARCO LEGAL	13
1.4.1. Código sustantivo del trabajador	13
1.4.2 Código de comercio	14
1.4.3 POT.	14
1.4.4. Régimen Tributario	15
1.4.5 Normatividad ambiental:	15

2. ESTUDIO DE MERCADOS	16
2.1 OBJETIVOS	16
2.1.1 General	16
2.1.2 Específicos	16
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	17
2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto.	17
2.2.2 Productos Sustitutos	23
2.2.3 Productos Complementarios	23
2.2.4 Atributos del Producto	23
2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	25
2.3.1 Mercado potencial	25
2.3.2 Mercado Objetivo	25
2.4 DEMANDA	25
2.4.1 Investigación De Mercados	25
2.4.1.1 Planteamiento del Problema:	25
2.4.1.2 Necesidades de información:	27
2.4.1.3. Ficha técnica (Véase cuadro 1)	28
2.4.1.4 Tabulación Y Presentación De Resultados:	30
2.4.2 Estimación de la Demanda	48
2.4.2.1 Evolución histórica de la Demanda.	48
2.4.2.2. Demanda Actual.	48
2.4.2.3. Proyección de la demanda	49
2.5 LA OFERTA	50
2.5.2 Oferta Actual.	51
2.5.3 Proyección de la Oferta.	51
2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia	51
2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.	55
2.6.1. Estructura de los canales actuales	55
2.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.	56

2.6.3 Selección de los canales de comercialización	57
2.7. PRECIO	57
2.7.1. Análisis de precios	57
2.7.2 Estrategia de fijación de precios	58
2.8 PLUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	59
2.8.1 Objetivo	59
2.8.2 Logotipo.	59
2.8.3 Lema. “Innovate y ponte a la moda con bolsos a base de bolsa plástica”.	60
2.8.4 Análisis de Medios	60
2.8.5 Selección de medios	61
2.8.6 Estrategia Publicitaria	62
2.8.7 Presupuesto de publicidad y promoción	63
2.8.7.1 De Lanzamiento	63
2.8.7.2 De Operación	63
2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	64
3. ESTUDIO TECNICO	66
3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	66
3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto	66
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto:	66
3.1.3. Capacidad el Proyecto	67
3.1.3.1 Capacidad total diseñada	67
3.1.3.2 Capacidad instalada	67
3.1.3.3 Capacidad Utilizada y proyectada	68
3.2. LOCALIZACIÓN	69
3.2.1 Macro localización	69
3.2.2 Micro localización.	69
3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO	72
3.3.1 Descripción del proceso para la elaboración del bolso hecho en bolsa plástica reciclable.	72

3.3.2. Diagrama de operación, proceso y procedimiento.	74
3.3.3 Control de Calidad.	76
3.3.4. Recursos	78
3.3.4.1 Recurso Humano	78
3.3.4.2 Recurso Físico	78
3.3.4.3 Recursos de Materia prima y Cif	81
3.3.5. Distribución de la planta	82
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	83
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	85
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN (TIPO DE EMPRESA).	85
4.1.1 Constitución legal.	85
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	87
4.2.1 Misión.	87
4.2.2 Visión.	87
4.2.3 Objetivos.	88
4.2.4 Principios corporativos	89
4.2.5. Políticas.	90
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	91
4.3.1 Organigrama	94
4.3.2 Descripción y perfil de cargos:	95
4.3.3 Asignación salarial	101
5. ESTUDIO FINANCIERO	102
5.1 INVERSIONES	102
5.1.1 Inversión fija	102
5.1.1.1. Construcción y adecuación	102
5.1.1.2 Maquinaria y equipo:	103
5.1.1.3 Muebles y Enseres:	103
5.1.1.4 Equipo de Oficina:	104

5.1.1.5 Herramientas:	104
5.1.1.6 Total inversión fija	104
5.1.2 inversión diferida.	105
5.1.3 Inversión de capital de trabajo.	105
5.1.3.1 Costo de producción:	106
5.1.3.2 Gastos de Administración y ventas:	107
5.1.3.3 Total capital de trabajo	107
5.2 COSTOS	108
5.2.1 Costos Variables y Costos Fijos.	108
5.2.1.1 Costos Variables.	108
5.2.1.2 Costos Fijos.	108
5.2.2 Precio de venta.	109
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	109
5.3.1 Egresos proyectados.	109
5.3.2 Ingresos proyectados.	110
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	110
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	111
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	111
5.7 BALANCE GENERAL	112
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	113
6.1 EVALUACIÓN ECONÓMICO- SOCIAL	113
6.2 IMPACTO AMBIENTAL	114
6.3 EVALUACION FINANCIERA	115
6.3.1 Valor presente neto	116
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR	117
6.3.3 Período de recuperación	118
6.3.4 Análisis de las razones financieras	118
7. CONCLUSIONES	119

RECOMENDACIONES	122
BIBLIOGRAFÍA	123
ANEXOS	124

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Ficha Técnica. Opinión de las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana.	28
Cuadro 2. Opinión de las mujeres de Bucaramanga sobre el uso del bolso.	30
Cuadro 3. Clase de material que las mujeres de Bucaramanga prefieren a la hora de comprar bolsos.	31
Cuadro 4. Preferencia de Establecimiento donde se adquieren los bolsos.	32
Cuadro 5. Nombre del establecimiento de compra	33
Cuadro 6. Concepto sobre marca preferida del bolso	34
Cuadro 7. Opinión sobre el precio que han pagado por un bolso informal	35
Cuadro 8. Opinión sobre inconvenientes de compra en bolsos informales.	36
Cuadro 9. Tipos de inconvenientes en compra en bolsos informales	36
Cuadro 10. Existencia de otra fábrica de bolsos en Bucaramanga y su área	37
Cuadro 11. Aceptación del bolso elaborado en bolsa plástica.	38
Cuadro 12. Opinión sobre calificación del producto exhibido.	39
Cuadro 13. Precio sugerido del bolso elaborado en bolsa plástica	41
Cuadro 14. Opinión sobre la cantidad de bolsos a comprar en un año.	42
Cuadro 15. Estilo preferido del bolso.	43
Cuadro 16. Opinión del tamaño del bolso.	44
Cuadro 17. Preferencias de color del bolso.	45
Cuadro 18. Opinión sobre sugerencias	46
Cuadro 19. Preferencia de ubicación del punto de venta o fábrica.	47
Cuadro 20. Evolución histórica de la población de mujeres del área Metropolitana.	48
Cuadro 21. Cálculo de la proyección anual de mujeres.	49
Cuadro 22. Proyección de crecimiento poblacional	49
Cuadro 23. Proyección de la demanda de bolsos	50

Cuadro 24. Número de establecimientos que producen y/o comercializan bolsos informales en Bucaramanga y su área metropolitana, durante los últimos 6 años	50
Cuadro 25. Proyección del número de establecimientos que ofertan de bolsos informales.	51
Cuadro 26. Publicidad de lanzamiento	63
Cuadro 27. Publicidad de operación	64
Cuadro 28 . Capacidad instalada	67
Cuadro 29. Capacidad Utilizada.	68
Cuadro 30. Producción anual de bolsos.	68
Cuadro 31. Ponderación de factores	71
Cuadro 32. Determinación de la Ubicación	71
Cuadro 33. Diagrama de proceso elaboración del bolso Tulipán.	74
Cuadro 34. Diagrama de proceso elaboración del bolso Margarita	75
Cuadro 35. Diagrama de proceso elaboración del bolso Blue Moon.	76
Cuadro 36. Maquinaria y equipo	78
Cuadro 37. Muebles y Enseres	78
Cuadro 38. Equipo de oficina	79
Cuadro 39. Herramientas	79
Cuadro 40. Materia prima para la producción	81
Cuadro 41. CIF	81
Cuadro 42. Distribución de planta	82
Cuadro 43. Costos de constitución	87
Cuadro 44. Asignación salarial	101
Cuadro 45. Construcción y adecuación	102
Cuadro 46. Maquinaria y equipo	103
Cuadro 47. Muebles y Enseres	103
Cuadro 48. Equipo de oficina	104
Cuadro 49. Herramientas	104
Cuadro 50. Total inversión fija	104

Cuadro 51. Depreciación Inversión fija	105
Cuadro 52. Inversión diferida	105
Cuadro 53. Materia Prima.	106
Cuadro 54. Mano de Obra.	106
Cuadro 55. CIF	107
Cuadro 56. Gastos de Administración y ventas	107
Cuadro 57. Total de capital de trabajo	108
Cuadro 58. Costos Variables	108
Cuadro 59. Costos Fijos	108
Cuadro 60. Precio de Venta	109
Cuadro 61. Egresos proyectados	109
Cuadro 62. Ingresos proyectados	110
Cuadro 63. Flujo de Caja proyectado	111
Cuadro 64 Estado de Resultados	112
Cuadro 65. Balance General Proyectado	112
Cuadro 66. Razones financieras	118

## LISTA DE GRAFICAS

	<b>Pág.</b>
Gráfico 1. Opinión de las mujeres de Bucaramanga sobre el uso del bolso.	30
Gráfico 2. Material de preferencia para la elaboración del bolso	31
Gráfico 3. Opinión de preferencia a la hora de escoger el establecimiento de compra.	32
Gráfico 4. Nombre del establecimiento de compra.	33
Gráfico 5. Concepto sobre marca preferida	34
Gráfico 6. Opinión sobre el precio que han pagado por un bolso informal	35
Gráfico 7. Opinión sobre inconvenientes en la compra de bolsos informales.	36
Gráfico 8. Tipos de inconvenientes en compra en bolsos informales.	37
Gráfico 9. Existencia de otra fábrica de bolsos en bolsa plástica en Bucaramanga y su área.	38
Gráfico 10. Aceptación del bolso elaborado en bolsa plástica.	39
Gráfico 11. Opinión sobre calificación del producto exhibido.	40
Gráfico 12. Precio sugerido del bolso elaborado en bolsa plástica	41
Gráfico 13. Opinión sobre la cantidad de bolsos a comprar en un año	42
Gráfico 14. Estilo preferido del bolso.	43
Gráfico 15. Opinión del tamaño del bolso.	44
Gráfico 16. Preferencia de color	45
Gráfico 17. Opinión sobre sugerencias	46
Gráfico 18. Preferencia de Ubicación del punto de venta o fábrica.	47

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Diseño Margarita	19
Figura 2. Diseño Blue Moon	20
Figura 3. Diseño Tulipán	21
Figura 4. Tejido de los bolsos	22
Figura 5 . Canal directo.	56
Figura 6 . Canal Indirecto	56
Figura 7. Canal seleccionado.	57
Figura 8. Logotipo	60
Figura 9. Máquina tejedora	79
Figura 10. Máquina cortadora	80
Figura 11. Plano de distribución de la planta de producción.	82
Figura 12. Organigrama Plasty bolsos Ltda.	94

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. Cuestionario Prueba Piloto	125
ANEXO B. Pantallazo DANE, Censo 2005	130

## RESUMEN

**TITULO:** “Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Productora De Bolsos Para Dama Elaborados A Base De Bolsas Plásticas Reciclables En El Municipio De Bucaramanga Y Su Área Metropolitana.” \*

**AUTOR(ES):** MORALES PLATA NHORA PIEDAD  
VARGAS DUGARTE NUBIA ASTRID\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Pespuntar, Atuendo, austeridad, torno, mochila, artesanías

### CONTENIDO

Para la realización de este proyecto se elaboró un estudio de mercados que permitió saber que comercialmente es viable la puesta en marcha de la empresa objeto de estudio dado que la población observa con buenos ojos su creación y con grandes expectativas de adquirir un producto novedoso a bajo precio, además de ser una empresa naciente en la zona para el resto del departamento.

El 85% de ellas utiliza cualquier clase de bolso a la hora de salir; esto indica que la mayoría de las mujeres de Bucaramanga usan bolso. A la hora de escoger el material de los bolsos, las mujeres de Bucaramanga y su área metropolitana, prefieren que sea de tela en un 44%, seguido de otros materiales con un 31%.

Este resultado demuestra la oportunidad que se presenta en la respuesta de otros materiales donde se pueden ubicar materiales como sintéticos, cuero, gamuza, bolsas plásticas y otros más.

El estudio técnico: Los bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable vienen en tres diseños diferentes, bolso Tulipán (estilo mochila) , bolso Margarita (estilo cuadrado) y bolso Blue Moon (estilo ovalado) los cuales se diseñaron teniendo en cuenta la gusto de la demanda y la disponibilidad del material. Además, traen consigo una serie de accesorios adicionales como botones, hebillas, piedras decorativas, bordados, accesorios en plástico, etc. Los tamaños van de acuerdo al gusto de los clientes. La materia prima está al alcance de la empresa, los proveedores suministrarán el poliuretano de baja densidad reciclable en lotes de cuatro colores, de estos dependerá cada uno de los tres diseños que la empresa producirá.

En síntesis, todos los estudios realizados a esta factibilidad tomando como básico el estudio de mercados, la muestran como posible, productiva y original.

---

\* Proyecto de grado

\*\* Universidad Industrial de Santander Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Dr. Alberto Pineda Lopez

## SUMMARY

**TITULO:** "Factibilidad Para La Creación De Una Empresa Productora De Bolsos Para Dama Elaborados A Base De Bolsas Plásticas Reciclables En El Municipio De Bucaramanga Y Su Área Metropolitana." \*

**AUTOR(ES):** MORALES PLATA NHORA PIEDAD  
VARGAS DUGARTE NUBIA ASTRID\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Pespuntar, Atuendo, austeridad, torno, mochila, artesanías

### CONTENT

For the realization of this project was a study of markets to know that it is commercially viable to launch the company under study since the population welcomed the birth and have expectations of acquiring a new product at a low price, plus from being a novelty for the rest of the department.

85% of them used any kind of bag when you leave, indicating that most women use Bucaramanga bag. In choosing the material of the bags, the women of Bucaramanga and its metropolitan area, they prefer to be woven in 44%, followed by other materials to 31%.

This result demonstrates the opportunity that is presented in response other materials where you can locate such materials as synthetic leather, suede, plastic bags and more.

By showing one of the plastic bags to the respondents, had a 97% acceptance. This view leads to the conclusion that at the time of launching the product to market will have a high percentage of the purchase.

The bags manufactured in recyclable plastic bags come in three different designs, Tulipán bag (backpack style), Margarita bag (square style) bag and Blue Moon (oval style) which were designed taking into account the tastes of demand and availability of material. Also, bring a range of additional accessories such as buttons, buckles, decorative stones, embroidery, accessories, plastic, etc.. The sizes are according to the tastes of customers. The raw material is available to the company, suppliers provide the low-density polyurethane recycled into lots of four colors, these will depend on each of the three designs that the company will produce.

In short, all the feasibility studies on the basic market research, the show as possible, productive and original.

---

\*Grade Work

\*\*Industrial University of Santander Institute of Regional Projection and Education at a Distance Enterprise management. Director: Dr Alberto Pineda Lopez

## GLOSARIO

- **Zurrón** : (Del vasco zorro, saco).

Bolsa grande de pellejo, que regularmente usan los pastores para guardar y llevar su comida u otras cosas.

- **Atuendo**: Del lat. attonitus, asombrado).

Aparato, ostentación. Atavío, vestido.

- **Crinolinas**: Del fr. crinoline, y este del it. crinolino, de crino, crin, y lino, lino).

f. Tejido hecho con urdimbre de crin de caballo.

- **Huso**: (Del lat. fusus).

m. Instrumento manual, generalmente de madera, de forma redondeada, más largo que grueso, que va adelgazándose desde el medio hacia las dos puntas, y sirve para hilar torciendo la hebra y devanando en él lo hilado.

- **Rueca** : (Del germ. \*rōkko).

f. Instrumento que sirve para hilar, y se compone de una vara delgada con un roquero hacia la extremidad superior.

- **Torno**: (Del lat. tornus, y este del gr. τόρνος, giro, vuelta).

m. Máquina que, por medio de una rueda, cigüeña, etc., hace que algo dé vueltas sobre sí mismo, como las que sirven para hilar, torcer seda, devanar, hacer obras de alfarería, etc.

- **Cinto**: (Del lat. cinctus, de cingere, ceñir).

m. Faja de cuero, estambre o seda, que se usa para ceñir y ajustar la cintura con una sola vuelta, y se aprieta con agujetas, hebillas o broches.

- **Enagua:** (De nagua, voz taína).

f. Prenda interior femenina, similar a una falda y que se lleva debajo de esta. retícula.

- **Asa:** (Del lat. ansa).

f. Parte que sobresale del cuerpo de una vasija, de una cesta, de una bandeja, etc., generalmente de forma curva o de anillo, y sirve para asir el objeto a que pertenece.

- **Austeridad:** (Del lat. austeritas, -ātis).

Sobrio, morigerado, sencillo, sin ninguna clase de alardes.

- **Mochila:** (De mochil).

f. Morral de los cazadores, soldados y viandantes.

- **Pespuntar:** (Del lat. post, después, detrás, y punctus, punto).

1. tr. Coser o labrar de pespunte, o hacer pespuntos.

## INTRODUCCIÓN

Como parte importante de la función de la Universidad Industrial de Santander – INSED dentro del programa de Gestión Empresarial, está la formación integral del futuro empresario, por lo cual se decidió trabajar un proyecto de factibilidad que tuviese un componente distintivo del resto de mercado y a su vez que hiciera una contribución (aunque en pequeña escala), al aprovechamiento de residuos plásticos no biodegradables que produce el Área Metropolitana de Bucaramanga, como requisito para el cumplimiento de finalización del ciclo profesional de la carrera de Gestión Empresarial.

Lo anterior se determinó teniendo en cuenta que según estudios realizados por la CDMB, en donde el 11% de los desechos del área Metropolitana constituyen plásticos de mediana y baja densidad es material de sobra aprovechable para generar un negocio con beneficio económico e impacto social y ambiental.

A continuación, se hará un estudio de evaluación completa del proyecto, “Factibilidad para la creación de una empresa productora de bolsos para dama elaborados a base de bolsas plásticas reciclables en el municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana”, tomando en cuenta cada una de sus partes como son: planteamiento y objetivos , los estudios del mercado del área Metropolitana, el estudio técnico, el estudio económico y su respectivo análisis financiero, todo lo anterior teniendo como base lo aprendido durante la carrera de Gestión Empresarial.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1. ORIGEN DEL BOLSO



“Este elemento imprescindible, ahora no sólo para las mujeres, ha sido a lo largo de los siglos un fiel aliado. Comenzó siendo un zurrón confeccionado en piel animal, hoy en día es un complemento práctico y estético el cual es usado generalmente combinado con el atuendo del día y siempre reflejando la personalidad de la mujer.

En la época antigua de las enormes crinolinas y paraguas elegantes en Europa, las mujeres llevaban sus pertenencias en una pequeña bolsita de tela que se ataba sobre el cuerpo por debajo de la ropa, la que sacaban a través de una apertura que tenían en las faldas.

En el año 1.800 se impuso en la moda telas más finas, tallajes más estrechos y vistosos de tal manera que era imposible esconder la bolsa sin que formara un feo bulto en la ropa, por eso comenzaron a usarse bolsos de tela que se colgaban de los brazos o las manos y de esta forma nació la bolsa que conocemos hoy en día”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Revista En mujer, Febrero 2008

### 1.1.1. Historia

“Antes de la llegada de las máquinas, el hilado se hacía a mano con el huso y la rueca, que consistía en una vara en la que se fijaba una porción (llamada copo) de la fibra que iba a ser hilada. La rueca se sostenía con la mano izquierda o se enganchaba en el cinturón. El huso era una pieza más pequeña de forma aproximadamente cónica, que se hacía girar con la mano derecha arrollando el hilo alrededor de él a medida que se iba retorciendo. Alrededor de los siglos XIII y XIV se introdujeron en Europa los tornos de hilar, procedentes de la India, que supusieron una mejora sobre las ruecas. En el torno de hilar, el huso, situado en posición horizontal, se hace girar mediante una rueda impulsada por un pedal, y produce un único hilo. Para obtener un hilo muy fino son necesarios dos hilados. En muchos países en vías de desarrollo, el hilado manual sigue siendo el principal método empleado.”<sup>2</sup>

“Según una reciente encuesta llevada a cabo en el Reino Unido, la media de mujeres en la treintena posee unos 21 bolsos y compra uno nuevo cada tres meses, calculándose que en toda su vida tendrá un total de 111 bolsos.

Sin embargo, a pesar de lo que pueda parecer, el bolso es más que un complemento de moda o un capricho. Los hay de todos los colores, diseños, precios y tamaños, pero todos tienen el mismo objetivo: transportar las pertenencias más queridas y/o necesarias. Su utilidad, desde tiempos remotos ha sido la misma y solo ha cambiado el contenido. La primera mención literaria se remonta al siglo XIV, aunque algunos jeroglíficos egipcios muestran una especie de bolsitas que se llevaban alrededor de la cintura. Los bolsos estaban unidos a lo que se conoce como "cintos", que se ataban alrededor de ésta. Bordados y joyas los adornaban y se utilizaban para mostrar clase social. Cuanto más elaborado fuese mas se demostraba la alta clase. En el S. XVI los bolsos tomaron un papel más práctico con el uso de materiales más comunes como el cuero. También se

---

<sup>2</sup> [www.Wikitravel.Org/wiki/bolso](http://www.Wikitravel.Org/wiki/bolso)

comenzaron a hacer bolsos más grandes de tela para los viajeros, que se llevaban diagonalmente al cuerpo. En el s. XVII comenzó a ser un artículo variado y utilizado por mujeres y hombres, que llevaban pequeños bolsitos con formas más complejas.

Con la llegada del S. XVIII y el estilo neoclásico, desaparece la cantidad de enaguas bajo las faldas de las mujeres. El uso del bolso arruinaría el efecto de la vestimenta, por lo que se empezaron a utilizar pequeños bolsos de mano llamados "retículas".

El término "bolso" comenzó a utilizarse a principios de 1.900 y se refería a los bolsos de mano utilizados por los hombres, tipo maletín. Estos se convirtieron en una inspiración para nuevos bolsos que popularizó el género femenino, incluyendo bolsos con complicados mecanismos de cierre, compartimentos interiores y asas. Así, los joyeros también aportaron lo suyo, añadiéndose compartimentos para las gafas de ópera, cosméticos y abanicos.

Los años veinte trajeron una revolución en cuanto a la vestimenta en general, con las formas de los escotes y el largo de las faldas, y los bolsos no necesariamente tenían que conjuntar con lo puesto. Curiosamente, las señoras de alcurnia tenían muñecas con vestidos exactamente iguales a los suyos y réplicas de cada complemento, incluyendo bolsos, sombreros y zapatos.

En los años cuarenta llegó una nueva austeridad en el vestir con la llegada de la guerra y la idea en mente de economizar marcos de metal, espejos, cremalleras y cuero, pues eran difíciles de encontrar, por lo que los fabricantes comenzaron a utilizar madera y plástico

En los años cincuenta comienzan a surgir las primeras casas de diseñadores importantes, incluyendo Channel, Vuitton y Hermes y ya en los sesenta se deja

atrás el estilo clásico y maduro para dar al bolso una imagen más juvenil. Como se suele decir, copiar es la manera más sincera de admiración, por lo que marcas como Kate Spade, Hermes, Gucci, Coach y Dior han sido ampliamente copiados en diseños y falsificados alrededor del mundo, un ejemplo típico se puede ver en cualquier calle del barrio chino de Nueva York.

En cualquier caso, los bolsos son de todo tipo: caros, baratos, bonitos, feos, nuevos, viejos, gastados, impecables, coloridos, clásicos, prácticos, imprácticos, grandes, pequeños, mochilas, carteras, cómodos, incómodos”.<sup>3</sup>

A través de las décadas el uso del bolso fue cambiando; paulatinamente se fue dejando atrás la exclusividad en cuero y los sintéticos para dar paso a otros materiales como lana, tela, lona, gamuza, fibras, entre otros, los bolsos deportivos se convirtieron en una necesidad para los estudiantes y deportistas.

Uno de los estilos informales que más aceptación tiene en la actualidad son las mochilas que han venido evolucionando a través de la historia. Hoy día, las mochilas son de fibras sintéticas impermeables y ligeras, quedando la resistencia condicionada por la utilización de unos u otros materiales. También ha evolucionado la forma y la estructura de las mochilas para adaptarse mucho mejor a la anatomía humana, apareciendo modernos sistemas de suspensión.

## **1.2. SECTOR BOLSOS INFORMALES Y ARTESANÍAS:**

En la actualidad a nivel Nacional y luego en Santander especialmente en la ciudad de Bucaramanga se ha desarrollado la producción de bolsos tejidos a mano como una actividad paralela a la industria de la marroquinería, que ocupa el tercer lugar en los ingresos del producto interno bruto del departamento representado en calzado, bolsos y otros artículos en cuero en general.

---

<sup>3</sup> [www.elmercurio.cl](http://www.elmercurio.cl).

Con las nuevas leyes y programas que incentivan las exportaciones, la manufactura de bolsos ha tomado un gran auge haciendo innovar a las empresas del sector con nuevos diseños, colores, texturas y el uso de materiales fuera de lo común como cuero teñido de diferentes colores o al natural y seda pespunzada, cuero de cocodrilo o piel de pollo, lonas paño italiano, hilos, lana, croché y macramé entre otros.

Los bolsos tejidos a mano en hilo, fique, lana, iraca, croché son considerados como artesanías porque es una actividad de transformación para la producción creativa de productos específicos que cumplen una función útil la cual se realiza a través de la estructura operativa de los oficios y se lleva acabo en pequeños talleres, con baja división social del trabajo y el predominio de la energía humana, física, mental, generalmente complementada con herramientas y máquinas relativamente simples.

Hasta el momento hay varias empresas comercializadoras de artesanías tejidas en el departamento como Jipi Japa, Artesfibra, Artesander, Artemanía entre otros, las cuales ofrecen bolsos tejidos a mano por artesanas de los municipios como Charalá, San Gil, Guane y Socorro en Santander y quienes realizan esta labor desde la infancia en talleres domésticos usando como materia prima fique, algodón (para hacer el lienzo de la tierra) y lana aunque en menor proporción. Hoy estos artesanos son promovidos por medio de cooperativas para mejorar su salida al mercado. También se debe tener en cuenta que estas comercializadoras traen bolsos y otros productos artesanales tejidos desde Boyacá, Cundinamarca, Antioquia y la costa caribe; estos tejidos normalmente son hechos en caña flecha, hilo de algodón e iraca.

En general, hoy en el área textil, industrial y artesanal se elaboran nuevos productos decorativos como telas para zapatería, tapicería, cortinería, geotextiles

etc. Alfombras y tapetes para “tráfico pesado” y de uso doméstico lencería para comedor, carteras, bolsos y mochilas, cordelería y encajes muñequería etc.

En el estilo de bolsos para estudiantes y deportistas incursiona en Colombia la compañía Nalsani S.A., con su marca TOTTO quien entra a la industria colombiana en 1.987 convirtiéndose en la empresa líder en la fabricación de bolsos informales dominando ampliamente un porcentaje de participación en el mercado.

“En la actualidad las tendencias mundiales de la moda están dando un vuelco total en lo referente al proceso de elaboración de los bolsos debido a que los diseñadores de modas exploran constantemente nuevas alternativas de diseño y manufactura, partiendo de la idea de lo natural de los productos hechos a mano con técnicas tradicionales, por esta razón en algunos países de la comunidad económica Europea y en América del Norte los consideran como artesanías contemporáneas lo que aumenta su valor comercial y los ingresos para sus productos”<sup>4</sup>.

El producto artesanal colombiano tiene la imagen suficiente para justificar su presencia constante en los mercados internacionales .En la actualidad hay 255 empresas en la ciudad de Bucaramanga que han realizado exportaciones anuales individuales a países como Venezuela, Estados Unidos y Europa, según informe del ministerio de comercio exterior entre las cuales se encuentran la elaboración de bolsos tejidos a mano, como exportaciones no tradicionales; éstas a su vez tienen un mercado nacional en 17 departamentos, siendo los más relevantes en la Costa Atlántica y en Santa Fe de Bogotá.

“La mayor concentración de la población artesanal se ubica en las veredas con un 48,35% del total de la población, por encima de las capitales departamentales y de

---

<sup>4</sup> [www.minagricultura.cog.co](http://www.minagricultura.cog.co)

las cabeceras municipales; ya que esta actividad, es realizada en su mayoría por campesinos-artesanos quienes mantienen sus procesos rudimentarios y su escasa tecnicidad.

Las diversas formas para obtener el conocimiento propio de la actividad artesanal se deriva a nivel familiar, en talleres constituidos por los miembros pertenecientes a un mismo núcleo”.<sup>5</sup>

Actualmente el sector de artesanías está mostrando un evidente crecimiento debido a la demanda de productos de ese tipo hacia otros países, se estima que en el 2009 será un año muy productivo para el sector ya que nuestras artesanías Colombianas cuentan con buen reconocimiento a nivel internacional por su calidad, diseños y alta gama de colores que impactan y reflejan nuestras culturas.

### **1.3. CONTEXTO GEOGRÁFICO**

**1.3.1. Historia de Bucaramanga y su área Metropolitana.** Bucaramanga es la capital del departamento de Santander fue fundada el 3 de junio de 1539, por Martín Galeano. La existencia de Santander como estado soberano data de 1857. A partir de 1886 se convierte en departamento, con capital en Bucaramanga. Su territorio es uno de los más montañosos del país por estar atravesado al norte por la cordillera Oriental.

Hoy en día, Bucaramanga es una de las ciudades más importantes de Colombia. Es uno de los centros universitarios más representativos del país, con más de 10 universidades.

---

<sup>5</sup>

[www.minicomercio.gov.co](http://www.minicomercio.gov.co)

Cuenta con un aeropuerto internacional, ubicado a las afueras de la ciudad, una significativa infraestructura hotelera acompañada por un sinnúmero de atractivos turísticos; todo ello, recreado a partir de la conocida hospitalidad de su gente, que le ha otorgado fama internacional como "La Ciudad Bonita".

Los principales medios masivos de comunicación son el periódico Vanguardia Liberal y la cadena televisión TRO (Televisión Regional del Oriente). Cuenta con un muy buen sistema de servicios públicos y se proyecta hacia el siglo XXI como un gran centro industrial, tecnológico, económico y cultural.

### **1.3.2. Bucaramanga: Generalidades:**

Altura (SNM): 960

Temperatura: 25 grados centígrados

Economía: Industria, comercio, agricultura.

Indicativo telefónico: 7 (097)

¿Cómo se llega?: Vía aérea o terrestre.

Distancias y tiempos a Bogotá: Terrestre: 373 Km. / Aéreo: 55 minutos

**1.3.2.1. Límites:** Bucaramanga, capital del Departamento de Santander limita por el Norte con el Municipio de Rionegro; por el Oriente con los Municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el Municipio de Floridablanca y por el Occidente con el Municipio de Girón.

**1.3.2.2. Posición Geográfica:** Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la Cordillera Oriente a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.

**1.3.2.3. Características generales del territorio y suelos:** El área Metropolitana formada por Bucaramanga, Piedecuesta, Florida y Girón está ubicada sobre el

Valle del Río de Oro. Se distingue en ella dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle.

Sus suelos, desde el punto de vista agrológico, se pueden dividir en dos grupos: los primeros, al no tener peligro de erosión, son propicios para el cultivo de gran variedad de productos y el uso para la ganadería. La otra clase de suelos tiene una alta potencialidad erosiva; por esta razón, presenta baja fertilidad y una capa de fertilidad superficial, en algunas situaciones casi nulas.

**1.3.2.4. Climatología y Superficie:** El área municipal es de 165 kilómetros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 959m y sus pisos térmicos se distribuyen en: cálido 55 kilómetros cuadrados; medio 100 kilómetros cuadrados y frío 10 kilómetros cuadrados. Su temperatura media es 23°C y su precipitación media anual es de 1.041 mm.

**1.3.2.5. Orografía:** La topografía de Bucaramanga es en promedio un 15% plana, 30% ondulada y el restante 55% es quebrada. Tres grandes cerros se destacan a lo largo del territorio: Morro Rico, Alto de San José y El Cacique.

**1.3.2.6. Hidrografía:** Los ríos principales son: El Río de Oro y el Suratá y las quebradas: La Flora, Tona, La Iglesia, Quebrada Seca, Cacique, El Horno, San Isidro, Las Navas, La Rosita y Bucaramanga.

**1.3.2.7. Economía de Bucaramanga:** Bucaramanga es una ciudad netamente comercial; aunque existen otros renglones representativos tales como la industria del calzado, la confección, la prestación de servicios de salud, finanzas y educación.

Cabe decir que la ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación

tecnológica en diversos tópicos, como la energía, el gas, el petróleo, la corrosión, los asfaltos, el cuero y las herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros.

Un sector significativo de la economía bumanguesa es el agropecuario, cuyas principales actividades son la agricultura, la ganadería y la avicultura, que se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero su administración y comercialización se desarrollan aquí en la ciudad.

**1.3.3. Floridablanca:** adquirió su vida jurídica el 7 de noviembre de 1817 y fue erigida en Parroquia por el arzobispado con el título de San Juan de Nepomuceno en advocación a este Santo Patrón y en honor a Don José Moñino, Conde de Floridablanca y perteneciente a la Corte Española del rey Carlos III.

**Localización:** Floridablanca se encuentra localizada ocho kilómetros al sur de Bucaramanga, capital de Santander. Al norte limita con los municipios de Bucaramanga y Tona, al oriente con Tona y Piedecuesta, al sur con Piedecuesta y al occidente con Girón y Bucaramanga. Su categoría es primera gracias a que se encuentra certificado para administrar autónomamente la educación y la salud.<sup>6</sup>

**1.3.4. Piedecuesta:** En el año de 1984, se expidió la ordenanza No 048 en la cual se autoriza la entrada del municipio de Piedecuesta al Área Metropolitana de Bucaramanga, lo cual fue formalizado el 2 de marzo de 1985, con el decreto 0332 “Por el cual se integra el municipio de Piedecuesta al Área Metropolitana de Bucaramanga”

**Localización:** Piedecuesta está ubicada a sólo 17 kilómetros al sur de Bucaramanga, limita por el norte con Tona y Floridablanca. Por el sur con Guaca,

---

<sup>6</sup> [www.alcaldiadefloridablanca.com](http://www.alcaldiadefloridablanca.com)

Cepitá, Aratoca y Los Santos. Por el oriente Santa Bárbara. Por el occidente con Girón. Por su ubicación en la Cordillera Oriental, Piedecuesta es un municipio productor de agua, aquí nacen 3 ríos, Oro, Hato y Manco y 12 quebradas.

**1.3.5. Girón:** A impulso de Don FRANCISCO MANTILLA DE LOS RÍOS se fundó la ciudad el 15 de enero de 1.631 y erigida por Real Cédula de FELIPE IV, siendo Presidente del Nuevo Reino de Granada Don SANCHO GIRÓN.

Posteriormente, a causa de una epidemia y una plaga de langostas, la ciudad fue trasladada de lugar el 30 de Diciembre de 1.638 al sitio Macaregua y establecida en el que hoy se encuentra

En toda la mitad del siglo XVIII se formó la parte central de la localidad casi con la extensión que hoy tiene, logrando un desarrollo considerable en la agricultura, el comercio y la cultura. También en el aspecto religioso, debido a que la mayoría de vecinos eran españoles piadosos.

Al terminar el siglo XVII solo existían en la antigua provincia dos poblaciones: la ciudad SAN JUAN ALCALDÍA que era la capital, y el pueblo de BUCARAMANGA. El Gobernador de la Provincia era Don DIEGO MANTILLA DE LOS RÍOS. En 1.857 con la creación del Estado Soberano de SANTANDER, quedó ALCALDÍA en la Provincia de Soto.

Localización: San Juan Girón "**Monumento Nacional**" de Colombia está ubicado en el Departamento de Santander a 7 kilómetros de su capital Bucaramanga y hace parte del Área Metropolitana junto con los municipios de Floridablanca y Piedecuesta. Pertenece a la Provincia de Soto.

Tiene una temperatura promedio de 24° C, una altitud de 777 metros sobre el nivel del mar y una población aproximada de 102.000 habitantes.

Se encuentra a una distancia de 373 Kms de Bogotá, a 532 Km de Santa Marta, a 575 Km de Barranquilla, a 692 Km de Cartagena y a 195 Km de Cúcuta.

Su cabecera está localizada a los 07° 04' 15" de latitud norte y 73° 10' 23" de longitud oeste.

## **1.4. MARCO LEGAL**

### **1.4.1. Código sustantivo del trabajador**

**A. Ley 20 de 1.982** "Artículo 57. En el cual especifica las obligaciones especiales del patrono para con sus trabajadores y así cumplir a cabalidad lo que la ley en materia exige.

Artículo 58. Artículo relacionado a las obligaciones y deberes del trabajador en cuanto al desempeño frente al cargo ejercido en la empresa.

Artículo 59. Artículo en el cual nos habla sobre las prohibiciones de los empleadores para con el empleado.

Artículo 60. En el cual nos habla sobre las prohibiciones de los trabajadores en el desarrollo de sus funciones.

Artículo 127. Nos especifica cuales son los elementos integrales del salario.

Artículo 158. Nos hace claridad que se contempla como jornada de trabajo dentro del marco legal.

Artículo 179. Trabajo dominical y festivo. Nos muestra claramente a que derechos tiene los trabajadores cuando laboran en jornadas que no son consideradas como laborales”.<sup>7</sup>

#### **1.4.2 Código de comercio**

**A. “Ley 16 de 1.968** Artículo 19 y 20 Nos muestra detalladamente las obligaciones que tenemos como comerciantes según la ley.

Artículo 49. Libros del comercio.

**B. Ley 256 de 1.996.** Artículo 33 Artículo en el cual se nombran normas sobre la competencia desleal en el mercado.

**C. Ley 222 de 1995.** Artículo 155. En la cual nos menciona sobre el manejo y distribución de las utilidades en las sociedades.

Artículo 200. Nos habla sobre la responsabilidad de los administradores”.<sup>8</sup>

**1.4.3 POT.** Resolución 595 de 4 de Julio de 2.003. Sobre el concepto ambiental, aprobado por el Consejo Municipal según acuerdo 028 del 18 de diciembre de 2.003 mediante el cual se establecen los proyectos y acciones para preservar el agua, la biodiversidad, bosques, sostenibilidad de los procesos productivos endógenos, calidad de vida urbana, producción limpia y mercados verdes.

---

<sup>7</sup> Código sustantivo de Trabajo  
<sup>8</sup> [www.alcaldiafloridablanca.com](http://www.alcaldiafloridablanca.com)

#### **1.4.4. Régimen Tributario**

**A. “Ley 49 de 1.990.** Artículo 10. Nos hace referencia a los trabajadores independientes no obligados a declarar

**B. Ley 174 de 1.994.** Artículo 598. Hace referencia a la declaración anual de ingresos y patrimonio

**C. Decreto 3020 de 1.997, Decreto 2649 de 1998.** Artículo 600. Menciona sobre el manejo y declaración de las ventas”.<sup>9</sup>

#### **1.4.5 Normatividad ambiental:**

**“Decreto No. 2695 DE 2.000 MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE**

Por medio del cual se reglamenta el artículo 2° de la Ley 511 de 1999.

El Presidente de la República de Colombia, en ejercicio de sus facultades legales y, en especial, las conferidas en el numeral 11 del artículo 189 de la Constitución Política de Colombia, en desarrollo de los artículos 2° y 7° de la Ley 511 de 1999 y  
CONSIDERANDO:

Que en los artículos 34 y 36 del Decreto 2811 de 1974 se determina la importancia de reintegrar al proceso natural y económico los desperdicios sólidos, líquidos y gaseosos provenientes de industrias, actividades domésticas o de núcleos humanos en general, reutilizando sus componentes”<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> [www.alcaldiafloridablanca](http://www.alcaldiafloridablanca)

<sup>10</sup> <http://www.ideam.gov.co:8080/legal/normatividad>

## **2. ESTUDIO DE MERCADOS**

### **2.1 OBJETIVOS**

#### **2.1.1 General**

Realizar un estudio de mercados que permita conocer las condiciones de la demanda, la oferta, proveedores, precios, canales de comercialización y demás variables del mercado, para poder formular las estrategias de mercadeo a través de las cuales se pueda establecer una empresa dedicada a la producción y comercialización de bolsos elaborados a base de bolsa plástica reciclable, en el Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

#### **2.1.2 Específicos**

- Conocer el gusto y preferencias de los compradores, con respecto a los bolsos elaborados a base de bolsa plástica.
- Definir las características, presentación y calidad de los bolsos elaborados a base de bolsa plástica reciclable, para ofrecerlo a los compradores, a través del análisis de las respuestas dadas a las preguntas aplicadas en la encuesta.
- Conocer la tendencia de la demanda en cuanto a los gustos de las mujeres en la utilización de los bolsos elaborados a base de bolsa plástica reciclable. En el Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana
- Cuantificar la oferta existente de los bolsos elaborados a base de bolsa plástica reciclable o sustitutos de este tipo de producto.
- Establecer el mercado potencial y objetivo de los compradores de bolso elaborados a base de bolsa plástica reciclable.

- Conocer los productos sustitutos que pueden llegar a ser la competencia indirecta.
- Establecer una comparación de precios mediante el Shopping de los mismos, tomando como referencia los productores existentes y los productos que comercializan para establecer un precio estándar acorde al mercado
- Determinar las estrategias de publicidad y promoción que se aplicarán para posicionar la empresa al igual que el producto.
- Elaborar la imagen corporativa y comercial de la empresa de acuerdo al objeto social de tal manera que logre un impacto psicológico en los consumidores.
- Apropiar la difusión masiva mediante volantes con un mensaje de interés, perifoneo y divulgación radial local, que permita dar a conocer los bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable.
- Analizar los resultados de la encuesta utilizando la estadística analítica y descriptiva para tomar decisiones acertadas en cuanto al mercado potencial del producto.
- Definir los canales de distribución mas apropiados para este tipo de producto.
- Presupuestar la publicidad y promoción teniendo en cuenta una optimización de recursos.
- Proyectar la demanda de acuerdo a la información obtenida en la aplicación del cuestionario.

## **2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO**

### **2.2.1 Definición, usos y especificaciones del producto.**

Los bolsos tejidos en bolsa plástica de polietileno (termoplástico derivado del petróleo), que se recicla antes de ir a los basureros, se usan para transportar y proteger pertenencias personales, especialmente de las mujeres, allí llevan consigo: maquillaje, billetera, documentos y en algunos casos ropas y utensilios de aseo y otros elementos del diario vivir.

Los bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable vienen en tres diseños diferentes, bolso Tulipán (estilo mochila) , bolso Margarita (estilo cuadrado) y bolso Blue Moon (estilo ovalado). Además, traen consigo una serie de accesorios adicionales como botones, hebillas, piedras decorativas, bordados, accesorios en plástico, etc.

Los tamaños que cuentan con más aceptación por parte de las consumidoras son el grande y el mediano (cuadro 15). Si embargo, la empresa producirá y comercializará sus bolsos en tamaño mediano por ser este el de mayor demanda en este mercado.

Las especificaciones son las siguientes:

**Nombre del diseño:** Margarita (cuadrado)

**Materiales:** Poliuretano reciclado

**Dimensiones:** 25cm ancho x 35 cm alto (Mediano)

**Usos:** Mochila uso femenino informal

**Nº de piezas tejidas:** 4

**Accesorios:** Botón, aplicación.

**Características internas:** Forro en tela y bolsillo con cierre para mayor seguridad.

**Colores:** Combinaciones amarillo con blanco y amarillo con rojo

**Recomendaciones:** No frotar, no exponer a altas fuentes de calor, no usar plancha, fácil lavado.

**Descripción:** Margarita es un diseño informal, muy femenino, de corte cuadrado tipo mochila que combina los colores amarillo y blanco tal como se ven en la figura.



Figura 1. Diseño Margarita

<b>Nombre del diseño:</b>	<b>Blue Moon (ovalado)</b>
<b>Materiales:</b>	Poliuretano reciclado
<b>Dimensiones:</b>	Diámetro 40cm * 30cm (mediano)
<b>Usos:</b>	Bolso femenino usos varios
<b>Nº de piezas tejidas:</b>	3
<b>Accesorios:</b>	Aplicación imagen gato (lona), fondo separador de las dos

piezas tejidas en lona

**Características internas:** Forro en tela y bolsillo con cierre para mayor seguridad.

**Colores:** Azul y blanco

**Recomendaciones:** No frotar, no exponer a altas fuentes de calor, no usar plancha. Fácil lavado.

**Descripción:** Blue Moon es un diseño femenino y joven, de forma ovalada, con la tapa frontal y la tapa posterior tejidas en blanco y azul, tiene una figura de gato blanco como aplicación.



Figura 2. Diseño Blue Moon

**Nombre del diseño:** Tulipán (mochila)

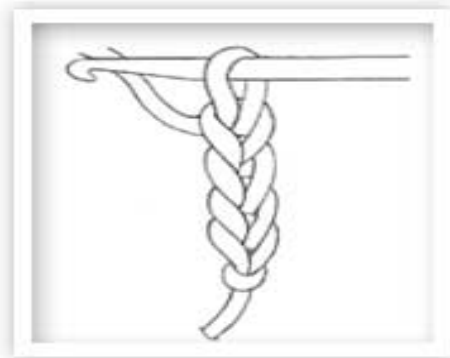
**Materiales:** Poliuretano reciclado

<b>Dimensiones:</b>	35cm* 25cm (mediano).
<b>Usos:</b>	Bolso femenino informal
<b>Nº de piezas tejidas:</b>	3
<b>Accesorios:</b>	Sesgo aplicado en colores rosa y crema en el mismo material.
<b>Colores:</b>	Fucsia, Rosa, Violeta
<b>Recomendaciones:</b>	No planchar, no exponer a altas temperaturas.
<b>Descripción:</b>	Tulipán es un diseño muy femenino y romántico, inspirado en la flor que lleva el nombre, combinado con los tonos rosa, fucsia y violeta.



**Figura 3. Diseño Tulipán**

Cabe anotar que el tejido que se utiliza para la elaboración de los bolsos es de punto. Las puntadas que se utilizan en el tejido son de diversos estilos: medio punto, para los diseños donde el tejido es más tupido y el bolso se hace resistente; punto, este estilo de tejido lo hace visiblemente más elaborado, dejando ver espacios en medio de la lámina para darle un estilo informal. Pilar sencillo, este tejido se puede combinar con los anteriores estilos dando una apariencia de manualidad artesanal. Pilares dobles; en este estilo se combina en anterior tejido para darle una forma mas compleja y visualmente llamativa.



**Figura 4. Tejido de los bolsos**

Los bolsos tejidos en bolsa plástica reciclable son un accesorio que las mujeres pueden lucir combinándolo con ropa casual y deportiva, para sentirse más frescas, menos formales y más juveniles. Se pueden usar con ropa de diversos colores como blue jeans, blusas en estilos sencillos, combinándolos con calzados como sandalias o suecos de materiales afines.

Para la elaboración de los bolsos se utiliza una técnica especial que garantiza la calidad del producto; así mismo máquinas como cortadoras, ovilladoras y telares. El personal encargado de la fabricación esta capacitado para llevar a cabo todas las etapas de producción dando como resultado un producto en óptimas condiciones para su uso.

Los bolsos informales de bolsa plástica son empacados por unidad en bolsa de acetato transparente con el nombre, dirección y logo de Plasty bolsos.

El canal de comercialización es fundamental, ya que su función es servir de puente entre el cliente potencial y la empresa que ofrece un bien o un servicio, por tal razón Plasty bolsos exhibirá directamente el producto en estantes y vitrinas en el punto de venta.

**2.2.2 Productos Sustitutos** Los productos sustitutos del bolso elaborado en bolsa plástica reciclable, tenemos:

- Bolso de gamuza en diferentes estilos
- Bolso elaborado en fique de diversos tamaños y estilos
- Bolso elaborado en tela en la gran variedad de colores, tamaños y formas
- Bolso elaborado en fibras sintéticas en diferentes estilos.
- Bolso reciclable elaborado en cáscaras de árbol como el cascarón de plátano.
- Bolso reciclable elaborado en cartón o papel periódico.

**2.2.3 Productos Complementarios** Entre los productos complementarios para el bolso elaborado en bolsa plástica, se encuentran toda la gama de accesorios que una mujer utiliza a la hora de lucir este producto: Blue jeans, camisas y blusas sport, faldas casuales, zapatos deportivos, sandalias, accesorios como aretes, manillas, collares, etc.

**2.2.4 Atributos del Producto** La empresa Plasty bolsos, tiene como objeto fabricar bolsos novedosos, netamente femeninos, que complementan el vestir de la mujer colmando expectativas en cuanto a gusto, moda y comodidad, ofreciendo gran versatilidad a los compradores.

Los bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable, son unos accesorios que la mujer usa para lucir a la moda, de una forma simple y diferente, dándole un toque

de coquetería y juventud; este accesorio se complementa con ropa informal que la mayoría de las mujeres jóvenes lucen.

Las ventajas de estos accesorios novedosos, netamente femeninos que complementan el vestir de toda mujer satisfaciendo el gusto y preferencia de las mismas, es que están hechos en un material liviano, en colores varios y con facilidad de manipulación y lavado.

Adicionalmente se pretende elaborar diseños exclusivos e individuales en cuanto a color, pues existe gran diversidad de colores de bolsas plásticas. En este aspecto es importante mencionar que la empresa elaborará sus bolsos en colores combinados, teniendo en cuenta que la combinación de colores es preferida por las consumidoras según resultados en la investigación realizada.

Por ser una empresa nueva en la ciudad de Bucaramanga, brindará unos productos con precios asequibles, variedad en diseños y colores (combinados), resistentes, con versatilidad para agregar accesorios cumpliendo con las expectativas y necesidades de sus clientes.

Estas características permiten que esta línea de bolsos se diferencie de las presentaciones en tela, fique y demás existentes en el mercado.

Las ventajas diferenciadores que tendrán los bolsos elaborados por Plasty Bolsos, comparados con los actualmente existentes en el mercado son:

- Calidad y precio justo para el consumidor final.
- Entregas totales y a tiempo.
- Atención personalizada.
- Diseños variados.
- Medidas especiales y marcas propias.

- Disponibilidad y permanente abastecimiento, para lograr un muy buen cubrimiento
- Excelente calidad en el producto y el servicio.

### **2.3. MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial.** Con la distribución de este producto se pretende llegar a todas las mujeres entre 15 a 50 años de los estratos 2, 3 y 4 de Santander, que quieran adquirir bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable.

**2.3.2 Mercado Objetivo.** El mercado objetivo lo constituirán todas las mujeres de 15 a 35 años de edad de los estratos 2, 3 y 4 que cumplan diferentes roles en la sociedad, ya sean madres de familia, estudiantes, ejecutivas, profesionales que cuenten con un estilo propio al vestir y se sientan a gusto utilizando accesorios innovadores para complementar su vestido en la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana. Teniendo en cuenta que Bucaramanga y su área Metropolitana tiene una población aproximada en los estratos 2, 3 y 4 de 201.774 mujeres entre las edades 15 a 50 años

### **2.4 DEMANDA**

#### **2.4.1 Investigación De Mercados**

**2.4.1.1 Planteamiento del Problema:** El bolso es el complemento más utilizado por todas las mujeres. Hay bolsos de todas las clases y tipos: bandoleras, carteras, bolso de viaje, de mano y en todos los tamaños posibles. De noche, las carteras de mano y los bolsos mini son los ideales. De día bolsos grandes para ir de compras.

El bolso es pues un accesorio necesario en el vestir de las personas, pues en él se llevan las pertenencias de uso cotidiano; La moda en la actualidad exige que existan en el mercado gran variedad de bolsos en cuanto al diseño, materiales, colores y precios.

La mujer se mantiene en la búsqueda permanente de bolsos que le brinde una combinación satisfactoria entre los factores mencionados anteriormente.

La elaboración de bolsos a partir de la bolsa plástica reciclable se convierte en una oportunidad para atraer clientes que estén buscando comodidad, innovación, calidad, precios asequibles; dando respuesta a los gustos de las mujeres que desean lucir jóvenes, cómodas y a la moda.

Con esta investigación de mercados se pretende recopilar, registrar y analizar sistemáticamente los datos relacionados con el mercado, suministrando la información necesaria para el proceso de toma de decisiones mediante la obtención de resultados organizados que sirvan como apoyo a las actividades de planificación y control de la empresa.

Teniendo en cuenta que la investigación de mercados es indispensable para el proceso de toma de decisiones, las actividades que se desarrollarán serán construidas en su mayoría, según las necesidades de información que se tienen para el proyecto tales como oferta de productos similares o iguales, fortalezas y debilidades de la competencia, niveles de demanda de este tipo de productos, precios del mercado, gustos del consumidor, tendencias, presupuesto del consumidor entre otras características.

Se identifica aparentemente una oportunidad en este mercado, sin embargo, se hace necesario adelantar la respectiva investigación que permita corroborar esta hipótesis, apoyando dicha investigación con información de las distintas fuentes y

tomando como referencia cada uno de los factores mencionados anteriormente y que intervienen en el mercado de los bolsos informales para dama.

Sólo a través de los resultados obtenidos de la investigación de mercados se podrá definir la factibilidad del proyecto y la incursión del bolso elaborado en bolsa plástica reciclable.

#### **2.4.1.2 Necesidades de información:**

- Identificar cuántas mujeres conocen y desearían comprar bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable en el municipio de Bucaramanga y su área Metropolitana.
- Cuantificar los bolsos que comprarían por año, su valor promedio y frecuencia de adquisición.
- Identificar un promedio del precio de venta unidad de bolso.
- Conocer los aspectos relevantes que tiene en cuenta el consumidor al momento de comprar el bolso en el mercado.
- Detectar la competencia, el grado de satisfacción en cuanto a la atención al consumidor respecto de los productos sustitutos en el mercado.
- Conocer el grado de aceptación para vender los bolsos.

### 2.4.1.3. Ficha técnica (Véase cuadro 1)

Tipo de investigación	de	Descriptiva donde se hace una narración de los hechos, tal y como se presenten en el medio. Exploratoria porque se indaga el mercado para conocer los gustos y preferencias respecto al producto a elaborar.
Método de investigación	de	Análisis y síntesis por que permite conocer la realidad, analizarla y canalizarla de tal modo que se permita establecer las relaciones causa-efecto entre los elementos que componen su objeto de investigación.
Fuentes de Información	de	Primarias (Encuesta: anexo A) y Secundarias: (Información suministrada por el DANE Anexo B).
Técnicas de recolección de información	de	Cuestionario estructurado, realizado en el centro de Bucaramanga y barrios de los estratos 2, 3 y 4 escogidos aleatoriamente de los diferentes municipios de Bucaramanga, Girón, Piedecuesta y Floridablanca
Modo de aplicación	de	Directa
Definición de la población	de	201.774 Mujeres entre los 15 y 50 años de edad de los estratos 2, 3 y 4 del Municipio de Bucaramanga y su Área -Metropolitana.
Elemento muestral		Cada mujer entre los 15 y 50 años de edad de los estratos 2, 3 y 4 del Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana.
Proceso de muestreo	de	Muestreo aleatorio simple, con un nivel de error del 5% y un nivel de confianza del 95%.
Marco Muestral		201.774 mujeres entre los 15 y los 50 años de edad de los estratos 2, 3, y 4 del Municipio de Bucaramanga y su Área de Metropolitana, seleccionadas de manera aleatoria indistintamente en cualquiera de los tres estratos. No se tabulará por estrato y/o edad.
Alcance		Ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana
Tiempo de Aplicación		Enero y Febrero de 2009

**Cuadro 1. Ficha Técnica. Opinión de las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana.**

### Cálculo muestral

$$n = \frac{N ( p q) Z^2}{(N-1) x e^{2+} Z^2 x P x Q}$$

Valor de la distribución normal estandarizada para un nivel de confiabilidad escogido.

p = proporción muestral estimada

q = (1 – p)

e = error de estimación de proporción real

Cuando no se dispone de una estimación con base en estudios anteriores o similares y cuando es imposible tomar una muestra piloto podemos obtener el valor máximo de **n**, mediante la fórmula anterior tomando a:

**p** = 0,5; (q = 1 – p = 0,5).

Aunque el tamaño de la muestra obtenida de esta manera puede ser suficientemente grande, los costos del muestreo se incrementarían más de lo necesario.

$$n = \frac{1,96^2 x 201.774 x 0,5 x 0,5}{(201.774 - 1) x 0,5^2 + 1,96^2 x 0,5 x 0,5} = \frac{193.783.74}{50.444}$$

n = 384 encuestas a realizar.

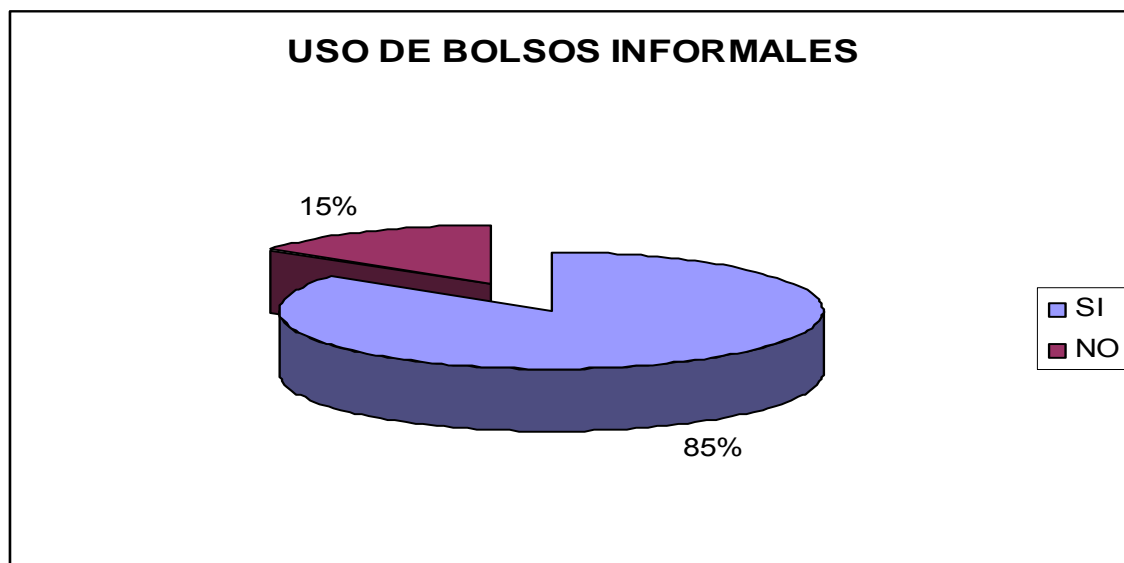
En total se aplicarán 384 encuestas,

#### 2.4.1.4 Tabulación Y Presentación De Resultados:

**Opinión de las mujeres del Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana, sobre el uso de bolso.** Del total de 384 encuestadas, el 85% de ellas utiliza cualquier clase de bolso a la hora de salir; esto indica que la mayoría de las Mujeres de Bucaramanga usan bolso, debido a este resultado el bolso es un producto comercializable. (Véase cuadro 2, Gráfico 1)

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	326	85%
NO	58	15%
TOTAL	384	100%

**Cuadro 2. Opinión de las mujeres de Bucaramanga sobre el uso del bolso.**



**Gráfico 1. Opinión de las mujeres de Bucaramanga sobre el uso del bolso.**

Fuente: Autoras del proyecto

### Preferencia de material para elaboración de bolsos informales.

A la hora de escoger el material de los bolsos, las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana, prefieren que sea de tela en un 44%, seguido de otros materiales con un 31%. Este resultado demuestra la oportunidad que se presenta en la respuesta de otros materiales donde se pueden ubicar materiales como sintéticos, cuero, gamuza, bolsas plásticas y otros más. (Véase cuadro 3, Gráfico 2)

Concepto	No. De Respuestas	Porcentaje
Tela	143	44%
Hilo crochet	39	12%
Fique	42	13%
Otros	102	31%
TOTAL	326	100%

Cuadro 3. Clase de material que las mujeres de Bucaramanga prefieren a la hora de comprar bolsos.

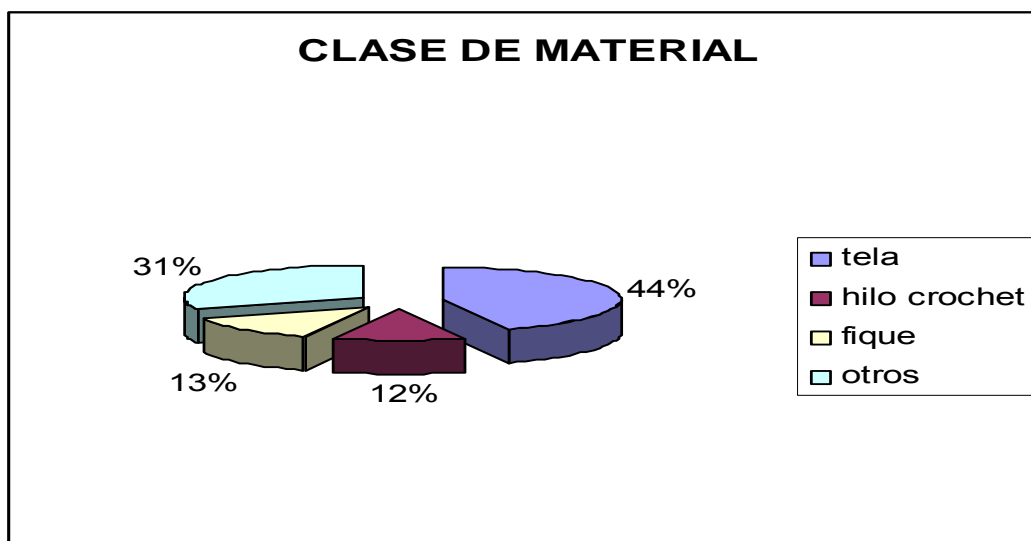


Gráfico 2. Material de preferencia para la elaboración del bolso

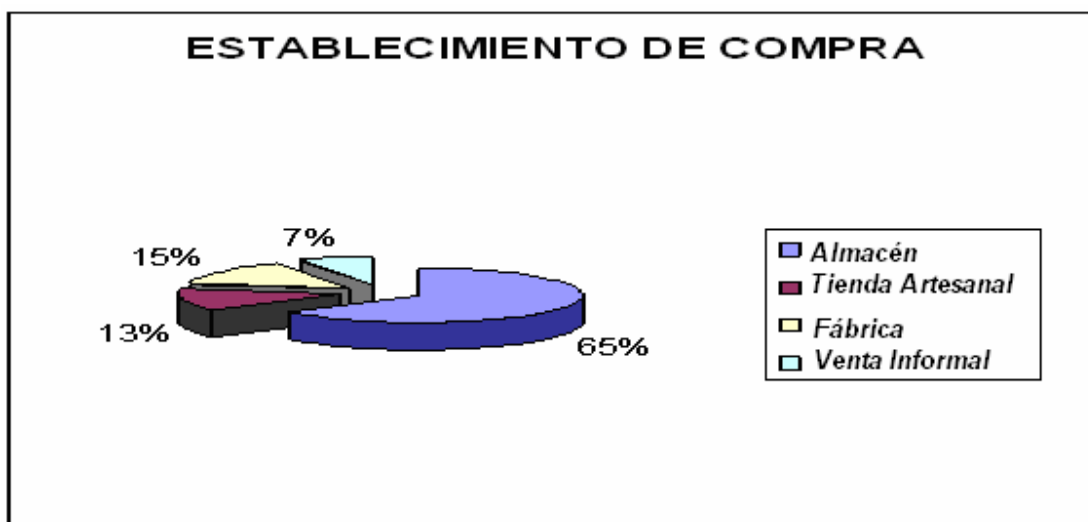
Fuente: Autoras del producto

**Opinión sobre la clase de establecimiento donde se ofrecen bolsos que prefieren las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana.**

Del total de encuestadas, un 65% prefieren comprar los bolsos en un almacén, seguido en fábricas en un 15%. Esto visualiza que en Bucaramanga y su Área Metropolitana existen variedad de almacenes y fábricas o pocas tiendas especializadas. (Véase cuadro 4, Gráfico 3)

Concepto	No. De Respuestas	Porcentaje
Almacén	211	65%
Tienda artesanal	43	13%
Fábrica	48	15%
Venta Informal	24	7%
TOTAL	326	100%

**Cuadro 4. Preferencia de Establecimiento donde se adquieren los bolsos.**

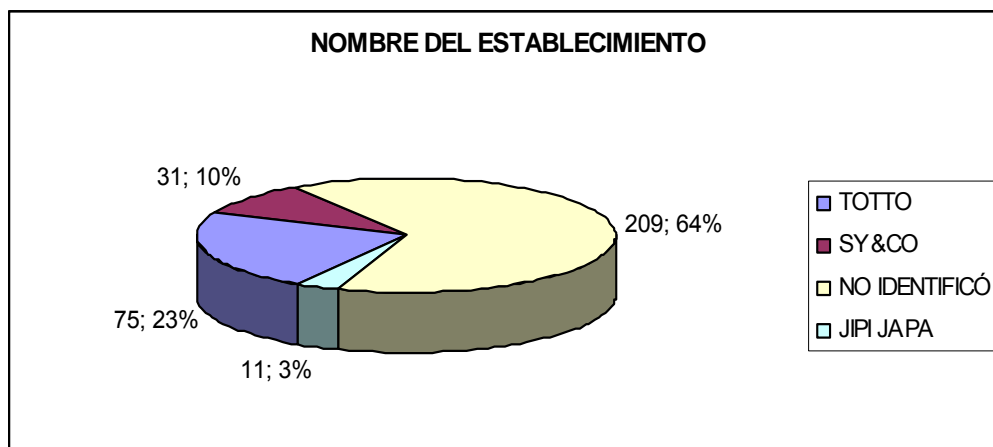


**Gráfico 3. Opinión de preferencia a la hora de escoger el establecimiento de compra.**

Fuente: Autoras del Proyecto

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	# RESPUESTAS	PORCENTAJE
TOTTO	75	23%
SY&CO	31	10%
NO IDENTIFICÓ	209	64%
JIPI JAPA	11	3%

**Cuadro 5. Nombre del establecimiento de compra**



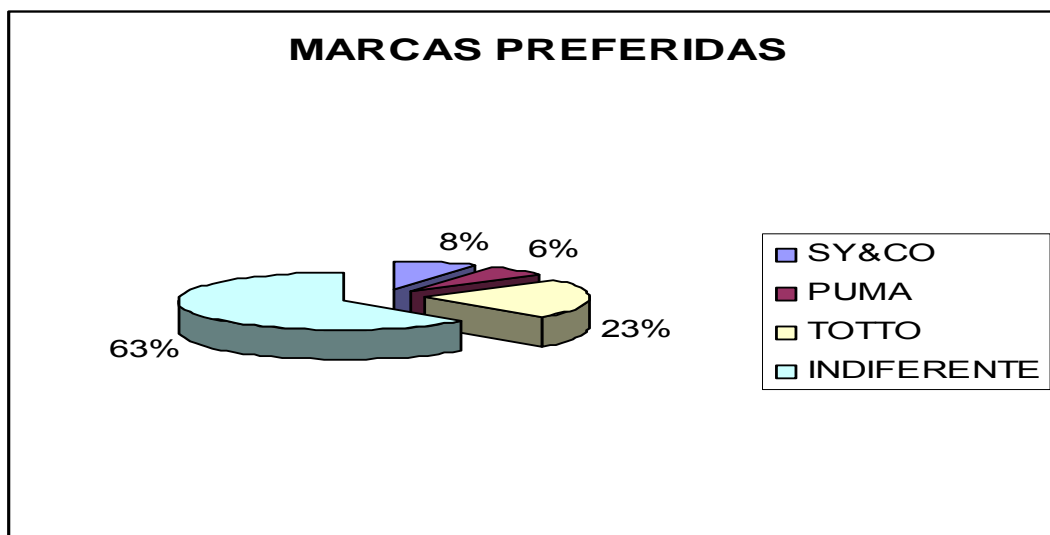
**Gráfico 4. Nombre del establecimiento de compra.**

### **Concepto sobre la marca de preferencia de los bolsos.**

Al ser encuestadas las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana, no existe en la mayoría una marca preferida con un 63%. Incrementando la posibilidad de éxito del nuevo producto (véase cuadro 6, Gráfico 5)

Concepto	No. Respuestas	Porcentaje
SY&CO	27	8%
PUMA	20	6%
TOTTO	74	23%
INDIFERENTE	205	63%
TOTAL	326	100%

**Cuadro 6. Concepto sobre marca preferida del bolso**



**Gráfico 5. Concepto sobre marca preferida**

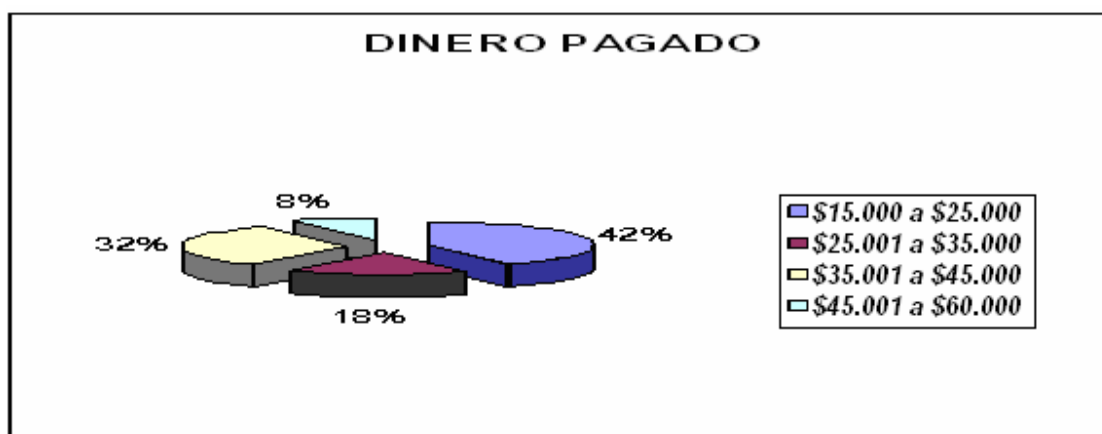
Fuente: Autoras del proyecto

### **Opinión sobre el precio que han pagado las compradoras por un bolso informal.**

Según los resultados se observa que un 42% de las mujeres pagaron en promedio por un bolso de \$15. 000 a \$25.000, este valor se toma como referencia para asignar el precio del bolso elaborado en bolsa plástica. El precio promedio de compra arrojó un valor de \$30.600. (Véase cuadro 7, Gráfico 6)

Precio	No de Respuestas	Promedio Precio	Porcentaje
15.001 a 25.000	137	\$2.740.000	42%
25.001 a 35.000	58	\$1.740.000	18%
35.001 a 45.000	104	\$4.160.000	32%
45.001 a 60.000	27	\$1.350.500	8%
TOTAL	326	\$9.990.000	100%
Total Promedio		<b>\$30.600.</b>	

**Cuadro 7. Opinión sobre el precio que han pagado por un bolso informal**



**Gráfico 6. Opinión sobre el precio que han pagado por un bolso informal**

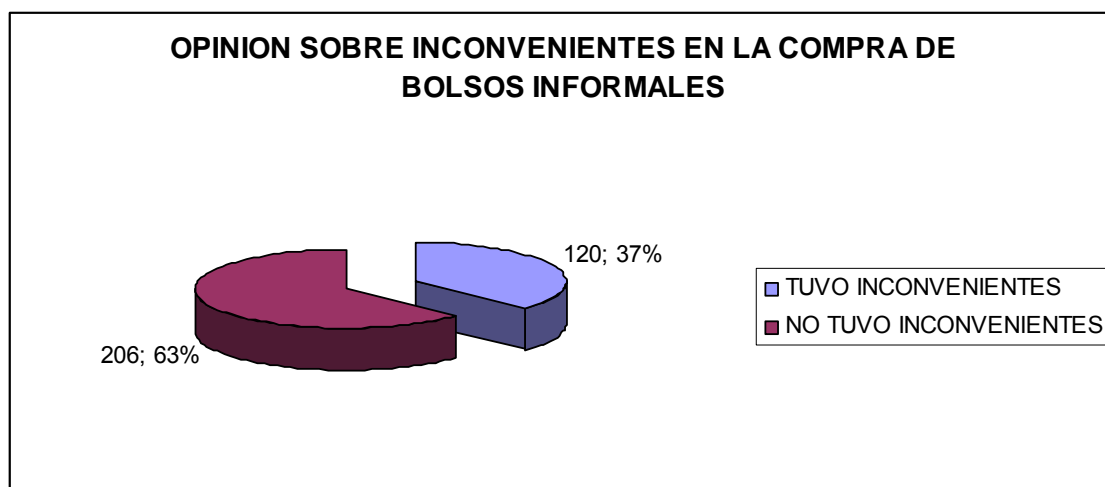
Fuente: Autoras del proyecto

### **Opinión sobre los inconvenientes de compra que manifiestan las encuestadas.**

Del total de mujeres encuestadas, la mayoría (63%) manifiesta que no ha tenido ningún inconveniente con los bolsos que han comprado. Es importante anotar que hubo respuestas múltiples. (Véase Cuadro 8, Gráfico 7).

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TUVO INCONVENIENTES	120	37%
NO TUVO INCONVENIENTES	206	63%
TOTAL	326	100%

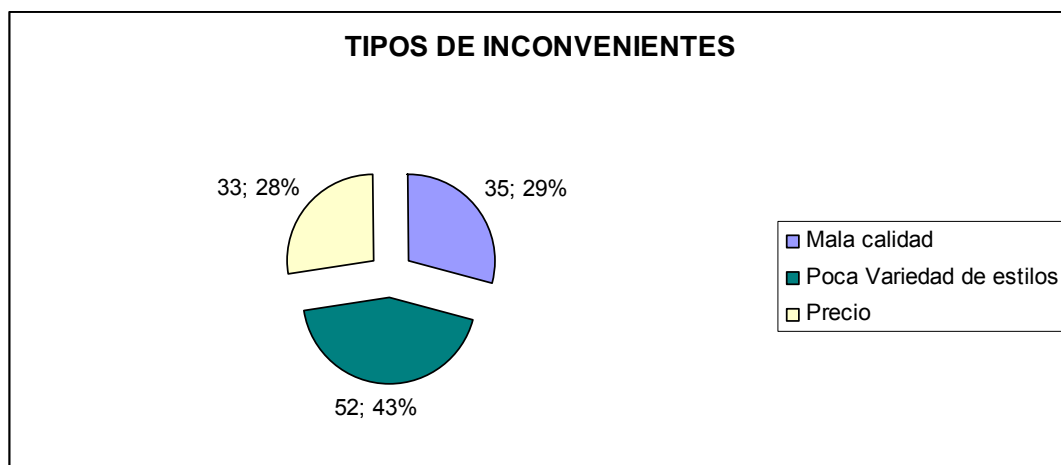
**Cuadro 8. Opinión sobre inconvenientes de compra en bolsos informales.**



**Gráfico 7. Opinión sobre inconvenientes en la compra de bolsos informales.**

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Mala calidad	35	29%
Poca Variedad de estilos	52	43%
Precio	33	28%
TOTAL	120	100%

**Cuadro 9. Tipos de inconvenientes en compra en bolsos informales**



**Gráfico 8. Tipos de inconvenientes en compra en bolsos informales.**

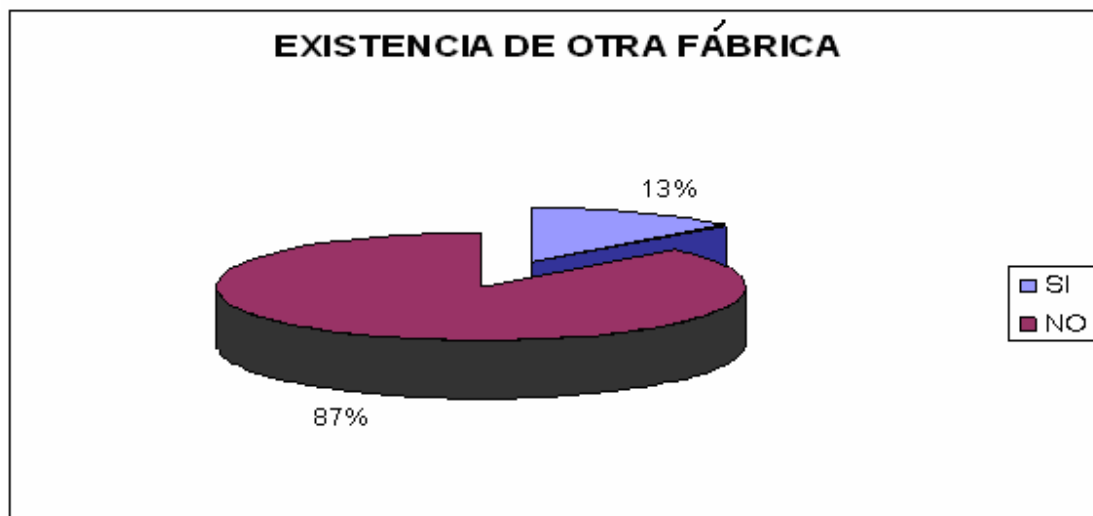
Fuente: Autoras del proyecto.

**Existencia de otra fábrica que elabore bolsos en bolsa plástica reciclable.**

El 87% de las mujeres encuestadas manifiestan no tener conocimiento sobre alguna fábrica que produzca bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable, el 13% dice que existen algunas ventas esporádicas en eventos especiales como ferias. Con estos resultados se ve la oportunidad de aprovechar la falta de una fábrica de este estilo. (Véase Cuadro 10, Gráfico 9).

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
SI	42	13%
NO	284	87%
TOTAL	326	100%

**Cuadro 10. Existencia de otra fábrica de bolsos en Bucaramanga y su área**



**Gráfico 9. Existencia de otra fábrica de bolsos en bolsa plástica en Bucaramanga y su área.**

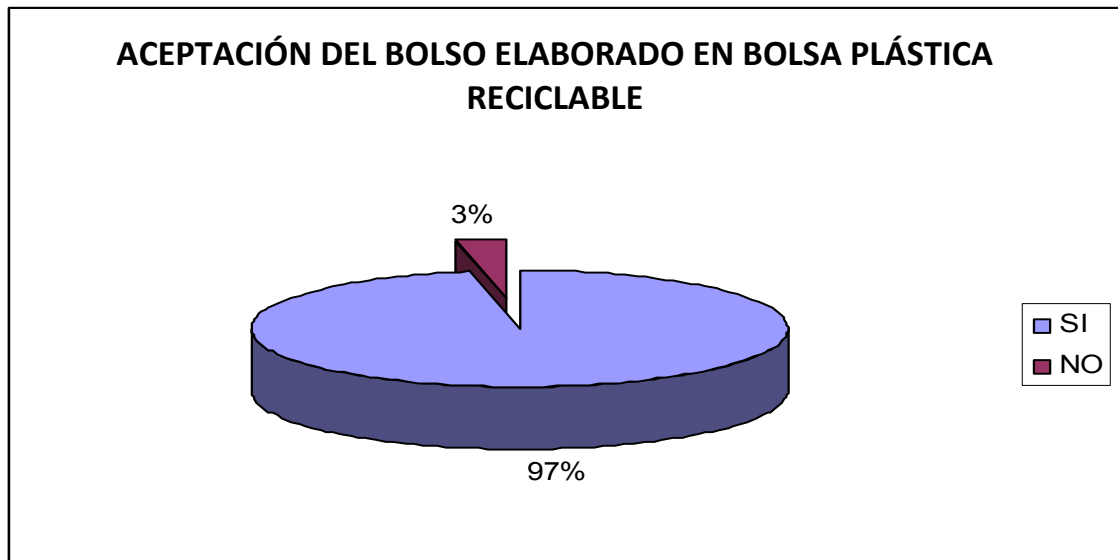
Fuente: Autoras del proyecto

**Opinión de las mujeres acerca del gusto por el bolso elaborado en bolsa plástica exhibido.**

Al exhibir el bolso elaborado en bolsa plástica a las encuestadas, la mayoría manifiesta aceptación con un 97%. Esta opinión lleva a concluir que a la hora de lanzar el producto al mercado este tendría un alto porcentaje de compra. (véase cuadro 11, Gráfico 10)

Concepto	Número de respuestas	Porcentaje
SI	316	97%
NO	10	3%
TOTAL	326	100%

**Cuadro 11. Aceptación del bolso elaborado en bolsa plástica.**



**Gráfico 10. Aceptación del bolso elaborado en bolsa plástica.**

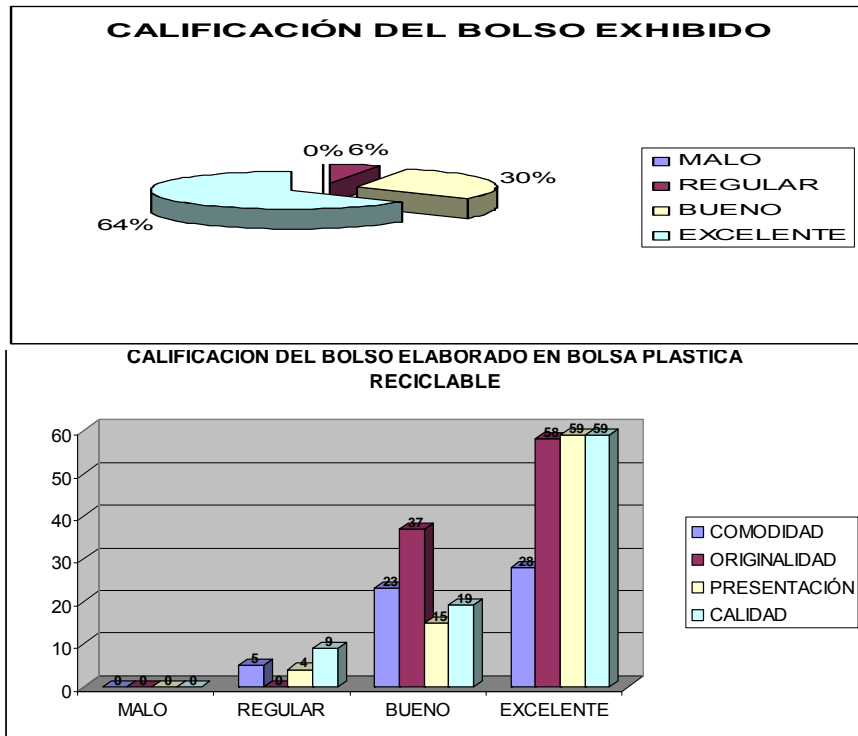
Fuente: Autoras del proyecto

### **Opinión sobre la calificación del producto exhibido.**

Al exhibir el producto, la calificación que las encuestadas dieron en cuanto a comodidad, calidad, originalidad y presentación, muestran que la mayoría opina que el producto es excelente en todos los aspectos con un 64%, seguido de una calificación de bueno con un 30%; Estos aspectos reflejan la gran aceptación del producto confirmando que la idea de crear una empresa productora de este producto es excelente. (Véase cuadro 12, Gráfico 11)

<b>Concepto</b>	<b>Número de respuestas</b>	<b>Porcentaje</b>
Malo	0	0%
Regular	18	6%
Bueno	94	30%
Excelente	204	64%
Total	316	100%

**Cuadro 12, Opinión sobre calificación del producto exhibido.**



**Gráfico 11. Opinión sobre calificación del producto exhibido.**

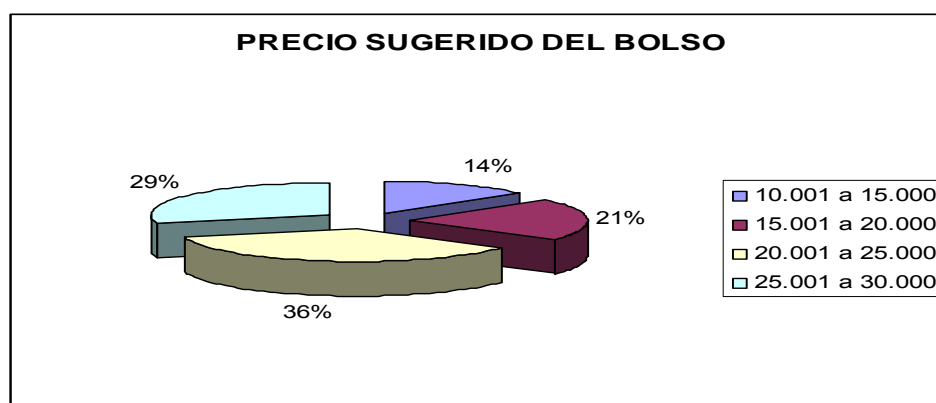
Fuente: Autoras del proyecto

**Dinero que pagarían las mujeres a la hora de comprar el bolso elaborado en bolsa plástica reciclable.**

Respecto al precio que pagarían las mujeres a la hora de comprar un bolso elaborado en bolsa plástica reciclable la opinión es: Entre \$20.001 a \$25.000 el 36%, seguido de precios de \$25.001 a \$30.000 con el 29%, y de \$15.000 a \$ 20.000 con el 21%, esto significa que el precio sugerido es asequible a todo público. El precio promedio sugerido para el bolso según los resultados es de \$22.000. (Ver cuadro 13, Gráfico 12).

Precios	No. Respuestas	Promedio	Porcentaje
\$10.001 a 15.000	44	\$550.000	14%
\$15.001 a 20.000	66	\$1.155.000	21%
\$20.001 a 25.000	114	\$2.565.000	36%
\$25.001 a 30.000	92	\$2.530.000	29%
TOTAL	316	\$6.800.000	100%
Total Promedio		<b>\$22.000</b>	

**Cuadro 13. Precio sugerido del bolso elaborado en bolsa plástica**



**Gráfico 12. Precio sugerido del bolso elaborado en bolsa plástica**

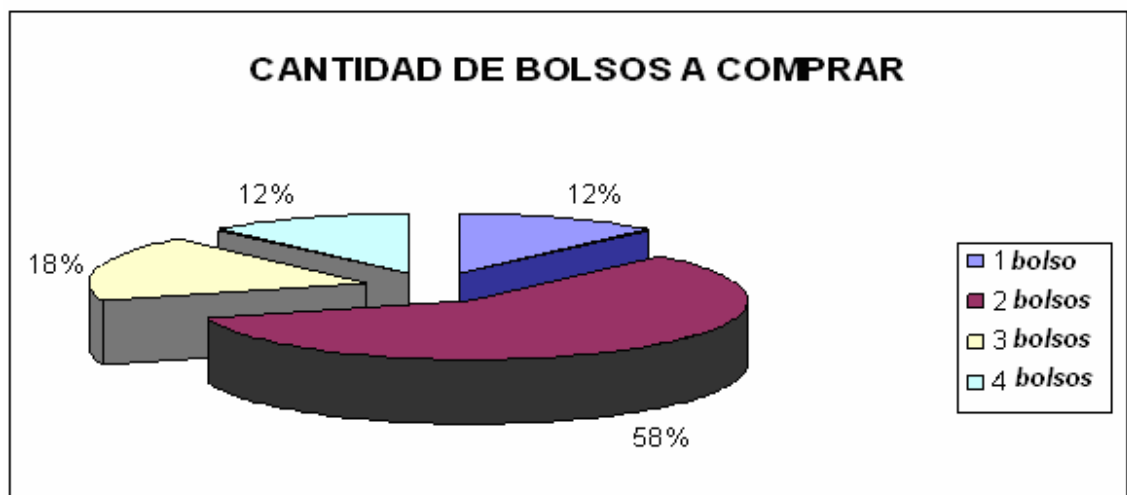
Fuente: Autoras del proyecto

**Opinión acerca de la cantidad de unidades de bolsos que las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana estarían dispuesta a comprar en 1 año.**

El 58% de las mujeres que desean adquirir bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable, estarían dispuestas a comprar 2 unidades al año, seguido por 3 unidades con el 18%. Esto indica la buena expectativa que el público tiene acerca del producto. (Véase cuadro 14, Gráfico 13)

Cantidad	No de respuestas	Promedio	Porcentaje
1	38	38	12%
2	183	366	58%
3	57	171	18%
4	38	152	12%
Total	316	727	100%
Total Promedio		2,3	

**Cuadro 14. Opinión sobre la cantidad de bolsos a comprar en un año.**



**Gráfico 13. Opinión sobre la cantidad de bolsos a comprar en un año**

Fuente: Autoras del proyecto

### **Opinión del gusto de las mujeres en cuanto al estilo del bolso.**

En cuanto al estilo del bolso elaborado en bolsa plástica reciclable las mujeres de Bucaramanga y su Área Metropolitana, prefieren la mochila en un 47%, seguido de cuadrado con un 25% y ovalado en un 14%. Este dato es guía para la

elaboración del producto en diversos estilos que satisfagan el gusto del público.  
(Véase cuadro 15, Gráfico 14)

Concepto	Nº De respuestas	Porcentaje
MOCHILA	150	47%
CUADRADO	79	25%
OVALADO	44	14%
MANOS LIBRES	18	6%
TULA	25	8%
TOTAL	316	100%

Cuadro 15. Estilo preferido del bolso.

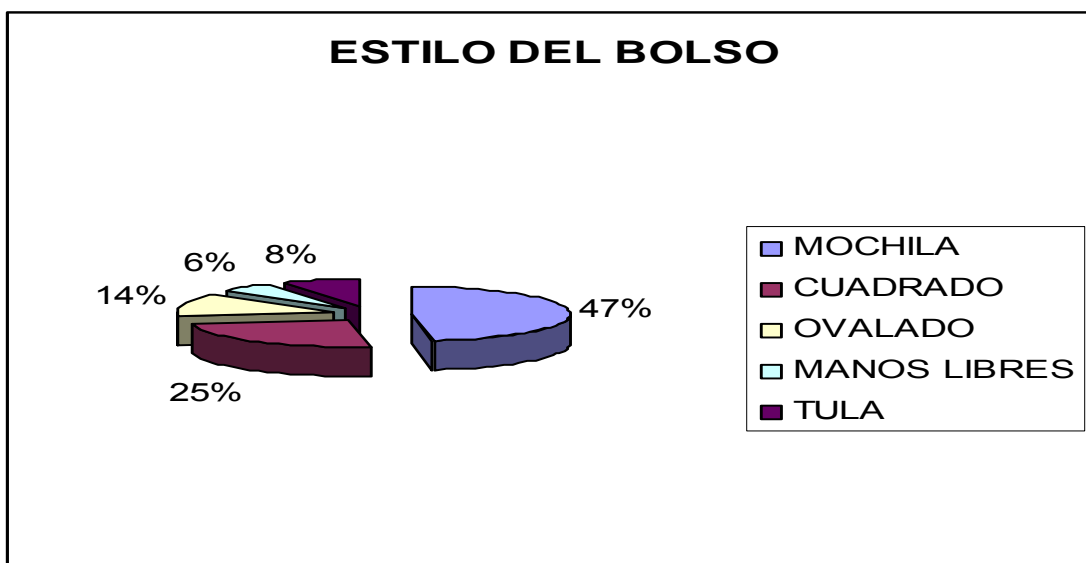


Gráfico 14. Estilo preferido del bolso.

Fuente: Autoras del proyecto

### Opinión sobre el tamaño del bolso que es preferido.

El 71% de las mujeres que desean comprar el bolso elaborado en bolsas plásticas reciclables prefieren que sea mediano, seguido de grande con un 23%. El tamaño del bolso mediano refleja la mayoría del gusto de las compradoras. (Véase Cuadro 16, Gráfico 15).

Concepto	Nº. Respuestas	Porcentaje
GRANDE	73	23%
MEDIANO	224	71%
PEQUEÑO	19	6%
TOTAL	316	100%

Cuadro 16. Opinión del tamaño del bolso.

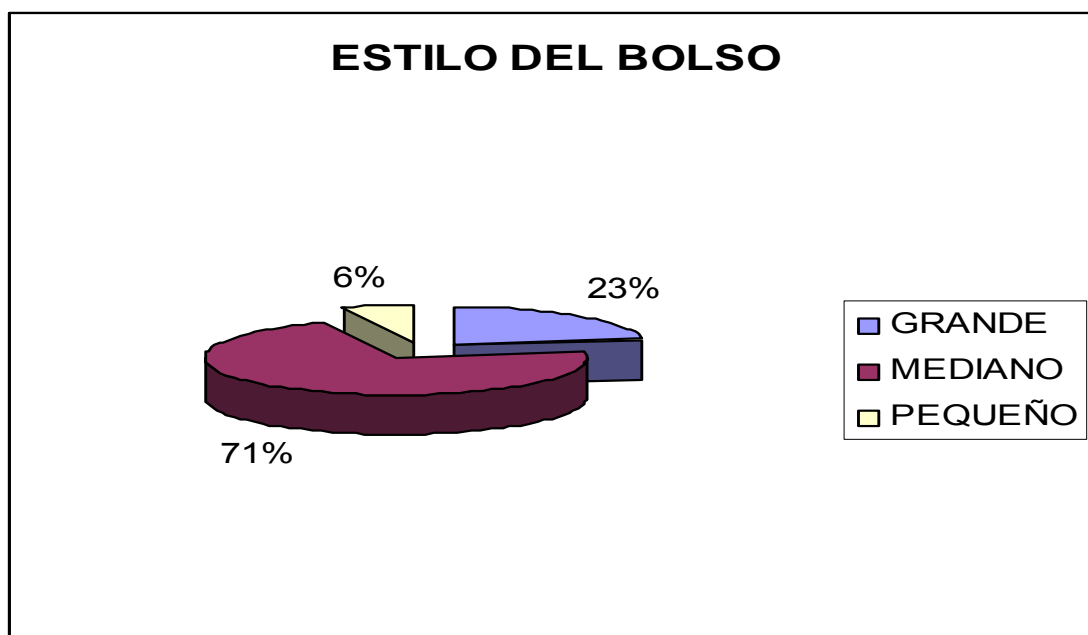


Gráfico 15. Opinión del tamaño del bolso.

Fuente: Autoras del proyecto

### Opinión de las encuestadas sobre el color de preferencia.

Del total de mujeres encuestadas que expresaron el gusto por el bolso, opinan en un 45% prefieren que el color del bolso fuera de colores combinados. Esta opinión aporta al estilo de los bolsos que se deban fabricar (véase cuadro 17, Gráfico 16)

Concepto	Número de respuestas	Porcentaje
Azul	26	8%
Combinado	142	45%
Blanco	56	18%
Negro	92	29%
TOTAL	316	100%

Cuadro 17. Preferencias de color del bolso.

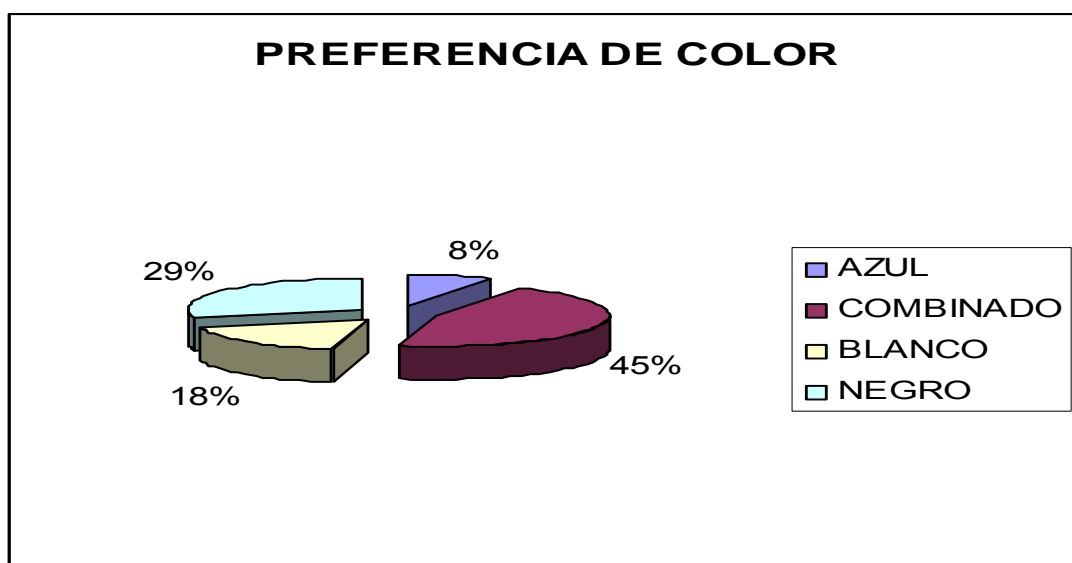


Gráfico 16. Preferencia de color

Fuente: Autoras del Proyecto.

### Opinión sobre las diferentes sugerencias que se hacen al producto exhibido.

Las encuestadas dieron una opinión de cambio en el producto adicionando variabilidad de accesorios como forros, bolsillos, hebillas, con un 43%. A la hora de elaborar el bolso en bolsa plástica esta información es indispensable para lograr una mayor aceptabilidad del producto. (Véase cuadro 18, Gráfico 17)

Concepto	Número de Respuestas	Porcentaje
Variabilidad accesorios	135	43%
Promoción	92	29%
Diseño de tejido	66	21%
Ninguna	23	7%
TOTAL	316	100%

Cuadro 18. Opinión sobre sugerencias

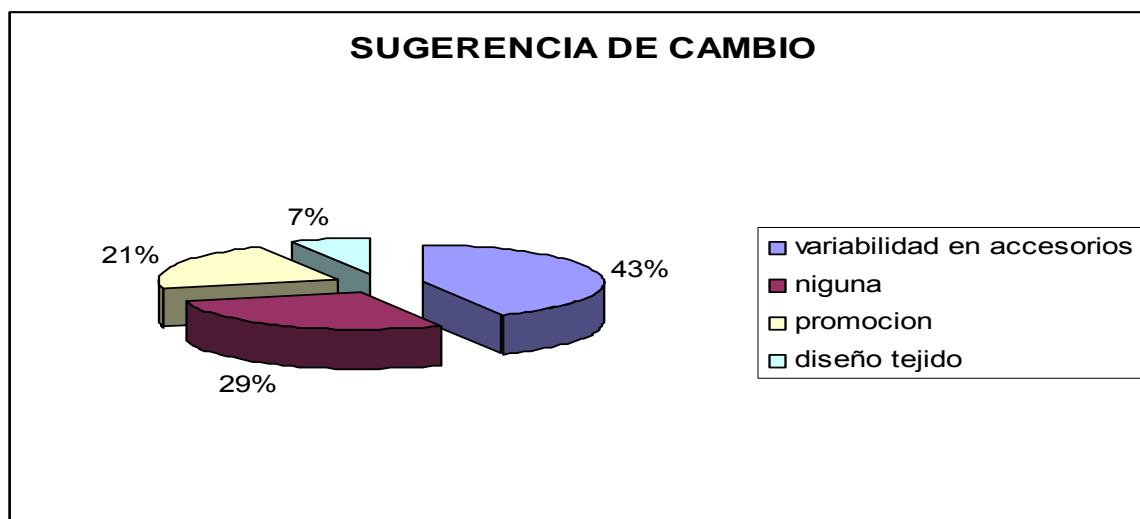


Gráfico 17. Opinión sobre sugerencias

Fuente: Autoras del proyecto

### Preferencia de ubicación del punto de venta y fábrica.

A la hora de ubicar un punto de venta o fábrica, las mujeres de Bucaramanga y su área, prefieren en un 48% que se ubique en el centro de Bucaramanga, seguido del centro de Floridablanca con un 19% acoge diariamente abundante público, que se puede contar como cliente potencial. (Véase Cuadro 19, Gráfico 18).

Concepto	Nº Respuestas	Porcentaje
Centro de Bucaramanga	152	48%
Florida blanca	60	19%
Piedecuesta	47	15%
Girón	57	18%
TOTAL	316	100%

Cuadro 19. Preferencia de ubicación del punto de venta o fábrica.

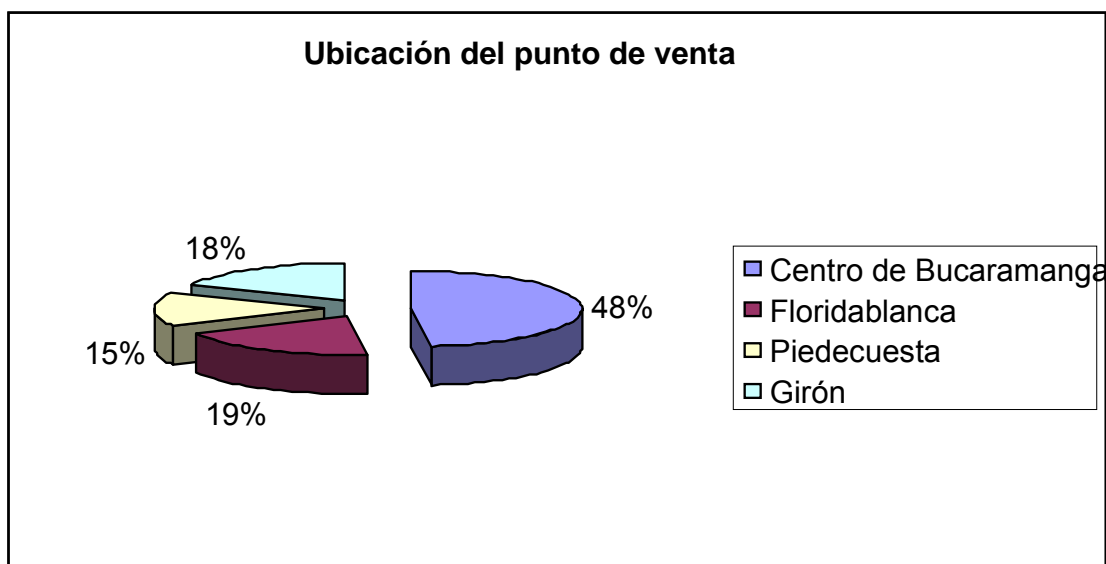


Gráfico 18. Preferencia de Ubicación del punto de venta o fábrica.

Fuente: Autoras del proyecto

## 2.4.2 Estimación de la Demanda

### 2.4.2.1 Evolución histórica de la Demanda.

Según el DANE, el índice de crecimiento poblacional es de un 0,6% anual aproximadamente. Sin embargo, no se conocen datos exactos sobre la cantidad de bolsos que se han vendido en los últimos años, por ello, hablar de un dato concreto de demanda histórica no es posible; solo se conocen cifras poblacionales del número de mujeres que habitan en Bucaramanga y su Área Metropolitana. (Véase cuadro 20).

Año	Mujeres Área Metropolitana
2.004	191.392
2.005	193.442
2.006	195.492
2.007	197.564
2.008	199.658

**Cuadro 20. Evolución histórica de la población de mujeres del área Metropolitana.**

Fuente: Departamento Nacional de Estadísticas DANE

Por lo anterior, no se pudo calcular la demanda histórica debido a que no se encontraron datos sobre la cantidad de bolsos demandados.

### 2.4.2.2. Demanda Actual.

Es importante dejar claro que tampoco es posible determinar la demanda actual debido a un error presentado en el diseño del cuestionario, no se preguntó a las encuestadas qué cantidades de bolsos informales adquiere por año.

**2.4.2.3. Proyección de la demanda.** En base a los datos obtenidos de la evolución histórica de población de mujeres en el área Metropolitana de Bucaramanga, se realiza la proyección de la población para los siguientes años. Para esto se tiene en cuenta el porcentaje aproximado de crecimiento anual estipulado por el DANE que es del 0,6% anual. (Véase cuadro 21)

<b>AÑO</b>	<b>POBLACIÓN ACTUAL</b>	<b>% CRECIMIENTO</b>	<b>POBLACIÓN PROYECTADA</b>
<b>2008</b>	199.658	0,6%	-
<b>2009</b>	-	0,6%	<b>200.856</b>
<b>2010</b>	-	0,6%	<b>202.061</b>
<b>2011</b>	-	0,6%	<b>203.273</b>
<b>2012</b>	-	0,6%	<b>204.493</b>
<b>2013</b>	-	0,6%	<b>205.720</b>

**Cuadro 21. Cálculo de la proyección anual de mujeres.**

<b>Año</b>	<b>Mujeres Área Metropolitana</b>
2009	200.856
2010	202.061
2011	203.273
2012	204.493
2013	205.720

**Cuadro 22. Proyección de crecimiento poblacional**

Para definir la proyección de la demanda se toma en cuenta sólo el 83% del total de población femenina estimada para esos años (porcentaje de mujeres que estarían interesadas en comprar bolsos informales). Teniendo en cuenta este dato, posteriormente se efectúa el cálculo final multiplicando el valor anterior por 2,3 unidades de bolsos que en promedio compraría una mujer por año.

Proyección para el 2009 =  $200.856 * 83\% * 2.30 \text{ und} = 383.434 \text{ und / año}$

Proyección para el 2010 =  $202.061 * 83\% * 2.30 \text{ und} = 385.734 \text{ und / año.}$

Proyección para el 2011 =  $203.273 * 83\% * 2.30 \text{ und} = 388.048 \text{ und / año}$

Proyección para el 2012 =  $204.493 * 83\% * 2.30 \text{ und} = 390.377 \text{ und / año.}$

Proyección para el 2013 =  $205.720 * 83\% * 2.30 \text{ und} = 392.719 \text{ und / año.}$

<b>Año</b>	<b>Demanda und/año</b>
2009	383.434
2010	385.734
2011	388.048
2012	390.377
2013	392.719

**Cuadro 23. Proyección de la demanda de bolsos**

## **2.5 LA OFERTA**

**2.5.1 Oferta Histórica.** No es posible determinar cuantitativamente el número de bolsos que se vendieron u ofertaron en Bucaramanga y su Área Metropolitana pues, éste dato no está disponible ni en la Cámara de Comercio ni en el DANE. La única información encontrada es la del número de establecimientos que se dedicaron a comercializar bolsos en Bucaramanga y su área Metropolitana. Esta información se relaciona a continuación.

<b>Año</b>	<b>Establecimientos</b>
<b>2.003</b>	<b>30</b>
<b>2.004</b>	<b>44</b>
<b>2.005</b>	<b>51</b>
<b>2.006</b>	<b>68</b>
<b>2.007</b>	<b>83</b>
<b>2.008</b>	<b>98</b>

**Cuadro 24. Número de establecimientos que producen y/o comercializan bolsos informales en Bucaramanga y su área metropolitana, durante los últimos 6 años**

Fuente: Datos suministrados por el DANE.

**2.5.2 Oferta Actual.** No es posible definir el número de bolsos que se ofertan actualmente debido a que éste dato no se encuentra registrado, de igual manera, debido a un error en el diseño de la investigación realizada no se aplicó algún tipo de encuesta a establecimientos que oferten productos iguales o similares. Por tal razón no se conoce cuantitativamente el nivel de oferta. Sin embargo, de acuerdo al cuadro 22 se puede ver que en la actualidad existen 98 establecimientos que se dedican a la comercialización de bolsos informales.

**2.5.3 Proyección de la Oferta.** Según datos suministrados por el DANE y la cámara de comercio, anualmente se presenta un crecimiento estimado de 13 establecimientos dedicados a la comercialización de bolsos informales. En base a ello, es posible estimar una proyección de ofertantes de este tipo de productos.

<i><b>Año</b></i>	<i><b>Establecimientos</b></i>
<b>2.009</b>	<b>111</b>
<b>2.010</b>	<b>124</b>
<b>2.011</b>	<b>137</b>
<b>2.012</b>	<b>150</b>
<b>2.013</b>	<b>163</b>

**Cuadro 25. Proyección del número de establecimientos que ofertan de bolsos informales.**

**2.5.4 Análisis de la situación actual de la competencia.** En Bucaramanga y su área metropolitana, no existe una empresa que elabore este nuevo diseño de bolsos. Aunque Bucaramanga es reconocida como un municipio de gran desarrollo manufacturero, en relación con la producción de artículos elaborados en tela y otros materiales, como los bolsos, calzado, etc., que se comercializan dentro y fuera de la ciudad y algunos en el exterior. En este mercado también existen otros tipos de bolsos que actualmente han obtenido una cobertura satisfactoria aunque su materia prima no sea el cuero, actualmente existe una demanda

representativa de los cuales se puede decir que están dispuestos a innovar con nuevos diseños. Las empresas productoras y comercializadoras de bolsos a nivel local tiene aproximadamente<sup>11</sup> un 0.60% de participación.

En la ciudad de Bucaramanga existen una gran variedad de empresas dedicadas a la comercialización de bolsos; pero según encuesta realizada, se pudo concluir que a las mujeres les es indiferente la marca del bolso (63%). En segundo plano aparecen Tutto (23%) y SY&CO (8%), como marcas que son adquiridas por los consumidores.

En base a esos resultados puede identificarse que las únicas marcas que de alguna manera representan competencia son precisamente Tutto y SY%CO.

### **Fortalezas y debilidades de la competencia**

**Bolsos Tutto.** Tutto cuenta con 14 años de trayectoria. En 1.987 entra a la industria colombiana como Nalsani S.A., con la fabricación de artículos de cuero marca LAND. En ese entonces contaba con tan sólo 40 empleados distribuidos en cada una de las áreas. Con un año de experiencia, 1988, se convierte en un año determinante, Nalsani S.A inicia sus exportaciones a Estados Unidos, Japón, Hong Kong, Inglaterra, Australia, Canadá, Singapur, México y las Islas del Caribe. Nace la colección de maletines, morrales y accesorios marca TOTTO, logrando su distribución en los principales almacenes de todo el territorio colombiano.

Hoy cuenta con franquicias por todo el continente; Canadá, Miami, El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Honduras, Ecuador y Venezuela; y en Colombia en Cartagena, Tunja, Bucaramanga, Pasto, Barranquilla, Neiva, Ibagué, Cúcuta, Santa Marta y Duitama. Este crecimiento ha impulsado a Tutto a darle prioridad a las inversiones tecnológicas que optimicen sus procedimientos repercutiendo en

---

<sup>11</sup> Cámara de Comercio de Bucaramanga

un excelente servicio a sus clientes, el cual apunta a cubrir todas sus necesidades y expectativas sobre la marca.

Hace siete años Tutto inició un cambio en su visión tecnológica, y fue solo hasta después de cuatro años que encontró el aliado ideal en MTBASE/SYBASE DE COLOMBIA. Adaptive Server Enterprise (ASE), Adaptive Server Anywhere (ASA) y SQL Remote de Sybase han sido las herramientas claves para el desarrollo que Tutto ha querido dar a sus procesos tecnológicos.

Con más de 30 puntos de venta a nivel nacional Tutto debía manejar altos volúmenes de información que generaban sus tiendas. Facturaciones, inventarios y pedidos eran transacciones que diariamente se enviaban a la oficina central para ser digitados o cargados en archivos planos y disquetes. Hoy, cada 2 horas las tiendas alimentan automáticamente una base de datos central (ASE) lo que ha reducido los tiempos de entrega de información sustancialmente y han permitido el análisis diario de lo que sucede en cada punto de venta.

Actualmente, Tutto cuenta con una gran variedad de productos, dentro de los morrales y bolsos se encuentran:

- ✓ Morrales normales
- ✓ Morrales con ruedas
- ✓ Morrales portacomputador
- ✓ Complementos portacomputador
- ✓ Bolsos Manos libres
- ✓ Carteras
- ✓ Manos libre portacomputador

Sumado a lo descrito anteriormente, dentro de los productos totto se pueden sumar las siguientes bondades:

- Un diseño único y duradero.
- Innovación constante que se basa en la investigación.
- Uso de materiales nuevos.
- La unión original de la estética con la funcionalidad y comodidad.
- Volumen y experiencia en la fabricación de Bolsos
- Un mercado con imagen ya cautivo
- Es una marca líder en le mercado.
- Expansión a través del modelo de Franquicia.

Como posible desventaja se puede mencionar que los precios de estos artículos son medianamente alto por ello, su adquisición es algo compleja. El precio de un morral de esta marca oscila entre los \$55.000 y los \$140.000.

## **SY & CO**

Es una empresa de origen venezolano que tiene tiendas en la mayor parte de América latina, como Brasil, Costa Rica, Venezuela, Colombia, Perú y se abriendo en otros. En Europa ya hay tiendas en España e Italia.

En el momento tiene tres representaciones en la ciudad de Bucaramanga en las cuales se distribuyen bolsos, carteras, maletas, calzado, bisutería, fajas, lentes, relojes. Los bolsos son elaborados en cuero, tela y materiales sintéticos y el precio de estos oscila entre los \$25.000 y los \$100.000. Encontrar un bolso de un determinado estilo o color es muy fácil en estas tiendas, ya que ofrecen un amplio surtido de bolsos y carteras: carteras de mano, bolsos grandes, bolsos de fiesta, bolsos tipo sport y productos complementarios del estilo en multitud de colores y

siempre de último diseño. Además, en la mayoría de los casos los precios asequibles y las tiendas en la ciudad muy bien ubicadas.

### **Debilidades generales de la competencia**

- Limitada relevancia de la presencia de las marca en el mercado global
- Escaso despliegue de la innovación en la variable organizativa y estratégica
- Limitado aprovechamiento de las tecnologías de la información en el despliegue del marketing.
- La garantía ofrecida en algunos productos es corta.
- Precios significativamente altos.

**2.5.5 Relación entre demanda y oferta:** Aunque no es posible determinar cuantitativamente una relación entre la demanda y la oferta por no haber datos exactos que permitan conocer el volumen en unidades demandadas de bolsos informales y el volumen exacto de unidades ofertadas en Bucaramanga y su Área Metropolitana, es posible observar que la demanda proyectada es significativamente alta y que, según resultados obtenidos del estudio realizado (ver gráficos 12, 13 y 15), el producto con el que la empresa incursionará cuenta con un respaldo y aceptación suficientes.

## **2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.**

**2.6.1. Estructura de los canales actuales.** Existen dos canales de comercialización:

- Canal Directo. A través de este canal la empresa es la encargada de efectuar la comercialización y entrega el producto.

**Figura 5 . Canal directo.**



- Canal Indirecto. A través de este canal la empresa productora utiliza como comercializador a intermediarios, denominado distribuidor mayorista.

**Figura 6 . Canal Indirecto.**



## **2.6.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.**

### **Ventajas**

- Permite ampliar la cobertura de posicionamiento del producto en el mercado
- Le ahorra al productor costos de mercadeo enfocados al cliente final.
- Se evita una serie de trámites e incurrir en costo de distribución
- Los canales actuales poseen una trayectoria corta lo cual permite disminuir los costos en los productos.

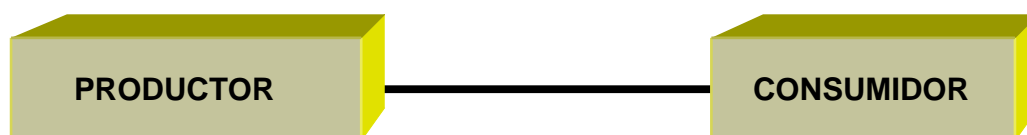
### **Desventajas**

- No se tiene contacto directo con el cliente final.

- Una desventaja que se puede presentar por parte de los intermediarios en el proceso de comercialización es la especulación de precios, en la cual el productor pierde el control para evitar que ellos lleguen más costosos a los clientes y por ende disminuir su compra.

**2.6.3 Selección de los canales de comercialización:** Los parámetros que se utilizarán para la selección del canal de distribución son la minimización de costos, basados en la realidad de que el proyecto, debido a que Plasty Bolsos es una empresa que se financiará con recursos propios y créditos por lo que la búsqueda de la reducción en gastos y costos es uno de sus principales objetivos y como segunda medida otro factor determinante es la ubicación de la población la cual se encuentra dispersa a lo largo de los municipios de Bucaramanga y su área metropolitana. En base a ello se ha considerado como mejor opción la cadena Fabricante vs consumidor final, es decir, el canal directo:

**Figura 7. Canal seleccionado.**



## **2.7. PRECIO**

### **2.7.1. Análisis de precios**

De acuerdo con los precios del mercado relacionados con la comercialización de bolsos se tiene en cuenta los manejados por los proveedores de los almacenes, tiendas artesanales de ropa y locales del municipio de Bucaramanga y su área metropolitana. Estos precios están condicionados al tipo de material y se encuentran ubicados entre \$15.000 y \$ 50.000.

En el mercado se encuentran mochilas tejidas en algodón crudo hilado muy artesanal tipo guajira a un precio promedio es de \$50.000, su aspecto es bastante informal y no tiene ningún accesorio, su decoración va dentro del tejido el cual es plano y tiene adicionalmente un dibujo de formas geométricas a manera de sesgo alrededor de la parte alta del tejido.

Existen también otros bolsos de lona los cuales se venden en los puntos de artesanías de Colombia, su tejido es en caña flecha y comercializado por los almacenes ubicados en centros comerciales, viene en forma de media luna y no tiene accesorios, posee un sistema de cerrado con cierre sencillo y las cargaderas son también tejidas en el mismo material. El precio varía según el tamaño y los acabados, el promedio de un bolso de estas características está \$25.000 y \$50.000 el más costoso

**2.7.2 Estrategia de fijación de precios.** La estrategia de fijación de precios de los bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable tienen los siguientes objetivos:

- Alcanzar una tasa de rendimiento sobre la inversión realizada para cubrir los costos fijos y variables de producción y comercialización del producto.
- Maximizar las utilidades generadoras en el ejercicio de la producción y comercialización del producto.
- Aumentar progresivamente la participación en el segmento del mercado de bolsos informales.
- Debido a que Plasty Bolsos es una empresa nueva dentro del mercado, el precio del producto que producirá y comercializará está fijado de acuerdo con los costos de producción y comercialización según el diseño, adicionándole un margen de utilidad para obtener así el precio de venta de los bolsos. De igual

manera, se tendrán en cuenta los precios existentes en el mercado, el objetivo es estar por debajo de ellos, sin sacrificar utilidad ni caer en subestimar costos.

- De esta manera, se garantiza que el producto sea competitivo en la etapa de introducción al mercado de bolsos informales para dama, logrando así un posicionamiento rápido no solo por precio sino por calidad, presentación y demás atributos diferenciadores del producto con los de la competencia.

## **2.8 PLUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

La promoción es un instrumento utilizado para informar, persuadir y recordar a los clientes potenciales sobre la organización. Tiene como finalidad influir en el comportamiento los sentimientos y las creencias de quienes reciben la información y/o mensaje, por tanto la estrategia de publicidad a utilizar será a través de volantes y mostrarios localizados en el punto de venta de Plasty Bolsos Ltda..

**2.8.1 Objetivo** Realizar un plan publicitario y promocional, utilizando los medios locales con el fin de que el consumidor recuerde y sea persuadido, a la vez que su mente sea estimulada para que tenga en cuenta los bolsos elaborados a base de bolsa plástica reciclable como una alternativa para su consumo diario.

**2.8.2 Logotipo.** El logotipo está enmarcado por un cuadro, el cual significa perfección ya que se pretende brindar un servicio de óptima calidad.



Figura 8. Logotipo

El color azul se asemeja el cielo o el agua, imagen que produce tranquilidad y da la sensación de frescura. La parte humana que se necesita para elaborar el producto y crear un ambiente ameno y de familiaridad.

La foto de los bolsos indica la gama y variedad que tienen a disposición en la empresa plasty bolsos.

**2.8.3 Lema. “Innovate and ponte a la moda con bolsos a base de bolsa plástica”.**

Esta frase hace destacar nuestro producto por ser novedoso y que siempre estará actualizado con la moda. Acompañado con la palabra bolsos y el material de que serán hechos llamará la atención y será de fácil recordación al consumidor. Este accesorio será de complemento del diario vestir de las mujeres de la región.

**2.8.4 Análisis de Medios.** Existen medios de comunicación que presentan una gran difusión y captación masiva. Su diversidad permite ampliar las posibilidades

de acción y cobertura para transmitir información, imágenes y mensajes a un público determinado. Estos pueden ser la radio, televisión, periódicos, revistas, cine, anuncios en vehículos de transporte público y directorios, despliegues al aire (vallas, carteles, pasacalles, pancartas) publicidad directa (catálogo, correspondencia directa, folletos, tarjetas, boletines, muestrarios) etc.

Con el objeto de dar a conocer sus productos y servicios muchas empresas hacen uso de esto. Por tal razón se escogerán los medios necesarios y acordes para el lanzamiento de los bolsos elaborados a base de bolsa plástica en el Municipio de Bucaramanga y su área metropolitana.

**2.8.5 Selección de medios** Los medios a utilizar serían radio, prensa, volantes y catálogos

- Radio local (Melodía)
- Prensa (Vanguardia Liberal)
- Volantes (Tipografía Litofast)
- Catálogos
- Páginas amarillas

A través de la radio y la prensa se pretende masificar publicitariamente la empresa, estos medios permiten llegar a más personas en menor tiempo. De igual forma, se hará uso de volantes y catálogos para hacer aún más personalizado el trabajo de publicidad.

- Una cuña se emitirá dos veces al día con duración de 30 segundos en horarios familiares con un valor de \$15.000
- En Vanguardia Liberal un aviso de 6 cm. X 8 cm., publicado en la página metropolitana de Bucaramanga, Tiene un costo \$ 70.000

- Los volantes impresos a 2 tintas, en tamaño de 17 cm. X 12 cm., en una cantidad de 1000 volantes, tienen un costo de \$70.000
- Catálogos con un valor de 100.000 paquetes por 10 unidades.

**2.8.6 Estrategia Publicitaria.** En la etapa de lanzamiento de los bolsos se realizará un evento en donde se muestran diversos estilos, de tal forma que los posibles clientes puedan captar el trabajo realizado en cada uno de ellos; para reforzar esta campaña se hará uso de dos cuñas radiales de la emisora Melodía siendo esta con gran sintonía. Esta cuña se emitirá dos veces al día con duración de 30 segundos en horarios familiares; dos el día anterior al lanzamiento de la empresa y otras dos el mismo día del lanzamiento

Volantes, llevar puerta a puerta volantes, la primera entrega, una semana antes (del lanzamiento de la empresa) y la segunda entrega 1 día antes al lanzamiento.

Aviso en vanguardia liberal el domingo antes del día de lanzamiento

Después del lanzamiento:

- Volantes, después del lanzamiento al sexto mes, serán repartidos puerta a puerta y al cumplir un año del lanzamiento de la empresa se repartirán más.
- Hojas membreteadas, serán utilizadas durante el año en la papelería de la empresa.
- Publicidad, ubicación de la empresa en páginas amarillas durante el año para la respectiva publicidad.
- Tarjetas de presentación, También se entregaran durante todo el año a los posibles clientes.
- Catálogos, En el cual se incluirán los diferentes modelos de los bolsos que ofrecerá plasty bolsos.

## 2.8.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

**2.8.7.1 De Lanzamiento.** Cóctel y decoración, radio, catálogo, aviso, Prensa, tarjetas de presentación (Véase cuadro 26)

<b>Tipo de Publicidad</b>	<b>Vr. Unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Volantes</b>	\$70	1.000	\$70.000
<b>Decoración, cóctel y armonización</b>	\$550.000	1	\$550.000
<b>Aviso nombre</b>	\$150.000	1	\$150.000
<b>Radio</b>	\$15.000	4	\$60.000
<b>Tarjetas presentación</b>	\$200	200	\$40.000
<b>Paquete x 10 catálogos</b>	\$100.000	2	\$200.000
<b>Aviso prensa</b>	\$70.000	1	\$700.000
<b>Total</b>			\$1.770.000

**Cuadro 26. Publicidad de lanzamiento**

Fuente: Radio Melodía, Vanguardia Liberal, Litografía Litofast, Fernando alonso

**2.8.7.2 De Operación:** Durante el primer año se presupuesta manejar aviso en las páginas amarillas, Hojas membreteada, Tarjetas de presentación, volantes, Catálogos y pauta en radio. (Véase Cuadro 27)

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V/R UNITARIO</b>	<b>V/R TOTAL</b>
Hojas membreteadas	500	400	\$200.000
Tarjetas de presentación	500	200	\$100.000
Radio	96	\$15.000	\$1'440.000
Aviso publicitario paginas amarillas	1	1.765.500	\$1.765.500
Volantes	2000	70	\$140.000
Catálogo	3	\$100.000	\$300.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$3.945.500</b>

**Cuadro 27. Publicidad de operación**

Fuente: Publicar. Tipografía Litofast, papelería centro copiado Santander

## **2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO**

De acuerdo al estudio de mercados que se realizó se concluyó que el 83% de las mujeres estarían interesadas en adquirir bolsos elaborados en bolsa plástica reciclable debido a su gran innovación en cuanto a diseños, colores y materiales usados en su fabricación. Estos aspectos lo convierten en un producto asequible por su precio, comodidad y versatilidad que hace que las mujeres se sientan jóvenes y a la moda.

El producto se puede llamar novedoso en el mercado, característica que garantiza una demanda permanente, esto permite desarrollar estrategias de comercialización dando estabilidad a la empresa y una buena proyección a largo

plazo. Los resultados obtenidos en el cuestionario muestran que las mujeres prefieren los diseños cuadrado, ovalado y en mochila.

El 85% de las mujeres que usan bolso informal, y de estas el 97% del total de las mujeres están dispuestas a adquirir el bolso elaborado en bolsa plástica (ver cuadro 9), lo cual da la confiabilidad de que es factible comercializar el bolso.

El estudio de campo muestra que la ubicación más adecuada para situar el punto de venta y exhibición de los bolsos es el centro pues, es éste el lugar de preferencia de compra de las mujeres.

La presentación que prefieren es el bolso mediano por comodidad y buena presencia.

El estudio muestra que las consumidoras prefieren el bolso combinado en distintos colores.

La exhibición del producto se hará de manera directa en el sitio de venta a través de las muestras exhibidas y del uso de catálogos.

Se definió que el canal de comercialización más adecuado es el directo, pues este permite llegar de manera más personalizada al cliente final con buenos precios, calidad e innovación.

El precio promedio que las personas pagarían por una unidad de bolso es de \$22.000.

De esta manera, se puede establecer que la empresa cuenta con una serie de condiciones que posibilitan su factibilidad.

### 3. ESTUDIO TECNICO

#### 3.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

##### 3.1.1. Descripción del tamaño del proyecto

Analizada la demanda de los bolsos elaborados en bolsa plástica, el proyecto va dirigido a atender una población estimada en 167.472 mujeres entre los 15 a 50 años que habitan los estratos 2, 3 y 4 del área metropolitana de Bucaramanga ((201.774 \* 83%) \* 2.30 unid) el dato de producción es de 385.182 bolsos de bolsa plástica al año. El proyecto se diseña para cubrir el 3.2% del total de la demanda, 12.500 bolsos al año.

##### 3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto:

- **Tamaño del mercado:** La demanda no condiciona el tamaño del proyecto pues la empresa cubrirá sólo un porcentaje mínimo de ésta.
- **Tamaño, Costos y Aspectos Técnicos:** Los costos y el aspecto técnico así como el tamaño en la infraestructura mecánica condicionan la producción del proyecto según la capacidad operativa que la empresa vaya teniendo.
- **Disponibilidad de insumos y servicios técnicos:** La capacidad de oferta de insumos de los proveedores no condicionan el proyecto, pues los proveedores del área metropolitana son abastecedores para satisfacer la demanda a la vez que son insumos de calidad lo cual permite ofrecer un buen producto.
- Igualmente la **disponibilidad de servicios públicos** tampoco condiciona el tamaño del proyecto por cuanto son servicios de abierta disposición.

- **Tamaño y Localización:** La empresa estará ubicada en el centro de la ciudad de Bucaramanga, sector con bastante afluencia comercial; por lo tanto, este no es un factor que condicione el proyecto.

### 3.1.3. Capacidad el Proyecto

#### 3.1.3.1 Capacidad total diseñada.

El diseño de la empresa está enfocado a cubrir un 3,2% del total de la demanda proyectada, es decir, 12.500 bolsos por año. Este volumen se determina asumiendo un nivel de operación equivalente al 100% tanto en tiempo como en cada uno de los recursos.

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** La empresa cuenta con la capacidad física, tecnológica y de recurso humano para cubrir un nivel de producción equivalente a 10.080 bolsos anualmente (81% de la capacidad diseñada).

DESCRIPCION	BOLSO MARGARITA	BOLSO BLUE MOON	BOLSO TULIPAN
Unds elaboradas x lote	12	12	12
Tiempo producción (min) x lote	468	480	444
Minutos/Jornada	1440		
Turnos x jornada	3		
Tiempo Ocioso (min)	90		
Tiempo real x jornada (min)	1350		
Días de operación x semana	6		
Unds promedio x jornada	11,9	11,9	11,2
Unds elaboradas x semana	71,4	71,4	67,2
Unds elaboradas x mes	285,6	285,6	268,8
Total unds elaboradas x año	3.427	3.427	3.226

**Cuadro 28 . Capacidad instalada**

**3.1.3.3 Capacidad Utilizada y proyectada:** Entendiéndose como el nivel de la capacidad instalada al cual se operará, este será del 65,7% de dicha capacidad. Es decir, la empresa producirá 6.624 bolsos en total el primer año. Se laborará a 2 turnos por jornada, empleando dos operarios que estarán bajo la supervisión de un jefe de producción.

DESCRIPCION	BOLSO MARGARITA	BOLSO BLUE MOON	BOLSO TULIPAN
Unds elaboradas x lote	12	12	12
Tiempo producción (min) x lote	468	480	444
Minutos/Jornada	960		
Turnos x jornada	2		
Tiempo Ocioso (min)	60		
Tiempo real x jornada (min)	900		
Días de operación x semana	6		
Unds promedio x jornada	7,8	7,8	7,4
Unds elaboradas x semana	46,9	46,9	44,2
Unds elaboradas x mes	187,7	187,7	176,6
Total unds elaboradas x año	2.252	2.252	2.120

**Cuadro 29. Capacidad Utilizada.**

Se espera un incremento en el nivel de producción anual del 5%. La proyección de producción para los cinco años es la siguiente:

Diseño	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Diseño Margarita	2.252	2.365	2.483	2.607	2.737
Diseño Blue Moon	2.252	2.365	2.483	2.607	2.737
Diseño Tulipán	2.120	2.226	2.337	2.454	2.577
Total Bolsos	6.624	6.955	7.303	7.668	8.052
% de operación de la capacidad instalada	66%	69%	72%	76%	80%

**Cuadro 30. Producción anual de bolsos.**

Al final del horizonte del proyecto la empresa alcanzará el 80% de la capacidad instalada.

### 3.2. LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macro localización.** La planta industrial de “Plasty bolsos” al igual que su punto de venta, estarán localizados en el Departamento de Santander, Municipio de Bucaramanga y su área metropolitana.

**3.2.2 Micro localización.** La industria “Plasty Bolsos” estará localizada en el centro de Bucaramanga, en la calle 35 Nro. 14 – 49. Los parámetros bajo los cuales se tomó esta decisión son los siguientes:

FACTORES Y GRADO	PUNTOS		PONDERACIÓN
F1. Costo de transporte de productos e insumos			3%
1 Muy costoso: mayor de a \$10.000	0		
2 costoso: Entre \$5.000 y \$ 10.000	30	30	
3 Económico: Menor a \$ 5.000	60		3% x 1000 pts
F2 Costo de arrendamiento del local			11%
1 Muy costoso: Mayor a \$ 1.000.000	0		
2 Costos: Entre \$ 850.000 y \$ 1.000.000	55	55	11% x 1000
3 Económico: Menor a \$ 800.000	110		pts
F3 Costo de servicios públicos			12%
1 Muy costoso: Mayor a \$ 200.000	0	0	
2 Costos: Entre \$150.000 y \$ 200.000	60		
3 Económico: Menor a \$ 100.000	120		12% x 1000
			pts
F4 Ubicación de los clientes:			13%
1 Malo: Los clientes están ubicados muy lejos de la empresa	0		
2 Regular: Los clientes están ubicados lejos de la empresa	65		
3 Bueno: Los clientes están ubicados cerca de la empresa	130	130	13% x 1000
			pts

<b>FACTORES Y GRADO</b>	<b>PUNTOS</b>		<b>PONDERACIÓN</b>
F5 Localización de los productos e insumos 1 Malo: Los proveedores están ubicados muy lejos de la empresa 2 Regular: Los proveedores están ubicados lejos de la empresa. 3 Bueno: Los proveedores están ubicados cerca de la empresa.	0 25 50	50	5% 5% x 1000 pts
F6 Disponibilidad vías de acceso 1 Malo: el número de vías de acceso es mínimo 2 Regular: El número de vías de acceso es regular 3 Bueno: El número de vías de acceso es adecuado	0 40 80	80	8% 8% x 1000 pts
F7. Infraestructura disponible 1 Malo: El local comercial cuenta con muy poca área construida y carece de distribución interna 2 Regular: El local comercial cuenta con poca área construida y carece de una adecuada distribución interna 3 Bueno: El local comercial cuenta con suficiente área construida y una adecuada distribución interna.	0 35 70	70	7% 7% x 1000 pts
F8. Servicios Públicos disponibles 1 Malo: Los servicios públicos requeridos son escasos 2 Regular: Los servicios públicos requeridos son limitados 3 Bueno: Los servicios públicos requeridos son variados	0 35 70	70	7% 7% x 1000 pts
F9. Presencia de actividades empresariales 1 Malo: Las actividades empresariales en el sector son escasas 2 Regular: Las actividades empresariales en el sector son limitadas 3 Bueno: Las actividades empresariales en el sector son variadas	0 30 60	60	6% 6% x 1000 pts
F10. Acceso a parqueo 1 Malo: No hay sitio disponible para parqueo 2 Regular: el sitio disponible está retirado de la empresa 3 Bueno: Existe un sitio de parqueo adecuado y ubicado a las puertas de la empresa.	0 30 60	60	6% 6% x 1000 pts

FACTORES Y GRADO	PUNTOS		PONDERACIÓN
F11 Disponibilidad de transporte			9%
1 Malo: Transitan muy pocas rutas de buses, busetas y taxis	0		
2 Regular: Transitan algunas rutas de buses, busetas y taxis	45		
3 Bueno: Transitan numerosas rutas de buses, busetas y taxis.	90	90	9% x 1000 ptos
F12. Impacto social			10%
1 Malo: La creación de la empresa despierta poco interés en la comunidad circundante	0		
2 Regular: La creación de la empresa despierta interés en la comunidad circundante	50		100% x 1000 ptos
3 Bueno: La creación de la empresa despierta un gran interés en la comunidad circundante.	100	100	
TOTAL		100	100%

**Cuadro 31. Ponderación de factores**

Fuente: Autores del proyecto

FACTOR	Calle 6 Nr. 6-26		Calle 35 Nr. 14-49		Cra. 15 Nr. 14-09 Pdta	
	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE	GRADO	PUNTAJE
1	2	30	2	30	1	0
2	2	55	2	55	2	55
3	1	0	1	0	1	0
4	3	130	3	130	2	65
5	3	50	3	50	2	25
6	2	40	3	80	2	40
7	2	35	3	70	1	2
8	3	70	3	70	3	70
9	3	60	3	60	3	60
10	2	30	3	60	1	0
11	3	90	3	90	2	45
12	2	50	3	100	2	50
<b>TOTAL</b>	<b>640</b>		<b>795</b>		<b>410</b>	

**Cuadro 32. Determinación de la Ubicación**

Fuente: Autoras del Proyecto

Bajo el estudio realizado, se puede observar que el centro de Bucaramanga es el sitio que reúne las mejores características para ubicar tanto la fábrica como el punto de venta de la empresa.

Los factores más relevantes en esta decisión son la afluencia significativa de clientes, buenas vías de acceso e infraestructura física adecuada.

### **3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO**











**3.3.1 Descripción del proceso para la elaboración del bolso hecho en bolsa plástica reciclable.** El proceso de producción de los tres bolsos es similar, varían únicamente los accesorios que lleva cada una de las tres presentaciones. El proceso es en general el siguiente para un lote de 12 unidades por presentación: En primer lugar se hace la compra del material base que es el plástico reciclado, teniendo en cuenta los diseños escogidos y es recibido por las operarias haciendo la respectiva revisión del mismo, allí se almacena para que cada mañana las personas encargadas de la producción entreguen el material a las operarias.

- ✓ La operaria recibe las especificaciones, moldes, material y elementos necesarios para la elaboración de cada una de las piezas que conformaran el bolso junto con los accesorios y elementos adicionales necesarios para su trabajo. Los materiales detalladamente para cada una de las presentaciones son:
  - Margarita: Moldes de las tres piezas, aplicación de la flor tejida en el mismo material, aplicación del botón en el mismo material.

- Tulipán: Moldes de las tres piezas tejidas mas las instrucciones de puntada, al igual que en todos los demás, este bolso por seguridad lleva un broche de seguridad de imán.
  - Blue moon: Tiene tres moldes más los apliques tejidos en el mismo material y el sistema de cerrado (cierre, imán, etc.).
- 
- ✓ Se toman las bolsas en forma de tubo y se llevan a la máquina cortadora para dividir las en cintas que a su vez las va torciendo formando un cordel para mayor resistencia del material.
  - ✓ La máquina cortadora en cada extremo de la salida de los cordeles tiene una ovilladora que forma con el material ovillos medianos para garantizar que el cordel no se enrede.
  - ✓ La operaria toma los ovillos y enhebra la máquina tejedora y programa el diseño de las partes y la puntada según el modelo a elaborar.
  - ✓ Una vez hechas las partes del bolso la operaria toma estas y las une con un tejido manual.
  - ✓ Luego realiza acabados, coloca etiquetas y empaque quedando el producto listo para la comercialización.






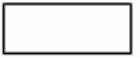




### 3.3.2 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.

Diagrama de proceso elaboración del bolso Tulipán. Lote x 12 unidades:

Símbolo	PASOS	PROCESO	Unidad bolso tejido
			Tiempo en minutos
	1	Sacar los paquetes de bolsas sitio de almacenamiento	12
	2	Preparar las bolsas pasándolas por la cuchilla para quitarles las bases y las manijas.	24
	3	Colocar bolsas en la máquina cortadora	12
	4	Accionar máquina cortadora	60
	5	cortadora forme cordeles y ovillos	78
	6	Enhebrar máquina tejedora	6
	7	Esperar que la máquina tejedora forme piezas del	96
	8	Armar manualmente el bolso de acuerdo a diseño	132
	9	Realizar los respectivos acabados como colocar hebillas, adornos de acuerdo al diseño.	12
	10	Empacar el producto y colocar etiquetas	12
		<b>Tiempo total en minutos</b>	<b>444</b>

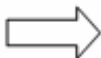




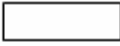


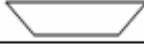

**Cuadro 33. Diagrama de proceso elaboración del bolso Tulipán.**

Diagrama de proceso elaboración del bolso Margarita. Lote x 12 unidades.

Símbolo	PASOS	PROCESO	Unidad bolso tejido
			Tiempo en minutos
	1	Sacar los paquetes de bolsas sitio de almacenamiento	12
	2	Preparar las bolsas pasándolas por la cuchilla para quitarles las bases y las manijas.	24
	3	Colocar bolsas en la máquina cortadora	12
	4	Accionar máquina cortadora	60
	5	Esperar que la máquina cortadora forme cordeles y ovillos	78
	6	Enhebrar máquina tejedora	6
	7	Esperar que la máquina tejedora forme piezas del bolso	84
	8	Armar manualmente el bolso de acuerdo a diseño	120
	9	Se coloca el botón y la aplicación de la flor.	60
	10	Empacar el producto y colocar etiquetas	12
		<b>Tiempo total en minutos</b>	468

**Cuadro 34. Diagrama de proceso elaboración del bolso Margarita**

Diagrama de proceso elaboración del bolso Blue Moon. Lote x 12 unidades.

Símbolo	PASOS	PROCESO	Unidad bolso tejido
			Tiempo en minutos
	1	Sacar los paquetes de bolsas sitio de almacenamiento	12
	2	Preparar las bolsas pasándolas por la cuchilla para quitarles las bases y las manijas.	24
	3	Colocar bolsas en la máquina cortadora	12
	4	Accionar máquina cortadora	60
	5	Esperar que la máquina cortadora forme cordeles y ovillos	78
	6	Enhebrar máquina tejedora	6
	7	Esperar que la máquina tejedora forme piezas del bolso	84
	8	Armar manualmente el bolso de acuerdo a diseño	144
	9	Pegar aplicación frontal de la imagen en blanco	48
	10	Empacar el producto y colocar etiquetas	12
		<b>Tiempo total en minutos</b>	480

**Cuadro 35. Diagrama de proceso elaboración del bolso Blue Moon.**

**3.3.3 Control de Calidad.** El control de calidad es un enfoque en el cual todo el personal de la compañía está involucrado, con el fin de lograr el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios que se ofrecen.

De acuerdo a esto la empresa “Plasty Bolsos” manejará el control de calidad de los productos que elabora y comercializa organizando un plan.

**Calidad en la recepción de materias primas:** En el momento en que se adquieren la materia prima la cual es inspeccionada por el encargado, verifica que los paquetes de bolsas estén en estado óptimo sin agujeros y en estado de limpieza, el material que se recepcionará es poliuretano de baja densidad y su calibre es aproximadamente de 9 a 15 micrones. En esta fase, los operarios toman el material y verificaran con un frote entre sus manos el grosor del plástico que entrega el proveedor para verificar que sea apto en densidad y para desarrollar las tareas, solo por medio de observación y revisión directa se puede concluir que es el material que se necesita. Para ello se hace uso de guantes quirúrgicos verificando que no exista material de ningún otro tipo adherido a este. En caso de que haya duda de que el material sea el adecuado se hace una prueba con 10 mts de tira de 2 cms, de esta manera se define si se rechaza y cambia o si se trabaja con el material. Los proveedores de la materia prima suministrarán ésta en cuatro colores distintos, de los cuales dependerá su uso respectivo en cada uno de los diseños. Por cada bolso que se produzca, la empresa requerirá aproximadamente 10mts<sup>2</sup> de poliuretano de baja densidad reciclado.

**Calidad en la Producción:** Durante el proceso de fabricación del bolso al programar la máquina cortadora se asegura que las cintas queden de una anchura de 1cm aproximadamente para que el cordel quede manejable y resistente al momento de ser procesado en la máquina tejedora; El operario une el bolso de manera manual asegurándose que las costuras queden resistentes, los acabados se efectúan una a una de las unidades producidas quitando sobrantes y colocando manualmente los respectivos accesorios los cuales deben cumplir con estándares de calidad; el acetato que sirve de empaque debe ser resistente y manejable.

### 3.3.4. Recursos

**3.3.4.1 Recurso Humano.** El recurso humano está conformado por dos operarios de producción más un jefe de producción el cual realizará labores de supervisión. En el área administrativa se contará con un gerente general, una secretaria y dos vendedores.

**3.3.4.2 Recurso Físico.** Los recursos físicos necesarios para la producción de bolsos para dama en bolsa plástica son: (Véase cuadro )

DESCRIPCION	CANTIDAD	VR UNIDAD	VR TOTAL
Máquina tejedora Brother	1	\$ 2.500.000	\$2.500.000
Máquina Cortadora	1	\$ 5.000.000	\$5.000.000
Cuchilla eléctrica	1	\$ 500.000	\$ 500.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$8.000.000</b>

**Cuadro 36. Maquinaria y equipo**

Fuente: Brother- Hilos y Máquinas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR UNIDAD	VR TOTAL
Escritorio secretarial	1	\$260.000	\$260.000
Escritorio tipo Gerente	1	\$ 280.000	\$ 280.000
Vitrinas para exhibición	2	\$180.000	\$360.000
Silla tipo Gerente	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Silla secretarial	2	\$80.000	\$160.000
Silla Rimax para producción	2	\$21.000	\$42.000
Mueble Computador	1	\$ 190,000	\$ 190.000
Estante metálico	1	\$258.000	\$258.000
Archivador 4 Gavetas	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Botiquín	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Extintores	2	\$ 63.000	\$ 126.000
Papelera en madera	2	\$ 30.000	\$ 60.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.176.000</b>

**Cuadro 37. Muebles y Enseres**

Fuente: La casa del Mueble Ltda.

DESCRIPCIÓN	VR UNIDAD	VR TOTAL
Equipo de computo Pentium(2)	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
Impresora H.P	\$ 300.000	\$ 300.000
Telefax	\$ 250.000	\$ 250.000
Teléfono convencional	\$ 80.000	\$ 80.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.630.000</b>

**Cuadro 38. Equipo de oficina**

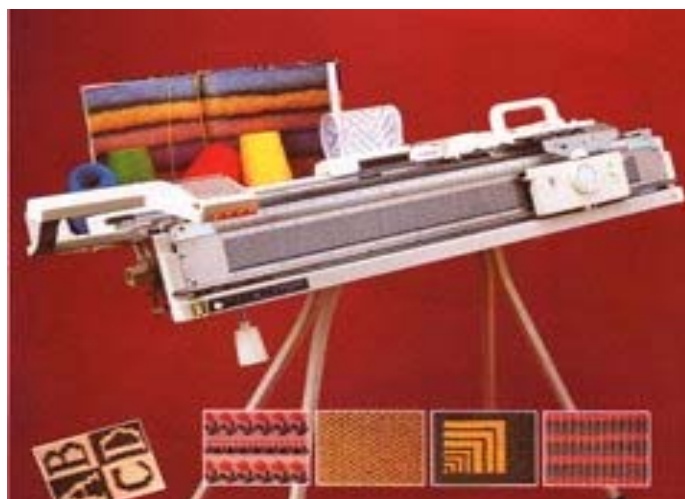
Fuente: Carrefour S.A.

DESCRIPCION	CANTIDAD	VR UNIDAD	VR TOTAL
Agujeta nr. 1, agujas manuales	10	\$ 2.000	\$ 20.000
Tijeras confección Corneta	2	\$ 50.000	\$100.000
Pistola de Silicona	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Mesas para corte	2	\$180.000	\$360.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 500.000</b>

**Cuadro 39. Herramientas**

Fuente: Hilos y Máquinas

Maquinas empleadas en el proceso de producción.



**Figura 9. Máquina tejedora**



**Figura 10. Máquina cortadora**

La máquina tejedora es una máquina tejedora manual de punto con ganchillos de lengüeta que permiten mayor seguridad en el tejido y menos enredos. Las características técnicas de esta son : Tener un funcionamiento manual por medio de una lanzadera que en cada pasada de la operaria engancha el hilo o tira en los bucles de la tira anterior tal y como se hiciera manualmente.

La maquina para cortar es una guillotina de alta densidad que permite cortar gran cantidad de material en poco tiempo. Una de sus ventajas es que además de lo rápida que es, permite hacer cortes finos y exactos.

### 3.3.4.3 Recursos de Materia prima y Cif.

ESTILO DEL BOLSO	MATERIA PRIMA			
	DESCRIPCION	CAANTIDAD MES	VLOR UNITARIO	TOTAL MES
MARGARITA	Plástico poliuretano (mt <sup>2</sup> )	1.880	350	658.000
	Forro con bolsillo interior	188	4.000	752.000
	<b>TOTAL</b>			<b>1.410.000</b>
BLUE MOON	Plástico poliuretano (mt <sup>2</sup> )	2.820	350	987.000
	Forro con bolsillo interior	188	4.000	752.000
	<b>TOTAL</b>			<b>1.739.000</b>
TULIPAH	Plástico poliuretano (mt <sup>2</sup> )	2.124	350	743.400
	<b>TOTAL</b>			<b>743.400</b>

**Cuadro 40. Materia prima para la producción**

Las cantidades corresponden a una producción mensual equivalente a 188 bolsos Margarita, 188 bolsos Blue Moon y 177 bolsos Tulipán.

ESTILO DEL BOLSO	CIF				
	CIF	DESCRIPCION	CAANTIDAD MES	VLOR UNITARIO	TOTAL MES
MARGARITA	INSUMOS	Cierre de 15 cm para el bolsillo interior	188	300	56.400
	OTROS CIF	Depreciación (34% del total)			64.985
	<b>TOTAL</b>				<b>121.385</b>
BLUEMOON	INSUMOS	Cierre de 15 cm para el bolsillo interior	188	300	56.400
	INSUMOS	Cierre de seguridad de 30 cm en la parte superior	188	500	94.000
	OTROS CIF	Depreciación (34% del total)			64.985
<b>TOTAL</b>				<b>215.385</b>	
TULIPAH	INSUMOS	Iman para cierre del bolso en la parte superior	177	800	141.600
	OTROS CIF	Depreciación (32% del total)			61.163
	<b>TOTAL</b>				<b>202.763</b>

**Cuadro 41. CIF**

Nota: La depreciación se asignó según la participación aproximada de producción de cada línea de bolsos.

Las cantidades corresponden a una producción mensual equivalente a 188 bolsos Margarita, 188 bolsos Blue Moon y 177 bolsos Tulipán.

### 3.3.5 Distribución de la planta

Descripción	Área Estimada
1. Área de bodega	3.24 * 3.9 mts
2. Oficinas administrativas	3.24 * 3.2 mts
3. Planta de producción	3.86 * 3.27 mts
4. Baños	1.3 * 2. mts
5. Bodega de materia prima	8 * 3.9 mts
6. Punto de venta	4.76 * 3.9 mts
7. Área de recepción	3.95 * 4 mts
8. Sala de juntas y escaleras	3.7 * 8 mts
<b>TOTAL</b>	<b>133,39mts<sup>2</sup></b>

Cuadro 42. Distribución de planta

### 3.3.6 Plano de distribución de la planta de producción.

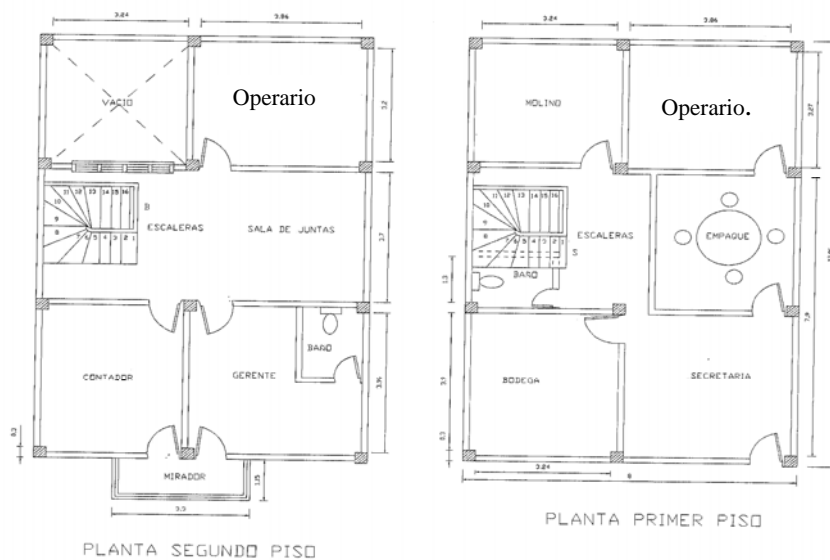


Figura 11. Plano de distribución de la planta de producción.

### **3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.**

Definido el tamaño del proyecto, la capacidad total diseñada, instalada y utilizada se concluye que técnicamente es factible la creación de una empresa productora de bolsos para dama de bolsa plástica reciclable, en primer lugar porque los factores que la determinan son manejables, además la localización geográfica es muy importante por la ubicación en cuanto a transporte, sector comercial, costos locativos, entre otros, ya que permite proyectar una visión amplia de lo que se desea realizar.

La empresa cuenta con la capacidad de cubrir un 3,2% de la demanda total, es decir, 12.500 bolsos por año. Inicialmente, se alcanzará un volumen de producción equivalente a 6.624 bolsos al año (Véase cuadro 27). Por ello se hace factible operativamente pues el nivel de producción es moderado y está por debajo de la capacidad instalada.

De otra parte se debe tener en cuenta que el proceso de producción no es complejo pero sí se debe tener mucha organización para lograr buenos resultados, ya que el sistema de venta y la calidad del producto son determinantes para obtener la satisfacción del cliente y conquistar nuevos mercados. La comercialización y publicidad de los productos se realizará directamente con el fin de brindar al cliente una mejor atención, para ello se hará uso de las muestras ubicadas en el sitio de venta junto con los catálogos.

Se concluye también que el control de calidad se manejará en conjunto con todos los miembros de la empresa, desde la llegada de la materia prima hasta su despacho final con el fin de garantizar una logística de producción y comercialización acorde a los objetivos de la empresa.

La empresa contará con un punto de venta ubicado estratégicamente en el centro

de Bucaramanga.

Así mismo el estudio técnico muestra que la empresa productora de bolsos para dama en bolsa plástica contará inicialmente con (dos) operarios más un jefe de producción para no incurrir en sobrecostos.

La materia prima y los insumos son de fácil consecución por lo tanto su disponibilidad es suficiente para cumplir con el proceso operativo sin contratiempos.

En cuanto al recurso físico el estudio muestra que la compañía necesitará un local amplio con maquinaria, muebles y enseres y equipo de oficina para su funcionamiento.

Técnicamente el proyecto es factible porque cuenta con los aspectos necesarios para llevar a cabo la creación de la empresa. La puesta en marcha de esta empresa promete tener éxito a nivel regional, ya que cuenta con personal preparado, calificado con una amplia experiencia en el ramo de la manufacturación de los bolsos. Se cuenta con los recursos físicos necesarios modernos y como requiere tecnologías simples, nos permite garantizar una producción acorde con las necesidades del mercado, así mismo el recurso humano tanto operativo como administrativo cuenta con el conocimiento necesario para el buen funcionamiento, uso y administración del capital y recursos existentes.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En este capítulo se define el tipo de empresa que se desea constituir, dentro del marco legal e institucional, también lo correspondiente a la estructura organizacional de la empresa más conveniente según los niveles jerárquicos y las correspondientes asignaciones salariales al igual que sus responsabilidades laborales con los perfiles para cada cargo. Igualmente se textualiza la visión, la misión y los objetivos que persigue la empresa durante su vida útil.

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN (TIPO DE EMPRESA).

La empresa Plasty bolsos Ltda. se constituirá como una sociedad limitada, sujeta a los artículos 110-119 del código de Comercio.

**4.1.1 Constitución legal.** Toda actividad empresarial debe encontrarse constituida legalmente proporcionándole una mayor autonomía y un mejor desenvolvimiento en el campo económico en el cual se constituyó. Los pasos más importantes para la constitución de una empresa en nuestro país son:

- **Reunión de la Fundación (Cuando hay varios socios).** En la reunión de la constitución de la empresa se debe elaborar un acto donde queda por escrito el motivo de la reunión, el día y la hora de realización de la misma, el tipo de sociedad al constituirse, al igual que el número de socios y el aporte de cada uno de ellos. Plasty Bolsos Ltda. contará estará conformada por dos socios capitalistas.

Aprovechando la reunión efectuada, se elabora la escritura de constitución de la sociedad, para ser transferida a la notaria para su posterior elaboración.

- **Confirmación del nombre.** Pasar solicitud a la cámara de comercio. Con el propósito de verificar si existe o no una empresa con el mismo nombre comercial que se le piense dar a la constitución, la cámara de comercio protege el nombre de la sociedad mientras su legalización, por un tiempo de 15 días.

- **Inscripción de la escritura ante notaria.** Elaborar la escritura de constitución y legalizarla en la notaria para que la sociedad tome cuerpo como tal.

- **Inscripción en la cámara de comercio.** En la cámara de comercio se tramita el registro Mercantil; para tal propósito se diligencian unos formularios suministrados por la cámara adjuntando copias de la escritura de constitución.

- **Obtención del NIT.** La solución se hace ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales, para que otorguen el número de identificación tributaria. Debe ir acompañada de una copia del certificado de constitución y el nombre del representante legal de empresa. Una vez recibido el NIT, dirige a la cámara de comercio para informar allí el NIT otorgado en la dirección de impuestos y así será incluido en el certificado de existencia y representación.

- **Inscripción de los libros de contabilidad.** Dependiendo del tipo de sociedad, es necesario inscribir los siguientes libros: el libro de Actas de junta de socios, los Libros de Diario, Mayor y Balance, compras, ventas, sueldos y salarios entre otros.

- **Permiso de funcionamiento.** Legalizado todo lo relativo a la constitución de la empresa, se procede a obtener los correspondientes permisos de funcionamiento de la unidad económica.

- **Aspectos de tributación.** Para constituirse bajo la modalidad de una sociedad limitada, debe acogerse a lo estipulado en la última Reforma tributaria, que establece una tarifa del 35% como contribución legal de impuesto sobre la renta. (Véase cuadro 35)

<b>ENTIDAD</b>	<b>COSTOS</b>
Notaria	\$158.500
Cámara de comercio	\$332.500
Banco Agrario	\$156.000
Secretaria de hacienda	\$ 29.100
Derechos de autor, Acimpro	\$ 37.900
Aportes parafiscales	\$960.795
Dpto. técnico de bomberos	\$ 75.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.749.795</b>

**Cuadro 43. Costos de constitución**

Fuente Autores del proyecto

## **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

**4.2.1 Misión.** Plasty bolsos Ltda. Tiene como misión producir bolsos de muy buena calidad con base en bolsa plástica, teniendo un personal altamente especializado que garantizan y manejan actividades y procesos óptimos con un alto nivel de cumplimiento para alcanzar la satisfacción de nuestros clientes con estándares de buen manejo de la calidad. Constituyéndose en agente generador de empleo, una opción que mejora la calidad de vida de la comunidad y un promotor del desarrollo socio económico.

**4.2.2 Visión.** La empresa denominada PLASTY BOLSOS Ltda. Será en el 2015 una empresa con la mayor proyección económica y social de la región,

reconocida por su calidad en los productos que ofrece y comercializa, por su precio, tecnología y profesionalismo. Buscando superar las expectativas de los clientes y comunidad en general. Destacados además por su dedicación a la formación capacitación y desarrollo de sus empleados, respeto integral al medio ambiente y compromiso con el desarrollo del país.

**4.2.3 Objetivos.** Los objetivos globales corporativos son los factores integradores de la tarea de la alta gerencia y por lo tanto, deberán reflejarse en los planes funcionales y operativos de cada unidad estratégica de negocio son dicho de otra manera, el amarre entre los responsabilidades funcionales y la dirección estratégica de la empresa.

1. Formar un equipo de trabajo con personal idóneo, responsable y con alto sentido de pertenencia logrando posicionar la empresa en el mercado local.
2. Proporcionar una fuente de empleo en Bucaramanga y su área manteniendo un ambiente propicio para el desarrollo laboral y humano de los empleados.
3. Dar capacitación laboral y social al talento humano de tal forma que le permiten desarrollarse integralmente en su vida y personal.
4. Conocer el mercado, la competencia y los demás servicios que se ofrecen, es una tarea fundamental para la organización. Para ello establece sistemas que permitan hacer un seguimiento sistemático al mercado y la competencia, diversificando y diseñando así nuevos productos que anticipan y respondan adecuadamente a las necesidades de los clientes y que permitan el crecimiento de Plasty bolsos Ltda en el mercado.

5 Desarrollar tecnológicamente y de manera integral la empresa para lograr una entidad eficiente y un óptimo servicios al cliente, será una tarea prioritaria en los próximos cinco años.

6. Crear una cultura de servicio al cliente será una estrategia fundamental para la organización.

7. La empresa Plasty bolsos Ltda. Obtendrá niveles que aseguren su permanencia, crecimiento, generación de utilidades y competitividad, para ello, velará por la productividad en términos de eficiencia en la aplicación de sus recursos mediante estrategias de productividad claramente definidas.

#### **4.2.4 Principios corporativos**

- La honestidad será bandera de la empresa para crear honorabilidad en los clientes internos y externos.
- El rendimiento que aporte cada uno de los empleados es importante para mejorar la producción y la calidad del producto, esto aumentará el rendimiento personal y de la empresa.
- La responsabilidad pieza fundamental para la entrega oportuna del producto y valor importante de rescatar en los empleados de Plasty bolsos.
- La puntualidad importante valor de estricto cumplimiento para la cultura responsable y ambiente laboral.

- El conducto regular se cumplirá, pero el trato entre empleados desde su gerente hasta el operario será grata y en un ambiente sano y propicio de motivación personal y empresarial.
- Sentido de pertenencia de los cliente internos valor que no debe desaparecer pues este hará crecer la empresa en valores y comercialmente.

**4.2.5. Políticas.** El objetivo general de toda organización es obedecer, responder a las necesidades del grupo humano en ella involucrado y de la comunidad circundante, mediante la realización de determinadas actividades.

- **Políticas de personal**

- **Convocatoria.** Es la forma de atraer personal a la empresa apta para trabajar. Plasty bolsos Ltda. utilizará como fuente los medios de comunicación: vanguardia liberal y la recomendación directa.

- **Selección.** El objeto es elegir al personal que va a ser integrado a la empresa. El responsable del proceso selectivo analizará las hojas de vida y confrontará las referencias. Una vez tomada la decisión, se comunicará los resultados en forma personal o por medio de una carta.

- **Contratación** Corresponde al hecho de realizar legalmente la vinculación del personal a la empresa, una vez cumplidos los requisitos. Se realizará para formalizar este hecho un contrato de trabajo a termino fijo, se le darán a conocer las funciones y responsabilidades del cargo a ocupar, las condiciones y reglamentos, su posición dentro de la empresa y finalmente se le cita el día en que comenzará su periodo de prueba. Se contratará el personal para la empresa de acuerdo con sus necesidades ajustándose estrictamente a los perfiles de cada cargo.

Contratar al Contador mediante un contrato de prestación de servicios.

Capacitar al obrero en sus labores.

Crear un ambiente de trabajo óptimo para el bienestar y motivación de los empleados.

Contar con un programa de higiene, seguridad industrial y seguridad social para los empleados y operarios.

- **Políticas de compra**

**-Compra de bolsas.** Se comprarán las bolsas plásticas a cooperativas de reciclaje, ellos se encargan de transportarla a la empresa. Los pagos serán estrictamente de contado.

Realizar una evaluación periódica de proveedores estableciendo su cumplimiento, calidad de insumos y demás aspectos que permitan perfilar lo más adecuado para la empresa

- **Políticas de ventas.** En la empresa Plasty bolsos Ltda. se realizarán las ventas de bolsos para dama en tres estilos diferentes, bolso Margarita, bolso Blue Moon y el bolso Tulipán. La venta se hará de manera directa al consumidor en el punto de exhibición y ventas.

### **4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

El organigrama representa las líneas de autoridad y el departamento a los cuales pertenece cada cargo, para la empresa denominada Plasty bolsos Ltda.

Inicialmente tendrá una estructura organizacional acorde con las necesidades y recursos así:

- Gerente (tiempo completo)
- Vendedor (Dos, tiempo completo)
- Secretaria (tiempo completo)
- Dos Operarios (tiempo completo)
- Un supervisor de producción (tiempo completo).
- Contador (prestación de servicios)

- **Descripción de cargos.** La descripción de cargos constituye una herramienta esencial para el buen funcionamiento de la empresa ya que permite evaluar el desempeño del personal, si se tiene definidas las Responsabilidades se logra mayor organización y equilibrio de la empresa.

- **Perfil del cargo.** Este formato se tendrá en cuenta en el momento de la selección de personal para laborar en la empresa Plasty bolsos Ltda.

• **Prestaciones sociales.** Plasty bolsos Ltda. reconocerá las Prestaciones sociales de ley vigentes tales como:

- Cesantías: liquidadas y canceladas en el momento de terminación del contrato ya que este es fijo.
- Intereses a las cesantías: serán canceladas a la terminación del contrato
- Prima de servicios: para tener derecho a ellas, el empleado deberá haber laborado un mínimo de 90 días en cada periodo. La prima se cancelará semestral, el primer periodo abarca de enero 1 a junio 30 y debe ser cancelada a más tardar el 30 de junio. El segundo periodo comprende de 1 de julio a 31 de diciembre y debe ser cancelada hasta el 20 de diciembre.

- Vacaciones: Para tener derecho a esta prestación el empleado debe haber laborado 180 días como mínimo.
- Dotación: 3 dotaciones anuales que comprenden pantalones, camisas y botas.
- **Bienestar social.** Es el conjunto de programas por medio de los cuales se buscan satisfacer las necesidades Mínimas de una persona (alimentación, salud, vivienda, vestuario, educación y recreación) con el objeto de buscar su bienestar

Plasty bolsos Ltda. Cumplirá con todas las obligaciones exigidas por la ley: para salud se cotizará con la EPS COMEVA por efectos de cubrimiento y garantías en la prestación del servicio, para riesgos profesionales con SURATEP dada su calidad y respaldo internacional, en cuanto a la caja de compensación estará con CAJASAN.

- **Riesgos profesionales** Plasty bolsos Ltda. Se afiliará a SURATEP , para lo cual se deberá dar cumplimiento a los pasos estipulados por esta empresa teniendo en cuenta lo siguiente.

Información general de la empresa, información de sus centros de trabajo con la clase de riesgo, Relación inicial de trabajadores con cedula, nombre, salario, código del centro de trabajo, cargo, fecha de nacimiento, E.P.S y A.F.P.

4.3.1 Organigrama

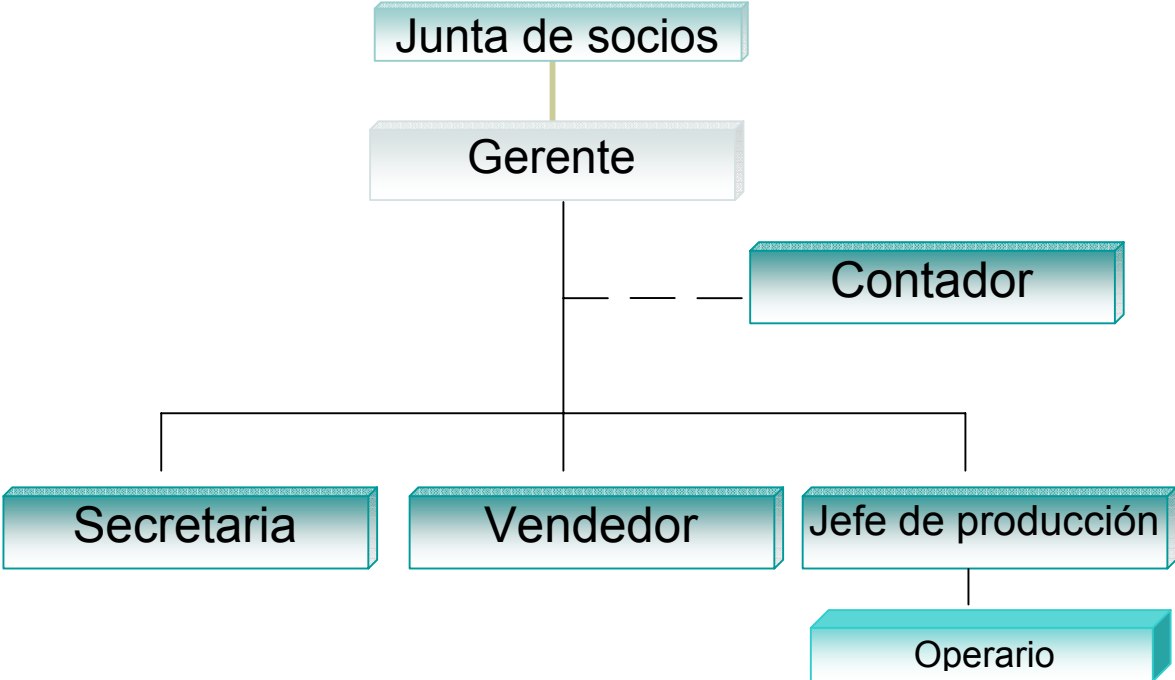


Figura 12. Organigrama Plasty bolsos Ltda.

Fuente: Autoras del proyecto

### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos:

*Plasty Bolsos Ltda.*

NOMBRE DEL CARGO: Gerente		CÓDIGO:	FECHA
DIVSIÓN : Administrativo		DEPARTAMENTO: Gerencia	
SECCIÓN: Oficina Empresa		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUPERVISAR A: Producción y Planta		N° DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL:</b> Ejecutar seis tareas básicas: fijar objetivos; derivar metas en cada área de objetivos; organizar tareas, actividades y personas; motivar y comunicar, controlar y evaluar; y, desarrollar a la gente y a sí mismo.			
<b>DETALLE DE FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar ingresos y egresos</li> <li>• Representar a la sociedad y administrar su patrimonio.</li> <li>• Supervisar manejo de materias primas</li> <li>• Revisar documentación y saldos bancarios</li> <li>• Contratar las personas que deban desempeñar los empleos creados por la Junta Directiva de acuerdo con las necesidades de la compañía y, resolver sobre sus renuncias y dirigir las relaciones laborales.</li> <li>• Realizar actividades de control, aprobación y pago de compras de materia prima, suministros y demás.</li> </ul>			
HABILIDAD	EDUCACION Profesional <b>en carreras administrativas o afines.</b>		
	EXPERIENCIA un año <b>en gerencia comercial.</b>		
	ENTRENAMIENTO Tres meses		
	HABILIDAD MENTAL Dedicación espíritu comercial		
	HABILIDAD MANUA Rápido		
RESPONSABILIDAD	SUPERVISION Contador vendedor, secretaria, operarios		
	RESPONSABILIDADES POR MATERIALES, EQUIPOS Y OTROS Muebles de su oficina, equipo de cómputo		
	MANEJO DE VALORES Ocasionales		
ESFUERZO	MENTAL Concentración máxima para controlar y planear		
	FISICO Ninguno		
CONDICION	MEDIO AMBIENTE		
	RIESGOS		
OBSERVACIONES			
APROBÓ		APROBÓ	

NOMBRE DEL CARGO: Secretaria <b>Auxiliar contable</b>		CÓDIGO:	FECHA:
DIMSIÓN: : Administrativo		DEPARTAMENTO: Administrativo	
SECCIÓN: : Oficina Empresa		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUPERVISAR A: Ninguno		N° DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL: -</b> Recepción de los documentos, organizar citas para la gerencia, contestar el teléfono, venta en mostrador y toma de pedidos.			
<b>DETALLE DE FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar agenda del gerente</li> <li>• Realizar actividades de atención al cliente y ventas en mostrador.</li> <li>• Recepcionar pedidos de manera personal y/o telefónica.</li> <li>• Realizar facturación.</li> <li>• Realizar cheques para pagos de materia prima</li> <li>• Llevar el Kardex</li> <li>• Elaborar la nómina <b>y llevar la contabilidad de la empresa</b></li> </ul>			
HABILIDAD	EDUCACION C.A.P. del Sena <b>en secretariado auxiliar contable.</b>		
	EXPERIENCIA Un año		
	ENTRENAMIENTO 15 días		
	HABILIDAD MENTAL Dedicación, memoria, rapidez y honradez		
	HABILIDAD MANUAL Rápido, puntual		
RESPONSABILIDAD	SUPERVISION Ninguno		
	RESPONSABILIDADES POR MATERIALES, EQUIPOS Y OTROS Muebles y enseres de oficina, equipo de cómputo.		
	MANEJO DE VALORES Caja menor		
ESFUERZO	MENTAL Concentración máxima		
	FISICO Ninguno		
CONDICION	MEDIO AMBIENTE Ninguno		
	RIESGOS Ninguno		
OBSERVACIONES			
APROBÓ		APROBÓ	

*Plasty Bolsos Ltda.*

NOMBRE DEL CARGO: Contador		CÓDIGO:	FECHA
DIVSIÓN: : Administrativo		DEPARTAMENTO: Contaduría	
SECCIÓN: : Independiente		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUPERVISAR A: Ninguno		Nº DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Llevar la contabilidad de la empresa			
DETALLE DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar estados financieros</li> <li>• Realizar conciliación bancaria</li> <li>• Realizar declaración de renta y retención en la fuente</li> </ul>			
HABILIDAD	EDUCACION Profesional <b>en contaduría pública.</b>		
	EXPERIENCIA Un año		
	ENTRENAMIENTO 15 días		
	HABILIDAD MENTAL Dedicación, honradez y prontitud		
	HABILIDAD MANUAL Rápido		
RESPONSABILIDAD	SUPERVISIÓN Ninguno		
	RESPONSABILIDADES POR MATERIALES, EQUIPOS Y OTROS Ninguno		
	MANEJO DE VALORES Retenciones en la fuente y declaración de renta		
ESFUERZO	MENTAL Concentración máxima para la contabilidad		
	FISICO Ninguno		
CONDICION	MEDIO AMBIENTE Ninguno		
	RIESGOS Ninguno		
OBSERVACIONES			
APROBÓ		APROBÓ	

NOMBRE DEL CARGO: Vendedor		CÓDIGO:	FECHA
DIVSIÓN: : Administrativo		DEPARTAMENTO: Comercial	
SECCIÓN: : Bodega		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUPERVISAR A: Ninguno		Nº DE CARGOS IGUALES: <b>DOS</b>	
FUNCIÓN PRINCIPAL: - Llevar a cabo las respectivas actividades de exhibición y ventas de los bolsos en el punto de venta de la empresa			
DETALLE DE FUNCIONES:			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar pendiente de exhibición de los bolsos</li> <li>• Realizar actividades de promoción y venta en el punto de venta</li> <li>• Prestar un excelente servicio y atención al cliente</li> <li>• Todas las demás funciones asignadas por el gerente</li> </ul>			
HABILIDAD	EDUCACION Bachiller		
	EXPERIENCIA Un año		
	ENTRENAMIENTO Un mes		
	HABILIDAD MENTAL Rápido		
	HABILIDAD MANUAL Rápido		
RESPONSABILIDAD	SUPERVISION Ninguno		
	RESPONSABILIDADES POR MATERIALES, EQUIPOS Y OTROS Bodega y materiales, llaves		
	MANEJO DE VALORES Dinero recibido de pagos por venta de bolsos		
ESFUERZO	MENTAL Concentración máxima		
	FISICO Ninguno		
CONDICIÓN	MEDIO AMBIENTE Ninguno		
	RIESGOS Ninguno		
OBSERVACIONES			
APROBÓ		APROBÓ	

*Plasty Bolsos Ltda.*

NOMBRE DEL CARGO: Operario		CÓDIGO:	FECHA
DIVSIÓN: : Producción		DEPARTAMENTO: Producción	
SECCIÓN: :		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUPERVISAR A: Ninguno		N° DE CARGOS IGUALES: <b>DOS</b>	
FUNCIÓN PRINCIPAL: : Operar las máquinas: cuchilla, cortadora, telar			
DETALLE DE FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocar bolsas en la cuchilla</li> <li>• Colocar en la maquina cortadora</li> <li>• Enhebra y programa telar</li> </ul>			
HABILIDAD	EDUCACION Primaria		
	EXPERIENCIA Seis meses		
	ENTRENAMIENTO 15 días		
	HABILIDAD MENTAL Dedicación, rapidez		
	HABILIDAD MANUAL Destreza		
RESPONSABILIDAD	SUPERVISION Ninguno		
	RESPONSABILIDADES POR MATERIALES, EQUIPOS Y OTROS Maquinaria y seleccionar el tejido		
	MANEJO DE VALORES No maneja efectivo		
ESFUERZO	MENTAL Ninguno		
	FISICO Riesgo en las maquinas		
CONDICION	MEDIO AMBIENTE Ninguno		
	RIESGOS Físicos, y ambientales		
OBSERVACIONES			
APROBÓ		APROBÓ	
APROBÓ		APROBÓ	

*Plasty Bolsos Ltda.*

NOMBRE DEL CARGO: Jefe de Producción		CÓDIGO:	FECHA
DIVSIÓN: : Operativo		DEPARTAMENTO: Producción	
SECCIÓN: : Producción		CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
SUPERVISAR A: Operario		N° DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
<b>FUNCIÓN PRINCIPAL: -</b> Supervisar, dirigir, controlar y evaluar cada uno de los procesos de producción que se llevan a cabo en la empresa.			
<b>DETALLE DE FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pronosticar la demanda del producto, indicando la cantidad en función del tiempo.</li> <li>• Comprobar la demanda real, compararla con la planteada y corregir los planes si fuere necesario.</li> <li>• Establecer volúmenes económicos de partidas de los artículos que se han de comprar o fabricar.</li> <li>• Determinar las necesidades de producción y los niveles de existencias en determinados puntos de la dimensión del tiempo.</li> <li>• Comprobar los niveles de existencias, comparándolas con los que se han previsto y revisar los planes de producción si fuere necesario.</li> <li>• Elaborar programas detallados de producción.</li> <li>• Supervisar el trabajo del operario.</li> <li>• Realizar tareas de ayuda en al proceso de producción.</li> <li>• Planear la distribución de productos.</li> </ul>			
HABILIDAD	EDUCACIÓN Tecnólogo		
	EXPERIENCIA un año		
	ENTRENAMIENTO Un mes		
	HABILIDAD MENTAL Moderada		
	HABILIDAD MANUAL Rápido		
RESPONSABILIDAD	SUPERVISIÓN Operario		
	RESPONSABILIDADES POR MATERIALES, EQUIPOS Y OTROS Herramientas del área operativa		
	MANEJO DE VALORES Ocasionales		
ESFUERZO	MENTAL Concentración máxima para controlar y planear		
	FISICO Moderado		
CONDICION	MEDIO AMBIENTE		
	RIESGOS Cortes, lesiones		
OBSERVACIONES			
APROBÓ		APROBÓ	

**4.3.3 Asignación salarial.** Los salarios se definen de acuerdo al salario mínimo legal vigente así: (Salario básico más prestaciones sociales y seguridad social).

CARGO	# CARGOS	# SMMLV	SALARIO	PRESTACIONES (52%)	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	1	2	994.000	516.880	1.510.880	<b>18.130.560</b>
SECRETARIA	1	1	497.000	258.440	755.440	<b>9.065.280</b>
CONTADOR	1	0	150.000	0	150.000	<b>1.800.000</b>
JEFE PRODUCCION	1	1,4	700.000	364.000	1.064.000	<b>12.768.000</b>
OPERARIO	2	1	497.000	258.440	1.510.880	<b>18.130.560</b>
VENDEDOR	2	1	497.000	258.440	1.510.880	<b>18.130.560</b>

**Cuadro 44. Asignación salarial**

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

Con la realización del estudio financiero se desea determinar cual es el valor real de la inversión, costos de operación necesarios para el montaje de la empresa PLASTY BOLSOS LTDA, en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana.

### 5.1 INVERSIONES

En este ítem se hace referencia a los recursos destinados a cubrir las necesidades de construcciones, adecuadas y equipos requeridos para iniciar las operaciones de la empresa.

**5.1.1 Inversión fija.** Esta constituida por la inversión tangible de activos.

#### 5.1.1.1. Construcción y adecuación

DESCRIPCION	VR UNIDAD	VR TOTAL
Adecuación Oficinas modulares	\$2.000.000	\$ 2.000.000
Adecuación Planta producción	\$ 4.500.000	\$ 4.500.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 6.500.000</b>

**Cuadro 45. Construcción y adecuación**

Fuente: Diseños y Construcciones Discon Ltda.

### 5.1.1.2 Maquinaria y equipo:

DESCRIPCION	CANTIDAD	VR UNIDAD	VR TOTAL
Máquina tejedora Brother	1	2.500.000	2.500.000
Máquina Cortadora	1	5.000.000	5.000.000
Cuchilla eléctrica	1	500.000	500.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.000.000</b>

#### Cuadro 46. Maquinaria y equipo

Fuente: Brother- Hilos y Máquinas

### 5.1.1.3 Muebles y Enseres:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VR UNIDAD	VR TOTAL
Escritorio secretarial	1	\$260.000	\$260.000
Escritorio tipo Gerente	1	\$ 280.000	\$ 280.000
Vitrinas para exhibición	2	\$180.000	\$360.000
Silla tipo Gerente	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Silla secretarial	2	\$80.000	\$160.000
Silla Rimax para producción	2	\$21.000	\$42.000
Mueble Computador	1	\$ 190.000	\$ 190.000
Estante metálico	1	\$258.000	\$258.000
Archivador 4 Gavetas	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Botiquín	1	\$ 80.000	\$ 80.000
Extintores	2	\$ 63.000	\$ 126.000
Papelera en madera	2	\$ 30.000	\$ 60.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.176.000</b>

#### Cuadro 47. Muebles y Enseres

Fuente: La casa del Mueble Ltda.

#### 5.1.1.4 Equipo de Oficina:

DESCRIPCION	VR UNIDAD	VR TOTAL
Equipo de computo Pentium (2)	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
Impresora H.P	\$ 300.000	\$ 300.000
Telefax	\$ 250.000	\$ 250.000
Teléfono convencional	\$ 80.000	\$ 80.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.630.000</b>

#### Cuadro 48. Equipo de oficina

Fuente: Carrefour S.A.

#### 5.1.1.5 Herramientas:

DESCRIPCION	CANTIDAD	VR UNIDAD	VR TOTAL
Agujeta #1, agujas manuales	10	\$ 2.000	\$ 20.000
Tijeras confección Corneta	2	\$ 50.000	\$100.000
Pistola de Silicona	1	\$ 20.000	\$ 20.000
Mesas para corte	2	\$180.000	\$360.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 500.000</b>

#### Cuadro 49. Herramientas

Fuente: Hilos y Máquinas

#### 5.1.1.6 Total inversión fija:

DESCRIPCION	VR TOTAL
Construcción y adecuación	\$ 6.500.000
Maquinaria y equipo	\$ 8.000.000
Muebles y enseres	\$ 2.176.000
Equipos de oficina	\$ 2.630.000
Herramientas	\$ 500.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19.806.000</b>

#### Cuadro 50. Total inversión fija

DESCRIPCION	VR TOTAL	Vida útil (Años)	Depreciación Anual
Construcción y adecuación	\$ 6.500.000	10	\$ 650.000
Maquinaria y equipo	\$ 8.000.000	10	\$ 800.000
Muebles y enseres	\$ 2.176.000	10	\$ 217.600
Equipos de oficina	\$ 2.630.000	5	\$ 526.000
Herramientas	\$ 500.000	5	\$ 100.000
TOTAL	\$ 19.806.000	-	\$ 2.293.600

**Cuadro 51. Depreciación Inversión fija**

**5.1.2 inversión diferida.** Comprende los gastos que debe asumir la empresa antes de su funcionamiento y que incluye patentes, gastos de constitución, gastos notariales, inscripción en la cámara de comercio y gastos de lanzamiento. (Véase cuadro 43)

DESCRIPCION	VR UNIDAD	VR TOTAL
Estudio de factibilidad	\$ 200.000	\$ 200.000
Gastos constitución	\$1.749.795	\$1.749.795
Gastos de lanzamiento	\$1.770.000	\$1.770.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 3.719.795</b>

**Cuadro 52. Inversión diferida**

Fuente: Las autoras, Cámara de Comercio, Notaria 2 de Bucaramanga.

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo.** Está representado por el capital para cubrir los costos y gastos de funcionamiento normal de la empresa en un periodo de tiempo determinado. Parte de la importancia que tiene el capital de trabajo reside en el hecho de que los recursos en forma de activos circulantes tienen usos muy diversos y se aplican de manera específica por poco tiempo. Por lo tanto, es posible efectuar cambios rápidos en la estructura y uso de estas partidas circulantes entre las cuales se consideran los gastos administrativos de consumo, imprevistos, inventarios de materia prima y productos terminados para el lapso durante el cual se iniciará actividades.

El capital de trabajo está representado por el dinero necesario para llevar a cabo la actividad económica de la empresa sobre una base permanente, que constituirá

los gastos de operación, servicios profesionales, mano de obra, gastos de consumo e imprevistos. Además será necesario considerar el costo originado por el uso de líneas de crédito.

**5.1.3.1 Costo de producción:** Estos costos han sido presupuestados a cinco años, su incremento es del 5% correspondiente a la inflación anual.

### Materia Prima.

ESTILO DEL BOLSO	DESCRIPCION	CAANTIDAD MES	VLOR UNITARIO	TOTAL MES	MATERIA PRIMA				
					2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
MARGARITA	Plástico poliuretano (mt <sup>2</sup> )	1.880	350	658.000	16.920.000	17.737.500	18.622.500	19.552.500	20.527.500
	Forro con bolsillo interior	188	4.000	752.000					
	<b>TOTAL</b>			<b>1.410.000</b>					
BLUE MOON	Plástico poliuretano (mt <sup>2</sup> )	2.820	350	987.000	20.868.000	21.876.250	22.967.750	24.114.750	25.317.250
	Forro con bolsillo interior	188	4.000	752.000					
	<b>TOTAL</b>			<b>1.739.000</b>					
TULIPAN	Plástico poliuretano (mt <sup>2</sup> )	2.124	350	743.400	8.920.800	9.349.200	9.815.400	10.306.800	10.823.400
	<b>TOTAL</b>			<b>743.400</b>					

### Cuadro 53. Materia Prima.

Nota: En el bolso tulipán se utilizan 12mt<sup>2</sup> de poliuretano por cada unidad elaborada.

### Mano de Obra

CARGO	SALARIO	PRESTACIONES	TOTAL MES	TOTAL AÑO
OPERARIO GENERAL	497.000	258.440	755.440	9.065.280
OPERARIO GENERAL	497.000	258.440	755.440	9.065.280
JEFE PRODUCCION	700.000	364.000	1.064.000	12.768.000
		<b>TOTAL</b>	<b>2.574.880</b>	<b>30.898.560</b>

ESTILO	COSTO MOD/UNIDAD	COSTO MENSUAL	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
MARGARITA	4.665	875.459	10.505.510	11.032.652	11.583.118	12.161.574	12.768.020
BLUE MOON	4.665	875.459	10.505.510	11.032.652	11.583.118	12.161.574	12.768.020
TULIPAN	4.664	823.962	9.887.539	10.381.916	10.899.613	11.445.293	12.018.957
<b>TOTAL</b>		<b>2.574.880</b>	<b>30.898.560</b>	<b>32.447.220</b>	<b>34.065.849</b>	<b>35.768.442</b>	<b>37.554.998</b>

### Cuadro 54. Mano de Obra.

## CIF

ESTILO DEL BOLSO	DESCRIPCION	CANTIDAD MES	VLOR UNITARIO	TOTAL MES	CIF				
					2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
MARGARITA	Cierre de 15 cm para el bolsillo interior	188	300	56.400	1.456.624	709.500	744.900	782.100	821.100
	Depreciación (34% del total)			64.985					
	<b>TOTAL</b>			<b>121.385</b>					
BLUE MOON	Cierre de 15 cm para el bolsillo interior	188	300	56.400	2.584.624	1.892.000	1.986.400	2.085.600	2.189.600
	Cierre de seguridad de 30 cm en la parte superior	188	500	94.000					
	Depreciación (34% del total)			64.985					
	<b>TOTAL</b>			<b>215.385</b>					
TULIPAN	Iman para cierre del bolso en la parte superior	177	800	141.600	2.433.152	1.780.800	1.869.600	1.963.200	2.061.600
	Depreciación (32% del total)			61.163					
	<b>TOTAL</b>			<b>202.763</b>					

Cuadro 55. CIF

**5.1.3.2 Gastos de Administración y ventas:** Son los costos originados de realizar las funciones administrativas dentro de la empresa para el proyecto, esta representado por la mano de obra del personal administrativo y las ventas.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
ARRIENDO	800.000	9.600.000	10.080.000	10.584.000	11.113.200	11.668.860
SERVICIOS PÚBLICOS	350.000	4.200.000	4.410.000	4.630.000	4.861.525	5.104.601
NÓMINA	3.305.900	39.670.800	41.654.340	43.737.057	45.923.909	48.220.104
PUBLICIDAD	328.791	3.945.492	4.142.767	4.349.905	4.567.400	4.795.770
HONORARIOS CONTADOR	150.000	1.800.000	1.890.000	1.984.500	2.083.725	2.187.911
PAPELERÍA	200.000	2.400.000	2.520.000	2.646.000	2.778.300	2.917.215
UTILES DE ASEO	40.000	480.000	504.000	529.200	555.660	583.443
AMORTIZACION DIFERIDOS	61.997	743.959	743.959	743.959	743.959	743.959
CAFETERÍA	30.000	360.000	378.000	396.900	416.745	437.582
<b>TOTAL</b>	<b>5.266.688</b>	<b>63.200.251</b>	<b>66.323.066</b>	<b>69.601.521</b>	<b>73.044.423</b>	<b>76.659.445</b>

Cuadro 56. Gastos de Administración y ventas

**5.1.3.3 Total capital de trabajo.** Presupuestado para el funcionamiento durante los 2 primeros meses.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	2 MESES
GASTOS DE ADM Y VENTAS	5.266.688	10.533.375
MATERIA PRIMA	3.892.400	7.784.800
C.I.F.	539.533	1.079.067
MANO DE OBRA DIRECTA	2.574.880	5.149.760
<b>TOTAL</b>	<b>12.273.501</b>	<b>24.547.002</b>

Cuadro 57. Total de capital de trabajo

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos Variables y Costos Fijos.** Son definidos en términos de cómo ellos varían de acuerdo al volumen de ventas.

### 5.2.1.1 Costos Variables.

CONCEPTO	BOLSO MARGARITA			BOLSO BLUE MOON			BOLSO TULIPAN		
	COSTO MENSUAL	UHDS MENSUALES	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO MENSUAL	UHDS MENSUALES	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO MENSUAL	UHDS MENSUALES	COSTO VARIABLE UNITARIO
MATERIA PRIMA	1.410.000	188	7.513	1.739.000	188	9.250	743.400	177	4.200
CIF	121.385	188	647	215.385	188	1.146	202.763	177	1.146
<b>TOTAL</b>	<b>1.531.385</b>	<b>-</b>	<b>8.160</b>	<b>1.954.385</b>	<b>-</b>	<b>10.396</b>	<b>946.163</b>	<b>-</b>	<b>5.346</b>

Cuadro 58. Costos Variables

### 5.2.1.2 Costos Fijos.

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO UNITARIO BOLSO MARGARITA	COSTO UNITARIO BOLSO BLUE MOON	COSTO UNITARIO BOLSO TULIPAN
MOD	2.574.880	4.665	4.665	4.664
GASTOS DE ADMON Y VTAS	5.266.688	9.525	9.525	9.522
<b>TOTAL</b>	<b>7.841.568</b>	<b>14.190</b>	<b>14.190</b>	<b>14.186</b>

Cuadro 59. Costos Fijos

**5.2.2 Precio de venta.** Para el cálculo del precio de venta se toma en cuenta el costo variable debido a que no se presentan costos fijos y el volumen de los variables es muy bajo, se tienen en cuenta también los gastos fijos (de administración y ventas) dentro del cálculo para de esta manera cubrir satisfactoriamente los egresos. El margen de utilidad esperado es del 30%. De esta manera no se subestima el precio de venta.

CONCEPTO	BOLSO MARGARITA	BOLSO BLUE MOON	BOLSO TULIPAN
Costo Fijo unitario	14.190	14.190	14.186
Costo Variable unitario	8.160	10.396	5.346
<b>TOTAL COSTO UNITARIO</b>	<b>22.350</b>	<b>24.585</b>	<b>19.531</b>
Margen de Utilidad (30%)	6.705	7.376	5.859
<b>PRECIO DE VENTA UNITARIO</b>	<b>29.055</b>	<b>31.961</b>	<b>25.391</b>

**Cuadro 60. Precio de Venta**

Precio de venta = Costo total x unidad / 1 – margen de utilidad

## 5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

### 5.3.1 Egresos proyectados.

Costos Producción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	7.784.800	46.708.800	48.962.950	51.405.650	53.974.050	56.668.150
Mano de Obra	5.149.760	30.898.560	32.447.220	34.065.849	35.768.442	37.554.998
Otros Costos de Fabricación	1.079.067	6.474.400	4.382.300	4.600.900	4.830.900	5.072.300
Depreciación		2.293.600	2.293.600	2.293.600	2.293.600	2.293.600
<b>Gastos Operacionales</b>						
Gastos admón. y ventas	10.533.375	63.200.251	66.323.066	69.601.521	73.044.423	76.659.445
<b>Inversiones</b>						
Construcciones y Edificios	6.500.000	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo	8.000.000	0	0	0	0	0
Muebles y Enseres	2.176.000	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	2.630.000	0	0	0	0	0
Herramientas	500.000	0	0	0	0	0
Inversión Diferida	3.719.795	0	0	0	0	0
IMPUESTOS		12.752.832	15.838.877	19.247.457	23.097.727	27.433.010
<b>TOTAL</b>	<b>48.072.797</b>	<b>162.328.443</b>	<b>170.248.013</b>	<b>181.214.977</b>	<b>193.009.142</b>	<b>205.681.503</b>

**Cuadro 61. Egresos proyectados**

### 5.3.2 Ingresos proyectados.

PRODUCTO	CONCEPTO	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
<b>BOLSO MARGARITA</b>	UNIDS VTA X AÑO	2.252	2.365	2.483	2.607	2.737
	PRECIO VENTA	29.055	30.508	32.033	33.635	35.316
	<b>TOTAL VENTA</b>	<b>65.431.756</b>	<b>72.150.714</b>	<b>79.538.154</b>	<b>87.685.770</b>	<b>96.661.201</b>
<b>BOLSO BLUEMOON</b>	UNIDS VTA X AÑO	2.252	2.365	2.483	2.607	2.737
	PRECIO VENTA	31.961	30.508	32.033	33.635	35.316
	<b>TOTAL VENTA</b>	<b>71.976.499</b>	<b>72.150.714</b>	<b>79.538.154</b>	<b>87.685.770</b>	<b>96.661.201</b>
<b>BOLSO TULIPAN</b>	UNIDS VTA X AÑO	2.120	2.226	2.337	2.454	2.577
	PRECIO VENTA	25.391	26.660	27.993	29.393	30.862
	<b>TOTAL VENTA</b>	<b>53.827.933</b>	<b>59.345.296</b>	<b>65.419.791</b>	<b>72.129.729</b>	<b>79.532.285</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>191.236.189</b>	<b>203.646.725</b>	<b>224.496.100</b>	<b>247.501.269</b>	<b>272.854.686</b>

Cuadro 62. Ingresos proyectados

### 5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Llamado también punto muerto, En este punto ni se gana ni se pierde, significa que todo lo que se recibe por ventas, alcanza a cubrir únicamente los gastos que se han realizado para producir y vender.

Este punto esta directamente ligado a una cantidad de unidades que deben ser producidas y vendidas para que se de este equilibrio, el punto donde se cortan dos líneas. Se halla aplicando la siguiente formula:

$$\text{Punto de equilibrio: } \frac{\text{Costos Fijos totales} + \text{Gastos fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{costo variable unitario}} \dots$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\$ 94.098.811}{\$28.802 - 7.967} = 4.516 \text{ Bolsos anuales.}$$

El precio de venta tomado es un promedio del precio de venta de los tres bolso, al igual que el costo variable unitario. El punto de equilibrio se alcanza con la venta

anual aproximada de 4.516 unidades de bolsos (sumando las tres líneas de bolsos).

## 5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja se realizó con base en la información suministrada en los numerales anteriores. Así mismo este dato fue proyectado a cinco años ya que este es el término de evaluación del proyecto.

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS:</b>					
SALDO INICIAL	0	47.673.973	60.399.291	78.402.604	97.925.921
INGRESO POR VTAS	191.236.189	203.646.725	224.496.100	247.501.269	272.854.686
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>191.236.189</b>	<b>251.320.698</b>	<b>284.895.391</b>	<b>325.903.873</b>	<b>370.780.608</b>
<b>EGRESOS:</b>					
MATERIA PRIMA	46.708.800	48.962.950	51.405.650	53.974.050	56.668.150
MANO DE OBRA	30.898.560	32.447.220	34.065.849	35.768.442	40.283.942
CIF - Depreciación	2.754.605	662.505	881.105	1.111.105	1.352.505
GASTOS DE ADMON Y VTAS	63.200.251	66.323.066	70.283.757	73.044.423	76.659.445
IMPUESTO DE RENTA	0	15.383.962	18.035.916	22.687.763	27.959.209
DIVIDENDOS (95% de la Utilidad)	0	27.141.705	31.820.510	41.392.168	50.010.269
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>143.562.216</b>	<b>190.921.407</b>	<b>206.492.787</b>	<b>227.977.951</b>	<b>252.933.520</b>
<b>SALDO EN CAJA</b>	<b>47.673.973</b>	<b>60.399.291</b>	<b>78.402.604</b>	<b>97.925.921</b>	<b>117.847.088</b>

Cuadro 63. Flujo de Caja proyectado

**5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.** La finalidad o función del Estado de Perdidas y Ganancias es la detallar los cambios ocurridos en la empresa durante el periodo contable en cuestión. Esto es al inicial y finalizar operaciones a fin de conocer el comportamiento real del costo y gastos frente a los ingresos.

CONCEPTO	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas	191.236.189	203.646.725	224.496.100	247.501.269	272.854.686
Materia Prima, Mano de Obra	77.607.360	81.410.170	85.471.499	89.742.492	96.952.092
CIF	6.474.400	4.382.300	4.600.900	4.830.900	5.072.300
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>107.154.429</b>	<b>117.854.255</b>	<b>134.423.701</b>	<b>152.927.877</b>	<b>170.830.295</b>
Gasto de Administración y ventas	63.200.251	66.323.066	69.601.521	73.044.423	76.659.445
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>43.954.178</b>	<b>51.531.190</b>	<b>64.822.180</b>	<b>79.883.454</b>	<b>94.170.850</b>
Impuestos (35%)	15.383.962	18.035.916	22.687.763	27.959.209	32.959.797
<b>Utilidad Neta Final</b>	<b>28.570.215</b>	<b>33.495.273</b>	<b>42.134.417</b>	<b>51.924.245</b>	<b>61.211.052</b>

**Cuadro 64 Estado de Resultados**

**5.7 BALANCE GENERAL.** El balance general se presenta proyectado a cinco años, en sus partes Activo, Pasivo y Patrimonio. Esta presentación tiene como finalidad resaltar los derechos de los dueños o participaciones conocidos como capital, patrimonio o pasivo a favor de las autoras del proyecto.

Activo Corriente	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Efectivo	47.673.973	60.399.291	78.402.604	97.925.921	117.847.088
<b>Total Activo Corriente:</b>	<b>47.673.973</b>	<b>60.399.291</b>	<b>78.402.604</b>	<b>97.925.921</b>	<b>117.847.088</b>
Construcciones y Edificios	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000
Maquinaria y Equipo de Operación	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000	8.000.000
Muebles y Enseres	2.176.000	2.176.000	2.176.000	2.176.000	2.176.000
Equipo de Oficina	2.630.000	2.630.000	2.630.000	2.630.000	2.630.000
Herramientas	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Depreciación	-2.293.600	-4.587.200	-6.880.800	-9.174.400	-11.468.000
<b>Total Activos Fijos:</b>	<b>17.512.400</b>	<b>14.536.564</b>	<b>12.242.964</b>	<b>10.631.600</b>	<b>8.338.000</b>
Inversión diferida	3.719.795	2.975.836	2.231.877	1.487.918	743.959
Amortización diferidos	-743.959	-743.959	-743.959	-743.959	-743.959
Inversiones permanentes (Capital de trabajo)	24.547.002	24.547.002	24.547.002	24.547.002	24.547.002
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>92.709.210</b>	<b>101.714.733</b>	<b>116.680.487</b>	<b>133.848.482</b>	<b>150.732.090</b>
<b>PASIVO</b>					
Impuestos X Pagar	15.383.962	18.035.916	22.687.763	27.959.209	32.959.797
Dividendos por pagar	27.141.705	31.820.510	40.027.696	49.328.033	58.150.500
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>42.525.667</b>	<b>49.856.426</b>	<b>62.715.459</b>	<b>77.287.242</b>	<b>91.110.297</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	48.755.033	48.755.033	48.755.033	48.755.033	48.755.033
Utilidades Retenidas (5% utilidad)	1.428.511	3.103.274	5.209.995	7.806.208	10.866.760
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>50.183.544</b>	<b>51.858.307</b>	<b>53.965.028</b>	<b>56.561.240</b>	<b>59.621.793</b>
<b>TOTAL PAS + PAT</b>	<b>92.709.210</b>	<b>101.714.733</b>	<b>116.680.487</b>	<b>133.848.482</b>	<b>150.732.090</b>

**Cuadro 65. Balance General Proyectado**

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En este capítulo se pretende analizar económica y socialmente el proyecto con el fin de conocer si es atractivo el proyecto para el inversionista.

### 6.1 EVALUACIÓN ECONÓMICO- SOCIAL

La implementación de una empresa productora de bolsos para dama elaborados en bolsa plástica reciclable, ofrece a la comunidad involucrada en el proyecto beneficios sociales. Como: Una alternativa de generación de empleo, se apoya en el desarrollo y progreso de la región y lo más importante, contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de los santandereanos.

- **Desarrollo regional.** Se contribuye notablemente al progreso del municipio y la región, al mejorar la producción, los ingresos, el aprovechamiento de la materia prima con la reutilización de bolsas plásticas.

Se Incrementa el ingreso al permitir el acceso a personal calificado y no calificado, se le dará la oportunidad de percibir unos ingresos con todas sus prestaciones legales y por ende mejorar su calidad de vida. Así mismo para los inversionistas la posibilidad de incrementar sus ingresos con un proyecto rentable y atractivo.

Para la comunidad del área metropolitana de Bucaramanga y principalmente los inversionistas ofrecer un producto de alta calidad y a precios competitivos. Para el gobierno municipal también es un beneficio, por que le permitirá al fisco recaudar, los aportes, impuestos y demás obligaciones de ley.

- **Generación de empleo.** Con el montaje de la empresa, se implica la ocupación de 5 empleos directos y 1 indirecto, contribuyendo a la reducción el índice de desempleo actual.

- **Mejoramiento de la calidad de vida.** Brindar a la comunidad en general la posibilidad de contar con una empresa que reutilice bolsas plásticas, aportando en parte a la descontaminación ambiental y a una mejor calidad de vida.

Además de lo anterior, el proyecto contribuye a la minimización de los niveles de pobreza en la comunidad al existir una fuente generadora de riqueza a través del trabajo organizado. En cuanto a la circulación del capital también se puede agregar que el proyecto contribuye a la activación del circulante disminuyendo el nivel de liquidez de la comunidad.

## **6.2 IMPACTO AMBIENTAL**

- **Supervisión ambiental de la etapa de construcción.** Con respecto a la etapa de construcción de la empresa se aclara que no se ve a incurrir en este costo, por cuanto se iniciara en un terreno arrendado.

- **Impacto ambiental.** En la etapa de desarrollo de las actividades de Plasty Bolsos Ltda. El impacto ambiental que genera la empresa en su normal funcionamiento, está de los mínimos niveles de contaminación, ya que no genera factores contaminantes importantes que atenten contra el ecosistema.

La nueva empresa ayuda a la reutilización de desechos químicos dándole un segundo uso.

### 6.3 EVALUACION FINANCIERA

El estudio financiero es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencial atractivo, se habrá determinado un lugar óptimo para la localización del mismo y el tamaño más adecuado. Para este estudio último de acuerdo con las restricciones del medio, se conocerá y denominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva, además que se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los cinco primeros años de operación, aun no se ha demostrado que la operación propuesta será económicamente rentable, lo cual se comprobará con el análisis a las variables económicas como valor presente neto(VPN), Tasa interna de retorno (TIR) entre otros.

Interés de oportunidad de capital: Cuando se hace referencia al interés de oportunidad, se debe tener en cuenta el riesgo que con lleva la ejecución del proyecto, para ello se deben analizar varios factores tales como:

- Costos de financiación
- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad de mano de obra
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Disponibilidad de servicios públicos
- Proximidad a la materia prima
- situación de orden público en la zona
- Penetración en el mercado.

Para la zona objeto de estudio (Municipio de Bucaramanga y su área metropolitana) Se puede emitir el siguiente análisis:

a. Medios y costos de transporte: El municipio cuenta con excelentes medios de transporte a precio moderado.

b. Disponibilidad de mano de obra, debido al fenómeno del desempleo, lo cual hace que su consecución no sea difícil ni costosa.

c. Factores ambientales: En la zona no existe altos niveles de contaminación, por el contrario, aun se puede disfrutar de un ambiente sano y tranquilo. La empresa objeto de estudio no será un factor generador de contaminación, ayuda en parte a la reutilización de material contaminante como son las bolsas plásticas desechables.

d. Disponibilidad de servicios públicos es del 100%.

e. Disponibilidad de la materia prima es del 100% .

f. Penetración en el mercado en este aspecto, no hay mayor dificultad, los consumidores están a la expectativa de nuevos productos y servicios en el mercado.

**6.3.1 Valor presente neto (VPN).** El valor presente neto es conocido como el valor anual neto, definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egresos la inversión), traídos a valor presente.

El flujo financiero del proyecto se evalúa a una tasa de descuento del 18,9%, compuesta por una tasa del mercado equivalente al 6,9% e.a (DTF), sumada a una tasa de riesgo del 12% e.a.

$$\begin{aligned} \text{VPN ingresos} &= \frac{191.236.188,60}{(1+0,189)^1} + \frac{203.646.725,45}{(1+0,189)^2} + \frac{224.496.100,35}{(1+0,189)^3} \\ &+ \frac{247.501.269,12}{(1+0,189)^4} + \frac{272.854.686,37}{(1+0,189)^5} \end{aligned}$$

$$\text{VPN ingresos} = \$ 677.102.038,18$$

$$\begin{aligned} \text{VPN Egresos} &= 48.072.796,83 + \frac{162.328.443,00}{(1+0,189)^1} + \frac{170.248.012,58}{(1+0,189)^2} \\ &+ \frac{181.214.977,24}{(1+0,189)^3} + \frac{193.009.142,05}{(1+0,189)^4} + \frac{205.681.502,85}{(1+0,189)^5} \end{aligned}$$

$$\text{VPN Egresos} = \$ 595.956.431,20$$

$$\text{VPN TOTAL} = \$ 81.145.606,97$$

**6.3.2 Tasa interna de retorno TIR** Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a cero. Evalúa el proyecto en función única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

$$\begin{aligned} \text{VPN} &= \frac{191.236.188,60}{(1+i)^1} + \frac{203.646.725,45}{(1+i)^2} + \frac{224.496.100,35}{(1+i)^3} \\ &+ \frac{247.501.269,12}{(1+i)^4} + \frac{272.854.686,37}{(1+i)^5} - 48.072.796,83 \\ &- \frac{162.328.443,00}{(1+i)^1} - \frac{170.248.012,58}{(1+i)^2} - \frac{181.214.977,24}{(1+i)^3} \\ &- \frac{193.009.142,05}{(1+i)^4} - \frac{205.681.502,85}{(1+i)^5} \end{aligned}$$

con  $\text{TIR} = 70,82\% \text{ Anual}$  e.a. que oportunidad del 18.9%e.a, se observa 51.92 puntos apr na, haciendo el proyecto atractivo financieramente.

### 6.3.3 Período de recuperación

El cálculo del período de recuperación se hizo determinando el tiempo que se hace necesario para que los flujos libres entre ingresos y egresos permitan recuperar la inversión inicial hecha. Este es de aproximadamente 18 meses, (1.5 años).

### 6.3.4 Análisis de las razones financieras.

RAZON	FORMA CALCULO	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013
<b>Corriente</b>	Activo corriente/Pasivo Corriente	1,1	1,2	1,3	1,3	1,3
<b>Nivel de Endeudamiento</b>	Pasivos / Activos	45,87%	49,02%	53,75%	57,74%	60,45%
<b>Margen Bruto</b>	U. bruta / Ventas	56,03%	57,87%	59,88%	61,79%	62,61%
<b>Margen Operacional</b>	U. Operacional / Ventas	22,98%	25,30%	28,87%	32,28%	34,51%
<b>Margen Neto</b>	U. Neta / Ventas	14,94%	16,45%	18,77%	20,98%	22,43%
<b>Rentabilidad del Activo</b>	U Neta / Patrimonio	56,93%	64,59%	78,08%	91,80%	102,67%
<b>Rentabilidad del Patrimonio</b>	U Neta / Activos	30,82%	32,93%	36,11%	38,79%	40,61%

**Cuadro 66. Razones financieras**

La empresa refleja unos niveles satisfactorios de liquidez, se observa un aumento progresivo en este aspecto, lo que indica, que la empresa a lo largo de su vida útil contará con la capacidad de asumir satisfactoriamente sus compromisos corrientes. Los márgenes de utilidad de igual forma, se comportarán positivamente, significando esto, que el nivel de ventas será lo suficientemente alto para cubrir costos y gastos. Teniendo en cuenta la favorabilidad en el comportamiento de los márgenes de utilidad y la rentabilidad que se observa tanto en la inversión como en los activos, se vislumbra un panorama aceptable financieramente en el proyecto a lo largo de los cinco años, por lo tanto, es factible desde este punto de vista la ejecución del mismo.

## 7. CONCLUSIONES

- 👛 El municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana cuenta con una importante demanda de bolsos para dama elaborados en bolsa plástica reciclable dada su población; su ubicación geográfica y la inexistencia de otra empresa dedicada a esta labor en la misma región. Plasty Bolsos Ltda., ofrecerá como único canal el siguiente: Productor - Consumidor final.
- 👛 Comercialmente es viable la puesta en marcha de la empresa objeto de estudio dado que la población observa con buenos ojos su creación y con grandes expectativas de adquirir un producto novedoso a bajo precio, además de ser una empresa naciente en la zona para el resto del departamento.
- 👛 Esta empresa entrara a participar en el mercado supliendo un 3.2% de la demanda total.
- 👛 Desde el punto de vista técnico se puede decir que la consecución de los muebles y equipos y sitio para la ubicación de la empresa no representa dificultad, sin embargo se debe tener especial cuidado en la administración de los costos de inversión. La materia prima está al alcance de la empresa, los proveedores suministrarán el poliuretano de baja densidad reciclable en lotes de cuatro colores, de estos dependerá cada uno de los tres diseños que la empresa producirá.
- 👛 Según el estudio administrativo el proyecto representa la alternativa de generación de empleo directo a las personas que laboran en la empresa, la nómina que maneja no es muy numerosa lo que implica mayor comodidad en

los pagos de la misma, así las políticas referentes a la administración del personal son específicas para este tipo de empresa.

- 🔒 Con respecto al marco legal del proyecto, este se encuentra apoyado en la Constitución Política de Colombia, a través de la cual se apoya a la libre empresa; El código de comercio en sus artículos del 110 al 119 reglamenta lo correspondiente a la sociedad limitada; y el Plan de desarrollo para la vigencia 2008 al 2012 en la cual se garantiza el apoyo a la inversión a efectos de mejorar la economía del municipio y minimizar la tasa de desempleo.
- 🔒 A través de la evaluación financiera practicada a este proyecto, se define que es un proyecto atractivo para invertir. Los indicadores demuestran claramente el resultado factible del proyecto. Tasa interna de retorno de 70,82%e.a. Un VPN \$81.145.607. Estos indicadores muestran que la empresa generará un rendimiento interno superior al que actualmente se encuentra en el mercado financiero, el flujo de sus ingresos es superior al de los egresos, por lo tanto, la empresa no solo cubrirá sus erogaciones financieras sino que también se encontrará en la capacidad de recuperar su inversión.
- 🔒 En materia ambiental, la implementación del proyecto no presenta altos impactos adversos, y aporta en parte a la preservación del medio ambiente con la reutilización de la materia prima.
- 🔒 El montaje de Plasty Bolsos Ltda., genera un conjunto de aspectos positivos sobre el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana, las actividades productivas y la población en general incrementa: las condiciones de

calidad de vida, fortalece las actividades financieras y comerciales e incrementan el ingreso y el empleo en la región.

- 🔒 Por todo esto se concluye que el proyecto “Factibilidad para la creación de una empresa productora de bolsos para dama elaborados en bolsa plástica reciclable en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana, Santander” es altamente factible, con la cual se justifica la inversión y el apoyo de las entidades municipales.

## RECOMENDACIONES

A efecto de llevar a cabo de manera óptima este proyecto se deberá tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- 👛 Realizar de manera intensiva y con todas las especificaciones establecidas en el estudio de mercados la publicidad y promoción de la nueva empresa Plasty Bolsos en el municipio de Bucaramanga y su área metropolitana Incrementar el mercado potencial ofreciendo un nuevo producto en todos los establecimientos como almacenes, tiendas de artesanías, misceláneas dado que este tipo de negocio manejan un potencial de compra considerable.
- 👛 Utilizar y dar cumplimiento a las normas de calidad expresadas en el estudio técnico a efectos de lograr incrementar día a día la satisfacción del mercado de bolsos.
- 👛 Tener en cuenta las especificaciones financieras respecto a precios vs. costos, es decir, se deberá realizar un monitoreo constante teniendo en cuenta las variaciones del mercado en cuanto a índices de precios de la competencia como a los indicadores financieros de inflación, devaluación y precios del mercado.

Cientes potenciales sobre la organización. Tiene como finalidad influir en el comportamiento los sentimientos y las creencias de quienes reciben la información

**2.8.2 Logotipo.** El logotipo está enmarcado por un cuadro, el cual significa perfección ya que se pretende brindar un servicio de óptima calidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- 👛 Kotler Philip/ Armstrong Gary. Fundamentos de mercadotecnia. México. Editorial Hispanoamericana S.A., 1998.
- 👛 Bernardino Martínez Ciro. Estadística y muestreo. Bogotá. Ecoe Ediciones, 2000.
- 👛 Pope Jeffrey. Investigación de mercados Guía maestra para el profesional.
- 👛 Sapag Nassir. Preparación y evaluación de proyectos segunda edición. Mc Graw Hill.
- 👛 Vargas Mantilla Jorge Enrique. Preparación y evaluación de proyectos de inversión. Publicaciones UIS, 1987
- 👛 Moreno Gómez Nelson Enrique. Matemáticas financieras .Bucaramanga. Publicaciones UIS, 2000
- 👛 Pradilla Ardila Humberto. Administración Financiera 1. Publicaciones UIS, 1986
- 👛 Guevara Beltrán César Augusto. Organización y métodos. Publicaciones UIS, 1996
- 👛 Barón Pinto Haiber Alberto. Administración de salarios. Publicaciones UIS.1986
- 👛 MIRANDA, Miranda Juan José, Gestión de Proyectos, Editores MM, Quinta Edición, Enero 2005, Bogota Colombia.

## **ANEXOS**

## ANEXO A Cuestionario Prueba Piloto

### CUESTIONARIO



### Instituto de Educación a distancia (INSED)

#### Gestión Empresarial.

Objetivo: Este cuestionario tiene el propósito de conocer la tendencia en los gustos de las mujeres del Área Metropolitana de Bucaramanga, Santander. A la hora de usar carteras o bolsos.



Los bolsos para dama elaborados a base de bolsa plástica reciclable, que complementen el vestir satisfaciendo los gustos y preferencias de las mismas permitiendo una gran versatilidad en cuanto a diseño ,calidad, comodidad y precios.

Agradecemos su colaboración y le informamos que los datos suministrados por usted, solo tiene fines académicos.

1) ¿Utiliza usted alguna clase de bolso o cartera informal?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

2) ¿De qué clase de material prefiere este accesorio?

Hilo croché \_\_\_\_\_ fique \_\_\_\_\_ tela \_\_\_\_\_ otros \_\_\_\_\_

3) ¿En qué clase de establecimiento adquiere este producto?

Fábrica \_\_\_ Almacén \_\_\_ tienda artesanal \_\_\_ Venta Informal \_\_\_

Nombre del establecimiento \_\_\_\_\_

4) ¿Qué marca de bolso prefiere?: \_\_\_\_\_

Le es indiferente la marca \_\_\_\_\_

5) ¿Cuánto dinero ha pagado por una unidad de bolso? \_\_\_\_\_

6) ¿Ha tenido algún inconveniente al comprar los bolsos informales?

SI \_\_\_\_\_

Cuál?

Mala calidad \_\_\_\_\_

Poca variedad de estilos \_\_\_\_\_

Precio \_\_\_\_\_

Servicio \_\_\_\_\_

NO \_\_\_\_\_

7) ¿Conoce algún sitio en el que comercialicen bolsos elaborados con base de bolsa plástica?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

8) ¿Le gustaría encontrar en el mercado un bolso elaborado en bolsa plástica reciclable como este?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9) ¿Estaría dispuesto a comprarlo?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

10) Califique el producto que acaba de observar:

CONCEPTO	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE
COMODIDAD				
ORIGINALIDAD				
PRESENTACIÓN				
CALIDAD				

11) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un bolso elaborado en bolsa plástica?

- A. Entre 10.001 a 15.000 \_\_\_\_\_
- B. Entre 15.001 a 20.000 \_\_\_\_\_
- C. Entre 20.001 a 25.000 \_\_\_\_\_
- D. Entre 25.001 a 30.000 \_\_\_\_\_

12) ¿Cuántos bolsos elaborados con base en bolsa plástica adquirirá en el año?

1 \_\_\_\_\_ 2 \_\_\_\_\_ 3 \_\_\_\_\_ 4 \_\_\_\_\_

13) ¿Qué forma o estilo prefiere al comprar el bolso a base de bolsa plástica?

Mochila \_\_\_\_\_ ovalado \_\_\_\_\_ cuadrado \_\_\_\_\_ Tula \_\_\_\_\_

Manos libres \_\_\_\_\_ otros \_\_\_\_\_

14) ¿Qué tamaño prefiere al comprar el bolso a base de bolsa plástica?

Grande \_\_\_\_\_ mediano \_\_\_\_\_ pequeño \_\_\_\_\_

15) ¿De qué color prefiere el bolso?

\_\_\_\_\_

16) ¿Qué sugerencias haría para mejorar el producto?

\_\_\_\_\_

17) ¿Donde le gustaría que se ubicará el punto de venta?

- A. \_\_\_\_\_ Centro de Bucaramanga
- B. \_\_\_\_\_ Floridablanca
- C. \_\_\_\_\_ Girón
- D. \_\_\_\_\_ Piedecuesta

## ANEXO B. Pantallazo DANE, Censo 2005

NOM_DEPTO	DPTOC_MPIO	NOM_MPIO	Población Cabecera Total	Población Resto Total	Población Total Hombres	Población Total Mujeres	Población Total Total
Santander	68276	Floridablanca	241.685	10.787	118.161	134.311	252.472
Santander	68307	Girón	117.672	17.859	66.614	68.917	135.531
Santander	68547	Piedecuesta	92.351	24.385	56.617	60.119	116.736
Santander	68004	Bucaramanga	502.654	7.264	244.828	268.000	512.828

Santander			
edades	total	hombre	Mujer
<b>Total</b>	<b>1.913.260</b>	<b>939.571</b>	<b>973.689</b>
15 a 19	185.486	93.602	91.884
20 a 24	168.983	83.578	85.405
25 a 29	150.935	73.473	77.462
30 a 34	137.269	65.978	71.291
35 a 39	138.690	66.209	72.481
40 a 44	128.683	61.740	66.943
45 a 50	105.464	50.377	55.087
total parcial			520.553
porcentaje			53,461937