

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ACCESORIOS  
PARA NIÑAS EN BUCARAMANGA**

**PALOMINO PRIETO XIMENA  
RUIZ ARDILA LAURA MARCELA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2016**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ACCESORIOS  
PARA NIÑAS EN BUCARAMANGA**

**PALOMINO PRIETO XIMENA  
RUIZ ARDILA LAURA MARCELA**

**Proyecto de grado requisito para obtener el título como Gestor Empresarial**

**Profesor:  
ALBERTO PINEDA LÓPEZ  
Ingeniero Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2016**

## DEDICATORIA

*“Dedico este proyecto de tesis a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar. A mis padres pilares fundamentales en mi vida, sin ellos jamás hubiese podido ser la persona que soy, su tenacidad y lucha insaciable han hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar no solo para mí, sino para mis hermanos y familia en general. A mi esposo, mi compañero inseparable de cada jornada, él representó el gran esfuerzo y tesón en momentos de decline y cansancio. A ellos este proyecto, pues sin ellos, no hubiese podido ser”.*

**Ximena Palomino Prieto**

*“Quiero dedicar todo este trabajo primeramente a mi Padre Celestial, quien es mi creador, me ama profundamente y por encima de todos conoce de las capacidades que me ha dotado. A mi esposo, mi compañero de vida, mi amante, el padre de mis hijas por creer en mí y por su apoyo incondicional. A mis dos tesoros gigantes, mis hijas preciosas, mis motores, mis rayitos de luz los cuales Dios envió a nuestro hogar para bendecirnos, llenarnos de experiencias y sobre todo de tanto amor sincero y transparente. A mi hermosa madre, por ser ésa luchadora incansable, pujante y quien me ha enseñado con su amor y dedicación el hermoso papel de ser mamá; a mi hermana, suegros y cuñados, a todos mil y mil gracias, Dios Nuestro Señor les otorgue el regalo más hermoso y anhelado de cada uno de sus corazones”*

**Laura Marcela Ruiz Ardila**

## AGRADECIMIENTOS

Las autoras del proyecto queremos expresar nuestros agradecimientos:

*A DIOS, por ser nuestro creador.*

*A la Universidad Industrial de Santander y al IPRED, los cuales abren sus puertas y nos preparan hacia un futuro competitivo formándonos como personas de bien en el ejercicio de desarrollar esta hermosa profesión.*

*A todos y cada uno de nuestros familiares y amigos, quienes a lo largo de nuestra vida han sido el apoyo y la motivación en nuestra formación académica, creyendo en nosotras en todo momento y sin dudar de nuestras habilidades.*

*Al Doctor Alberto Pineda López, Director de nuestro proyecto por su meritoria colaboración y orientación en la culminación de esta etapa académica.*

*A los docentes, de cada una de las áreas por impartir sus conocimientos y ser piezas claves en el desarrollo del proceso educativo.*

*Al personal directivo y administrativo del IPRED, por su colaboración y apoyo.*

*A nuestros compañeros de estudio, quienes a lo largo de este tiempo han puesto a prueba sus capacidades y conocimientos en el desarrollo de una etapa más de nuestras vidas, por su compañerismo y colaboración en el logro de nuestras metas.*

*A las entidades e instituciones, que nos han facilitado la información clave en la realización del presente estudio de factibilidad.*

## CONTENIDO

	pág.
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>24</b>
<b>1. GENERALIDADES .....</b>	<b>26</b>
1.1 PANORAMA DEL SECTOR .....	26
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO .....	28
1.3 ASPECTOS LEGALES .....	29
<b>2. ESTUDIO DE MERCADOS .....</b>	<b>36</b>
2.1 OBJETIVOS .....	36
2.1.1 Objetivo general .....	36
2.1.2 Objetivos específicos .....	36
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	36
2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto.....	36
2.2.1.1 Diademas.....	37
2.2.1.2 Ganchos.....	37
2.2.1.3 Moños .....	38
2.2.1.4 Gorras.....	38
2.2.1.5 Cinturones.....	39
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia..	39
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO .....	39
2.3.1 Mercado potencial.....	39
2.3.2 Mercado objetivo.....	41
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	41
2.4.1 La demanda .....	41
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados .....	41
2.4.1.2 Necesidades de información.:.....	41
2.4.1.3 Ficha Técnica de la Demanda. ....	42

2.4.2	Tabulación, presentación y análisis de resultados.....	43
2.4.3	Estimación de la demanda.....	55
2.4.4	Proyección de la demanda.....	56
2.5	OFERTA O COMPETENCIA.....	58
2.5.1	Análisis de la situación actual de la competencia. ....	60
2.5.2	Cálculo de la oferta estimada.....	61
2.5.3	Relación entre la demanda y la oferta.....	62
2.6	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	62
2.7	CANAL DE COMERCIALIZACIÓN O DE DISTRIBUCIÓN.....	63
2.7.1	Estructura de los canales actuales.....	63
2.7.2	Ventajas y desventajas del canal actual. ....	63
2.7.3	Selección del canal de comercialización.....	64
2.8	PRECIO.....	64
2.8.1	Análisis de precios de la competencia. ....	64
2.8.2	Estrategias de fijación de precios.....	65
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	65
2.9.1	Objetivos. ....	65
2.9.2	Logotipo.....	66
2.9.3	Slogan. Yo soy Gabba, Yo soy Única. ....	66
2.9.4	Análisis de medios. ....	66
2.9.5	Selección de medios. ....	67
2.9.6	Estrategias publicitarias. ....	67
2.9.7	Presupuesto de publicidad y promoción. ....	68
2.9.7.1	De lanzamiento. ....	68
2.9.7.2	De operación.....	68
<b>3.</b>	<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>69</b>
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	69
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto.. ....	69
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto. ....	69

3.1.2.1	Demanda. ....	69
3.1.2.2.	Insumos. ....	69
3.1.2.3	Tecnología y equipos.. ....	70
3.1.2.4	Localización. ....	70
3.1.2.5	Financiamiento.....	70
3.1.3	Capacidad del proyecto. ....	70
3.1.3.1	Capacidad total diseñada.....	70
3.1.3.2	Capacidad instalada.....	72
3.1.3.3	Capacidad utilizada.....	72
3.1.3.4	Capacidad proyectada. ....	73
3.2	LOCALIZACIÓN.....	73
3.2.1	Macro localización.....	73
3.2.2	Micro localización.....	74
3.2.2.1	Trámites relacionados con la ubicación de la empresa.....	77
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	77
3.3.1	Ficha técnica del producto .....	77
3.3.2	Descripción técnica del proceso. ....	83
3.3.2.1	Control de calidad. ....	83
3.3.2.2	Manejo de desechos.....	83
3.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento.....	84
3.3.4	Control de calidad. ....	92
3.3.5	Recursos.....	92
3.3.5.1	Recurso humano.....	92
3.3.5.2	Recurso físico. ....	92
3.3.5.3	Recurso de insumos.. ....	95
3.3.6	Análisis de proveedores.....	98
<b>4.</b>	<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....</b>	<b>100</b>
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN .....	100
4.1.1	Tipo de sociedad.....	100

4.1.2	Procedimiento.....	100
4.2	CULTURA ORGANIZACIONAL .....	102
4.2.1	Visión.....	102
4.2.2	Misión.....	102
4.2.3	Objetivos.....	102
4.2.4	Políticas.....	102
4.2.4.1	Políticas de personal.....	102
4.2.4.2	Políticas de compras.....	103
4.2.4.3	Políticas de ventas.....	103
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	103
4.3.1	Organigrama.....	103
4.3.2	Descripción y perfil de cargos.....	104
4.3.3	Asignación salarial.....	108
<b>5.</b>	<b>ESTUDIO FINANCIERO.....</b>	<b>110</b>
5.1	INVERSIONES .....	110
5.1.1	Inversión fija.....	110
5.1.1.1	Terreno.....	110
5.1.1.2	Construcción.....	110
5.1.1.3	Maquinaria y equipo.....	110
5.1.1.4	Muebles y enseres.....	111
5.1.1.5	Equipos de oficina.....	111
5.1.1.6	Herramientas.....	111
5.1.1.7	Elementos de seguridad.....	112
5.1.1.8	Total de inversión fija.....	112
5.1.2	Inversión diferida.....	113
5.1.3	Inversión de capital de trabajo.....	113
5.1.3.1	Costos de producción.....	113
5.1.3.1.1	Materias primas.....	113
5.1.3.1.2	Mano de obra directa.....	114

5.1.3.1.3	Costos indirectos de fabricación. ....	114
5.1.3.1.4	Total costos de producción. ....	116
5.1.3.2	Gastos de administración y ventas. ....	116
5.1.3.2.1	Depreciación de gastos de administración y ventas. ....	117
5.1.3.3	Gastos financieros. ....	117
5.1.3.4	Total capital de trabajo.....	117
5.1.4	Inversión total.....	118
5.1.5	Fuentes de financiación. ....	118
5.2	<b>COSTOS Y GASTOS</b> .....	120
5.2.1	Costos y gastos fijos. ....	120
5.2.2	Costos y gastos variables. ....	120
5.2.3	Costo y gasto total unitario.....	120
5.3	<b>PRECIO DE VENTA</b> .....	121
5.4	<b>PROYECCIONES FINANCIERAS</b> .....	122
5.4.1	Ingresos. ....	122
5.4.2	Egresos.....	122
5.5	<b>ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A CINCO AÑOS</b> .....	123
5.5.1	Estado de resultados proyectados a cinco años. ....	123
5.5.2	Flujo de caja proyectado.....	123
5.5.3	Balance general y proyectado.....	124
<b>6.</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b> .....	<b>126</b>
6.1	<b>EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL</b> .....	126
6.1.1	Empleados. ....	126
6.1.2	Comunidad.....	126
6.1.3	Medio ambiente.....	126
6.1.4	Competidores.....	126
6.1.5	Consumidores.....	126
6.1.6	Proveedores.....	127

6.1.7	Gobierno nacional.....	127
6.1.8	Socios e inversionistas. ....	127
6.2	<b>EVALUACIÓN AMBIENTAL.....</b>	<b>127</b>
6.2.1	Matriz evaluación de impactos.....	127
6.2.2	Plan de mitigación dentro de un desarrollo sostenible.....	128
6.2.2.1	Política ambiental.....	128
6.2.2.2	Objetivos de la política ambiental.....	128
6.2.2.3	Responsabilidad del plan de gestión ambiental. ....	129
6.2.2.4	Recursos necesarios.....	129
6.2.2.5	Manejo de residuos sólidos.....	129
6.2.2.6	Uso racional del agua y la energía.....	129
6.3	<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>130</b>
6.3.1	Valor presente neto.....	130
6.3.2	Tasa interna de retorno.....	131
6.3.3	Periodo de recuperación. ....	132
6.3.4	Análisis de las razones financieras. ....	132
6.3.4.1	Liquidez.....	132
6.3.4.2	Endeudamiento.....	132
6.2.4.3	Razón de actividad. ....	133
6.2.4.4	Razón de rentabilidad.. ....	133
6.2.4.4.1	Margen bruto de ganancias. ....	133
6.2.4.4.2	Margen neto de ganancia. ....	133
6.4	<b>PUNTO DE EQUILIBRIO .....</b>	<b>134</b>
<b>7.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>135</b>
<b>8.</b>	<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>136</b>
	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>137</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>141</b>

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
Figura 1. Variación porcentual de población ocupada a nivel nacional.....	28
Figura 2. Panorámica de Bucaramanga .....	29
Figura 3. Diademas niña.....	37
Figura 4. Modelo de gancho .....	37
Figura 5. Modelo moño .....	38
Figura 6. Modelo de gorra.....	38
Figura 7. Modelo de cinturones.....	39
Figura 8. Proyección a 2011 de la población del Municipio de Bucaramanga .....	40
Figura 9. Rango de edad de los encuestados.....	44
Figura 10. Género.....	45
Figura 11. Segmentación del mercado .....	46
Figura 12. Factores importantes al momento de la compra.....	46
Figura 13. Aspectos importantes de la marca al comprar accesorios para niñas ..	47
Figura 14. Lugar donde comprarían accesorios para niñas .....	48
Figura 15. Razón principal para compra de accesorios .....	49
Figura 16. Consideración del mercado de accesorios en Bucaramanga .....	49
Figura 17. Materiales preferidos para decorar accesorios .....	50
Figura 18. Preferencia de origen de los accesorios .....	51
Figura 19. Inclinación de gustos por los diseños .....	51
Figura 20. Frecuencia de adquisición de accesorios para niñas .....	52
Figura 21. Promedio del presupuesto de compra de los accesorios.....	53
Figura 22. Preferencia de accesorios al momento de compra .....	53
Figura 23. Medio preferido para adquirir accesorios.....	54
Figura 24. Tendencia para la recepción de información de los accesorios.....	55
Figura 25. Logotipo Gabba .....	66
Figura 26. Mapa de Bucaramanga.....	74

Figura 27. Diagrama de flujo de la diadema .....	84
Figura 28. Diagrama de flujo de un cinturón .....	86
Figura 29. Diagrama de flujo de una gorra .....	88
Figura 30. Diagrama de flujo de un gancho .....	90
Figura 31. Diagrama de flujo de un moño .....	91
Figura 32. Maquinaria y equipo.....	92
Figura 33. Muebles y enseres área operativa .....	93
Figura 34. Recurso físico – herramientas .....	93
Figura 35. Equipo de oficina área administrativa .....	94
Figura 36. Equipo de cómputo y comunicación .....	94
Figura 37. Elementos de seguridad .....	95
Figura 38. Distribución planta física .....	99
Figura 39. Organigrama de Accesorios GABBA .....	103
Figura 40. Cotización préstamo Colpatria .....	119

## LISTA DE TABLAS

	<b>pág.</b>
Tabla 1. Rango de edad de los encuestados.....	44
Tabla 2. Género.....	44
Tabla 3. Segmentación del mercado .....	45
Tabla 4. Factores importantes al momento de la compra.....	46
Tabla 5. Aspectos importantes de la marca al comprar accesorios para niñas ...	47
Tabla 6. Lugar donde comprarían accesorios para niñas.....	48
Tabla 7. Razón principal para compra de accesorios .....	48
Tabla 8. Consideración del mercado de accesorios en Bucaramanga .....	49
Tabla 9. Materiales preferidos para decorar accesorios .....	50
Tabla 10. Preferencia de origen de los accesorios .....	51
Tabla 11. Inclinação de gustos por los diseños .....	51
Tabla 12. Frecuencia de adquisición de accesorios para niñas.....	52
Tabla 13. Promedio del presupuesto de compra de los accesorios.....	52
Tabla 14. Preferencia de accesorios al momento de compra .....	53
Tabla 15. Medio preferido para adquirir accesorios .....	54
Tabla 16. Tendencia para la recepción de información de los accesorios.....	55
Tabla 17. Estimación de la demanda.....	56
Tabla 18. Datos para estimar la demanda .....	56
Tabla 19. Proyección población objetivo del 2005-2011 en Bucaramanga.....	57
Tabla 20. Proyección de la demanda.....	57
Tabla 21. Matriz de competitividad de la oferta.....	59
Tabla 22. Participación actual de la competencia .....	61
Tabla 23. Cálculo de la oferta estimada por producto.....	61
Tabla 24. Cálculo de la oferta proyectada .....	62
Tabla 25. Demanda insatisfecha proyectada.....	63
Tabla 26. Análisis de precios .....	65

Tabla 27. Presupuesto de lanzamiento.....	68
Tabla 28. Presupuesto de operación .....	68
Tabla 29. Demanda insatisfecha por cada artículo .....	69
Tabla 30. Datos para calcular la capacidad total diseñada.....	70
Tabla 31. Unidades producidas al año por operario por cada producto.....	71
Tabla 32. Tiempo ocioso.....	72
Tabla 33. Capacidad instalada.....	72
Tabla 34. Capacidad proyectada a cinco años .....	73
Tabla 35. Ponderación y puntuación de factores .....	75
Tabla 36. Ponderación de grados por factor .....	76
Tabla 37. Ponderación de la micro localización .....	76
Tabla 38. Recurso humano.....	92
Tabla 39. Recurso físico – maquinaria y equipo .....	92
Tabla 40. Recurso físico – muebles y enseres área operativa .....	93
Tabla 41. Recurso físico – herramientas .....	93
Tabla 42. Recurso físico – equipo de oficina área administrativa .....	94
Tabla 43. Recurso físico – equipo de cómputo y comunicación .....	94
Tabla 44. Recurso físico – elementos de seguridad .....	95
Tabla 45. Recurso físico – papelería .....	95
Tabla 46. Insumos para diademas según ficha técnica .....	95
Tabla 47. Insumos para cinturones según ficha técnica .....	96
Tabla 48. Insumos para gorras según ficha técnica.....	96
Tabla 49. Insumos para ganchos según ficha técnica .....	96
Tabla 50. Insumos para moños según ficha técnica .....	97
Tabla 51. Insumos generales.....	97
Tabla 52. Asignación salarial .....	109
Tabla 53. Activos fijos maquinaria y equipo.....	110
Tabla 54. Activos fijos muebles y enseres .....	111
Tabla 55. Activos fijos equipo de oficina .....	111
Tabla 56. Activos fijos herramientas .....	112

Tabla 57. Activos fijos elementos de seguridad.....	112
Tabla 58. Total inversión fija.....	112
Tabla 59. Total inversión diferida.....	113
Tabla 60. Total materias primas.....	113
Tabla 61. Mano de obra directa.....	114
Tabla 62. Depreciación área de producción.....	115
Tabla 63. Costos indirectos de fabricación.....	115
Tabla 64. Total costos de producción.....	116
Tabla 65. Total gastos de administración.....	116
Tabla 66. Depreciación gastos de administración y ventas.....	117
Tabla 67. Gastos financieros.....	117
Tabla 68. Total capital de trabajo.....	118
Tabla 69. Total inversión.....	118
Tabla 70. Fuentes de financiación.....	118
Tabla 71. Costos y gastos fijos.....	120
Tabla 72. Costos y gastos variables.....	120
Tabla 73. Costo operativo unitario.....	121
Tabla 74. Costo y gasto total unitario.....	121
Tabla 75. Precio de venta productos.....	122
Tabla 76. Ingresos.....	122
Tabla 77. Egresos.....	123
Tabla 78. Estado de resultados proyectado a cinco años.....	123
Tabla 79. Flujo de caja proyectado.....	124
Tabla 80. Balance general inicial y proyectado.....	125
Tabla 81. Datos para calcular valor presente neto.....	130
Tabla 82. Variables de la TMAR.....	131
Tabla 83. Periodo de recuperación.....	132
Tabla 84. Punto de equilibrio.....	134

## LISTA DE CUADROS

	<b>pág.</b>
Cuadro 1. Ficha técnica de la demanda .....	42
Cuadro 2. Matriz DOFA .....	60
Cuadro 3. Ficha técnica diademas.....	77
Cuadro 4. Continuación .....	78
Cuadro 5. Ficha técnica cinturones.....	79
Cuadro 6. Ficha técnica gorras .....	80
Cuadro 7. Ficha técnica ganchos.....	81
Cuadro 8. Ficha técnica moños .....	82
Cuadro 9. Descripción técnica del proceso.....	83
Cuadro 10. Descripción actividades del diagrama de flujo de la diadema .....	85
Cuadro 11. Descripción actividades del diagrama de flujo del cinturón .....	87
Cuadro 12. Descripción actividades del diagrama de flujo de la gorra .....	89
Cuadro 13. Descripción actividades del diagrama de flujo del gancho .....	90
Cuadro 14. Descripción actividades del diagrama de flujo del moño.....	91
Cuadro 15. Análisis de proveedores.....	98
Cuadro 16. Descripción cargo - gerente .....	104
Cuadro 17. Descripción cargo - contador .....	105
Cuadro 18. Descripción cargo - secretaria.....	106
Cuadro 19. Descripción cargo - vendedor .....	107
Cuadro 20. Descripción cargo - operarios .....	108
Cuadro 21. Impacto de los insumos.....	127
Cuadro 22. Matriz de evacuación de impactos .....	128
Cuadro 23. Impacto recursos naturales .....	130
Cuadro 24. Tasa de oportunidad, valor presente neto y TIR .....	131
Cuadro 25. TIRM .....	131
Cuadro 26. Razón de liquidez.....	132

Cuadro 27. Nivel de endeudamiento.....	132
Cuadro 28. Razón de actividad.....	133
Cuadro 29 . Margen bruto de ganancias.....	133
Cuadro 30. Margen neto de ganancia.....	133

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
Anexo A. Encuesta investigación del mercado .....	141
Anexo B. Cotización máquina de coser .....	145
Anexo C. Cotización horno microondas .....	146
Anexo D. Cotización sillas .....	147
Anexo E. Cotización estantería metálica .....	150
Anexo F. Cotización gavetero .....	151
Anexo G. Cotización ferretería .....	152
Anexo H. Cotización vitrina .....	152
Anexo I. Cotización impresora .....	153
Anexo J. Cotización teléfonos .....	154
Anexo K. Cotización computador .....	155

## GLOSARIO

**BOTÓN:** Pieza pequeña de metal, hueso, nácar u otra materia, forrada de tela o sin forrar, que se pone en los vestidos para que, entrando en el ojal, los abroche y asegure. También se pone por adorno.

**CAÑUTILLO:** Hilo de oro o de plata rizado para bordar.

**CINTA:** Tejido largo y estrecho de seda, hilo u otra fibra, y de uno o más colores, que sirve para atar, ceñir o adornar.

**CINTURÓN:** Cinta, correa o cordón que se usa sobre el vestido o pantalón para ajustarlo al cuerpo.

**COMPETENCIA:** Son las capacidades de poner en operación los diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral que le permite desenvolverse en el mundo.

**DESEMPLEO:** Hace referencia a la situación al trabajador que carece de empleo y, por tanto, de salario.

**DIADEMA:** Adorno o aderezo femenino en forma de aro abierto, que sujeta el pelo hacia atrás.

**EFICAZ:** La capacidad o habilidad de obtener los resultados esperados en determinada situación. Aplicado para personas e individuos, también puede ser eficaz un dispositivo, un tipo de tecnología, un fenómeno natural y diversas cosas ya que no es necesariamente una posibilidad humana.

**ENCAJE:** Tejido de mallas, lazadas o calados, con flores, figuras u otras labores, que se hace con bolillos, aguja de coser o de gancho o bien a máquina.

**ENFOQUE:** Se conoce con el término de enfoque a la manera a través de la cual un individuo, grupo, empresa, entre otros, considerarán un determinado punto en cuestión, asunto o problema, en términos de una negociación, es decir, sería algo así como el plan que desplegarán y cómo lo llevarán a cabo para lograr que ese asunto que requiere solución llegue a buen puerto, a tener un resultado correcto.

**FUERZA LABORAL:** Capacidad del hombre para trabajar, conjunto de fuerzas físicas y espirituales de que el hombre dispone y que utiliza en el proceso de producción de los bienes materiales. La fuerza de trabajo es la condición fundamental de la producción en toda sociedad.

**GANCHO:** Instrumento curvo y por lo común puntiagudo en uno o ambos extremos, que sirve para prender, agarrar o colgar algo.

**GORRA:** Prenda para cubrir la cabeza, especialmente la de tela, piel o punto con visera.

**HABILIDAD:** Es la aptitud innata, talento, destreza o capacidad que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio.

**HEBILLA:** Pieza de metal o de otra materia, generalmente con uno o varios clavos articulados en una varilla que la cierra por un lado, los cuales sujetan la correa, cinta, que pasa por dicha pieza.

**MOÑOS:** Lazo de cintas.

**PEGANTE:** Sustancia propia para pegar.

**PERFIL:** Es el conjunto de rasgos peculiares que un puesto de trabajo engloba a nivel de educación, de formación, experiencia y habilidades intelectuales y/o físicas, para una persona.

**PIEDRAS DECORATIVAS:** Piedras labradas con alguna inscripción o figura.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de accesorios para niñas ubicada en el municipio de Bucaramanga, departamento de Santander, tiene como objetivo constituir una empresa de fabricación y comercialización de accesorios para niñas en Bucaramanga, que innove el concepto del mercado al permitirles a sus clientes personalizar los productos según sus necesidades, contando con materias primas de excelente calidad.

El mercado de accesorios para niñas en Bucaramanga ha carecido de un desarrollo correcto debido a la informalidad que lo satura, pues fabricantes y comerciantes no ofrecen continuidad en los productos, diseños, materiales y precios, ya que incursionan en el mercado sin hacer una previa investigación del medio por lo que su permanencia es limitada y depende de las acciones efectuadas por la competencia, más no de las actividades que ellos mismos puedan desarrollar para satisfacer los deseos y las necesidades de los clientes.

Aunque existe diversidad de diseños y materiales, el mercado actual no brinda la posibilidad al cliente de personalizar los productos según sus necesidades, sino que éstos deben adaptarse a los ya ofrecidos en el mercado. Teniendo en cuenta lo anterior, nace la idea de ofrecer en la ciudad de Bucaramanga la creación de una empresa de accesorios para niñas.

En el primer capítulo se realiza una introducción del comportamiento del sector de los accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga, historia, evolución, importancia y desventajas presentadas actualmente en la industria.

En el segundo capítulo se realiza el estudio de mercados, donde se define la demanda y oferta del proyecto, los canales de comercialización que se van a seguir, precios y estrategias que ayuden al posicionamiento en el mercado de los productos ofrecidos.

El estudio técnico se realiza en el tercer capítulo, el cual define el tamaño, localización, planta física, descripción de los productos, procesos, materiales y recursos necesarios para la producción y ejecución del proyecto en mención.

Seguidamente en el capítulo cuatro se efectúa el estudio administrativo el cual contiene la constitución, tipo y estructura organizacional de la empresa, y toda la normatividad contable jurídica necesaria para su funcionamiento.

Posteriormente, en el capítulo cinco se realiza el estudio financiero el cual permite definir la inversión inicial requerida para la puesta en marcha del proyecto, y se proyectan los estados financieros que determinan la factibilidad financiera de la inversión.

Para el sexto capítulo, se realiza la evaluación del proyecto en los aspectos económicos, sociales y ambientales.

Y finalmente, se muestran las conclusiones y recomendaciones necesarias para la puesta en marcha del proyecto para inversionistas y demás personas interesadas en su desarrollo en el municipio de Bucaramanga.

# 1. GENERALIDADES

## 1.1 PANORAMA DEL SECTOR

El accesorio desde la prehistoria acompaña al hombre y marca parte de su proceso de civilización como una expresión del arte que le permite exteriorizar sus emociones en función de sus descubrimientos, necesidades y situación socioeconómica en cada período histórico. Desde el medallón de piedra o hueso animal que otorgaba valentía y triunfo a quien lo vistiera, hasta las más sofisticadas joyas, el accesorio le ha permitido a la humanidad no sólo vestir sino también simular y representar un estatus o papel dentro de la sociedad.

A través del tiempo el hombre ha atribuido a los accesorios significado de prestigio, poder, protección, estilo, opulencia y valor; el conocido adorno hoy denominado accesorio ha evolucionado y se considera un importante componente de la indumentaria, por lo tanto el hombre ha desarrollado técnicas, materiales y diseños para transformar la materia muerta en atractivos complementos del vestido<sup>1</sup>.

En la época del renacimiento el accesorio más popular era la “capucha, toca y redecillas simples” a las que señoras de la alta sociedad les añadían adornos de oro, perlas o piedras preciosas las cuales permitían distinguirlas de las mujeres más humildes.

Para los años 20, el accesorio más utilizado son las horquillas de metales como la plata y el oro que a menudo estaban decoradas con brillantes y hasta diamantes lucidos por las mujeres más glamurosas y adineradas como las estrellas de cine o las mujeres de sociedad. Para las fiestas se usaban las peinetas, tiaras, diademas y otro tipo de tocados influenciados por los estilos de baile populares como el Charleston que tenía un estilo a la vez divertido y elegante<sup>2</sup>.

Históricamente las diademas o tiaras han sido utilizadas por la realeza en actos y ceremonias reales para distinguirse del resto de la población otorgándoles estatus y poder<sup>3</sup>.

En el Municipio de Bucaramanga el mercado se caracteriza por ser artesanal no tecnificado puesto que éstas se fabrican con las manos de los artesanos siendo un

---

<sup>1</sup> Oportunidades de accesorios de moda femenina [en línea]. Argentina, 2006 – [citado 10 abril, 2015]. Disponible en internet: [http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2006/MADE\\_Mohadeb.pdf](http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2006/MADE_Mohadeb.pdf).

<sup>2</sup> Adornos para el pelo a lo largo de la historia y el mundo: Parte 3 [en línea]. España, enero 2014 – [citado 10 abril, 2015]. Disponible en internet: <http://lirainwonderland.es/es/categorias/blog/enciclopedia-de-labories>.

<sup>3</sup> ¿Por qué algunas novias usan tiaras o diademas? [en línea]. Israel, 2005 – [citado 10 abril, 2015]. Disponible en internet: <http://www.fiestajudia.com/consejos/tiara-novias.shtml>.

mercado informal donde se maneja la comercialización de los productos y no la constitución de empresas fabricantes de accesorios legalmente constituidos.

En los últimos años, en la ciudad de Bucaramanga se han construido importantes centros comerciales como lo son: Parque Caracolí, Cacique, La Florida, Megamall, Acrópolis además de los ya famosos Centros Comerciales de Cañaveral, Cabecera I, II, III, IV etapa y La Quinta; igualmente los tradicionales San Andresitos. Todas estas edificaciones le dan a la industria una excelente vitrina para sus productos y la infraestructura moderna hace lo propio logrando posicionar a la ciudad como una de las más destacadas en lo que al tema se refiere a nivel nacional.

La consolidación del sur del área metropolitana de Bucaramanga y el desarrollo vial impulsado por Metrolínea ha motivado a las constructoras de la región a realizar modelos de centros comerciales o mega proyectos en base al área aprobada para vivienda en marzo de este año frente al mismo mes del año anterior al sumar 17,7 puntos porcentuales a la variación total del área aprobada (26,2%) lo que confirma el auge de la oferta, cuyos diseños cuentan con locales comerciales, parqueaderos, cines, restaurantes y zonas de entretenimiento las cuales ayudan en la exposición de ideas empresariales que permiten el desarrollo del comercio en la región.<sup>4</sup>

Históricamente la Capital Santandereana ha sido una de las ciudades con menor número de desempleados del país. Entre noviembre del 2013 a enero del 2014 según estadísticas del DANE, la ciudad tuvo una tasa de desocupación (TD) del 9,4% aumentando levemente con respecto al mismo período del año anterior. La tasa global de participación (TGP) es de 67,6%; la tasa de ocupación (TO), del 61,2%; la tasa de subempleo subjetivo (TS Sub, se refiere al deseo manifestado por el trabajador de mejorar sus ingresos, número de horas trabajadas o tener una labor más apropiada a sus competencias) del 23,0%; la tasa de subempleo objetivo (TS Obj, comprende a quienes tiene el deseo, pero además han hecho una gestión para materializar su aspiración y están en disposición de efectuar el cambio) del 9,1%.<sup>5</sup>

Como puede observarse en la siguiente figura según el DANE, el empleo asalariado creció en mayor proporción que el empleo independiente, sin embargo éste último representa una participación nacional del 43,3% siendo mayor a la del asalariado; y lo que se busca con todos y cada uno de los proyectos presentados

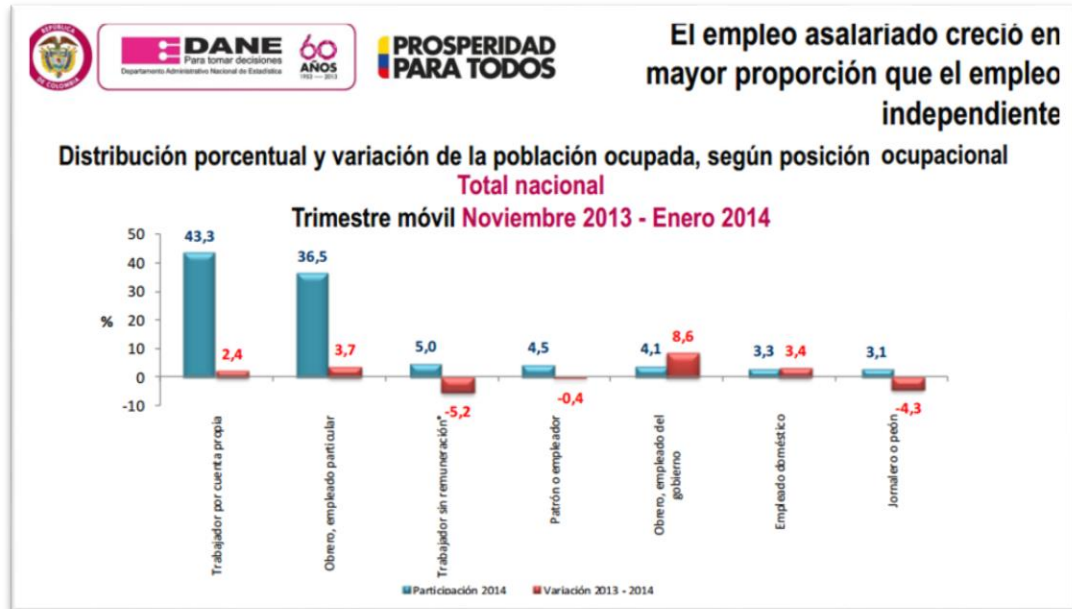
---

<sup>4</sup> Bucaramanga estrena centro comercial de \$ 160 mil millones [en línea]. Colombia, mayo 2014 – [citado 18 noviembre, 2014]. Disponible en internet: <http://www.portafolio.co/negocios/bucaramanga-nuevo-centro-comercial>.

<sup>5</sup> Principales resultados del mercado laboral [en línea]. Colombia, enero 2014 – [citado 27 marzo, 2014]. Disponible en internet: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres\\_web\\_ech\\_corta\\_ene14.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_ech_corta_ene14.pdf). “Página 18”

como ideas empresariales, es ofrecer fuerzas de trabajos justas que le permitan al trabajador crecer teniendo mejores condiciones laborales.

Figura 1. Variación porcentual de población ocupada a nivel nacional



Fuente: Tomado de: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres\\_web\\_ech\\_corta\\_ene14.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_ech_corta_ene14.pdf). [Fecha de consulta 27 de marzo 2014]

Los centros más importantes de capacitación de manualidades en Bucaramanga son las Cajas de Compensación Familiar Comfenalco y Cajasan, las cuales tienen planes de capacitación para sus afiliados en sus diferentes categorías y particulares que incluyen: los accesorios, las artesanías, bisutería, confecciones, tarjetería, muñequería, calzado, piñatería entre otras. Cuyos precios y programas son de fácil acceso a la comunidad.

## 1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

El presente proyecto se realizará en la ciudad de Bucaramanga, Santander, Colombia. Está ubicada al nordeste del país sobre la cordillera Oriental, rama de la cordillera de los Andes, a orillas del río de Oro. Cuenta con unos 526.940 habitantes (Proyección DANE, 2013). Tiene una longitud de 7 km de Sur a Norte y 6 km de Oriente a Occidente. Por ser capital, Bucaramanga alberga las sedes de la Gobernación de Santander, la Asamblea Departamental, la sede seccional de la Fiscalía y el Área Metropolitana de Bucaramanga. Junto con el título de capital de

Santander, Bucaramanga ostenta los títulos de capital de la provincia de Soto y del núcleo de desarrollo provincial metropolitano.

Se comunica con las demás ciudades del país por carretera y para el transporte aéreo, cuenta con el Aeropuerto Internacional Palonegro ubicado en Girón. Su economía gira alrededor de la fabricación de calzado y sus similares; industria y comercio. El clima de Bucaramanga está clasificado por el INSTITUTO DE HIDROLOGÍA, METEOROLOGÍA Y ESTUDIOS AMBIENTALES, IDEAM como clima cálido seco con una temperatura promedio de 25°C.

Figura 2. Panorámica de Bucaramanga



Fuente: Tomado de: [http://www.ciencias.unal.edu.co/unciencias/datafile/user\\_35/image/Panoramica%20de%20Bucaramanga.jpg](http://www.ciencias.unal.edu.co/unciencias/datafile/user_35/image/Panoramica%20de%20Bucaramanga.jpg). [Fecha de consulta 27 de marzo 2014]

### 1.3 ASPECTOS LEGALES

Para la creación del presente modelo empresarial se deben tener en cuenta las siguientes referencias legales:

- Constitución Política de Colombia.
- Código del Comercio (Decreto 410 de 1971).
- Código Sustantivo del Trabajo (artículo 46 del Decreto Ley 3743 de 1950).

- Contabilidad General (Decreto 2649 de 1993). Reglamenta la contabilidad en general y se expiden los principios o normas de contabilidad generalmente aceptados en Colombia.
- Plan de ordenamiento Territorial (POT). Ley 388 de 1997, Decreto 879 de 1998 Capitulo II. Orientar su desarrollo sostenible mediante la definición de estrategias de uso, ocupación y manejo de suelo.
- Ley 232 de 1995 (diciembre 26), normas para el funcionamiento de establecimientos comerciales.
- Decreto 2649 de 1993. “Principios de contabilidad”.
- Ley 789 de 2002. “Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.”
- Ley 1429 de 2010. “Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.”
- Ley del emprendimiento 1014 de 2006. Modificada por la Ley 1258 de 2008, dispuso que sin perjuicio de las ventajas y beneficios establecidos en el ordenamiento jurídico, una vez entre en vigencia la presente ley, no se podrán constituir sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Las sociedades unipersonales constituidas al amparo de dicha disposición tendrán un término máximo improrrogable de seis (6) meses, para transformarse en sociedades por acciones simplificadas.
- Ley tributaria. la regulación contable, fueron expedidos los siguientes decretos reglamentarios:
  - Decreto 3019 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se modifica el Marco Técnico Normativo de Información Financiera para las Microempresas, anexo al Decreto 2706 de 2012”.
  - Decreto 3022 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamenta la Ley 1314 de 2009 sobre el marco técnico normativo para los preparadores de información financiera que conforman el Grupo 2”.
  - Decreto 3023 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se modifica parcialmente el marco técnico normativo de información financiera para los preparadores de la información financiera que conforman el Grupo 1 contenido en el anexo del Decreto 2784 de 2012”.
  - Decreto 3024 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se modifica el Decreto 2784 de 2012 y se dictan otras disposiciones”.

En lo relacionado con la reglamentación de medidas tributarias, fueron expedidos los siguientes decretos reglamentarios:

- Decreto 3025 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se modifican algunas disposiciones de los Decretos 2201 de 1998, 558 Y 1033 de 1999 y 2318 de 2013 y se dictan otras disposiciones”.
- Decreto 3026 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamenta parcialmente el Estatuto Tributario”. (residencia, domicilio fiscal y demás).
- Decreto 3027 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamenta el artículo 118-1 del Estatuto Tributario y otras disposiciones del Estatuto Tributario”. (subcapitalización).
- Decreto 3028 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamenta parcialmente el Estatuto Tributario”. (residencia de personas naturales entre otros aspectos).
- Decreto 3029 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se modifica la tabla de tarifas contenida en el artículo 2º del Decreto 1828 de 2013”. (tarifas de autorretención por CREE).
- Decreto 3030 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamentan los artículos 260-1, 260-2, 260-3, 260-4, 260-5, los párrafos 2 y 3 del artículo 260-7, los artículos 260-9, 260-10, 260-11 Y319-2 del Estatuto Tributario”. (Precios de transferencia).
- Decreto 3032 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamenta parcialmente el Estatuto Tributario”. (clasificación de las personas Naturales).
- Decreto 3033 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamentan los artículos 178 y 179 de la Ley 1607 de 2012 y se dictan otras disposiciones”. (UGPP).
- Decreto 3034 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se reglamenta la Ley 643 de 2001, modificada por la Ley 1393 de 2010, en lo relativo a la modalidad del juego de lotería tradicional o de billetes”.
- Decreto 3037 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se modifica el Decreto 568 del 21 de marzo de 2013”.
- Decreto 3048 del 27 de diciembre de 2013, “Por medio del cual se modifica parcialmente el Decreto 1828 de 2013 y se dictan otras disposiciones”.
- Decreto 3055 del 27 de diciembre de 2013, “Por el cual se determinan los porcentajes de incremento de los avalúos catastrales para la vigencia de 2014”.

No se debe olvidar el ajuste al salario mínimo y el auxilio de transporte:

- Decreto 3068 del 30 de diciembre de 2013, “Por el cual se fija el salario mínimo mensual legal”.
- Decreto 3069 del 30 de diciembre de 2013, “Por el cual se establece el auxilio de transporte”.

Por último, se anexa el decreto de vencimientos tributarios aplicable al año 2014, la resolución 000273 Dian que determina la obligatoriedad de presentar

información exógena por el año gravable 2013, y la resolución 00227 DIAN que estable el valor de la UVT por el año gravable 2014.

- Decreto 2972 de 2013, (vencimientos tributarios)
  - Resolución 000273 Dian, exógena 2013
  - Resolución 000227 Dian, UVT año 2014.
- Ley 100 de 1993. Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones

#### **De la Ley 1014 de 2006:**

- "Artículo 22. Constitución nuevas empresas. Las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 20 de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales.
- Parágrafo. En todo caso, cuando se trate de Sociedades en Comandita se observará e requisito de pluralidad previsto en el artículo 323 del Código de Comercio".

#### **Del Decreto 4463 de 2006:**

- Artículo 1°. Podrán constituirse sociedades comerciales unipersonales, de cualquier tipo o especie, excepto comanditarias; o, sociedades comerciales pluripersonales de cualquier tipo o especie, siempre que al momento de su constitución cuenten con diez (10) o menos trabajadores o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes. Dichas sociedades, podrán constituirse por documento privado, el cual expresará:
  - Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del socio o socios.
  - El domicilio social.
  - El término de duración o la indicación de que este es indefinido.
  - Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.

- El monto del capital haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor. El socio o socios responderá por el valor asignado a los bienes en el documento constitutivo.
- Cuando los activos destinados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.
- El número de cuotas, acciones o partes de interés de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la sociedad y la forma en que serán distribuidas si fuere el caso.
- La forma de administración dentro del tipo o especie de sociedad de que se trate, así como el nombre, documento de identidad y las facultades de sus administradores. A falta de estipulaciones se entenderá que los administradores podrán adelantar todos los actos comprendidos dentro de las actividades previstas.
- Declaración por parte del constituyente o constituyentes, según sea el caso, o de sus representantes o apoderados sobre el cumplimiento de al menos uno de los requisitos señalados en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, esto es, que cuenten con diez (10) o menos trabajadores, o con activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales vigentes.
- Parágrafo 1°. Para el caso de las sociedades unipersonales que se constituyan conforme a lo establecido en el presente decreto, se deberá expresar la denominación o razón social de la sociedad, según el tipo o especie societario que corresponda, seguida de la expresión sociedad unipersonal, o de la sigla, so pena de que el socio responda ilimitada y solidariamente.
- Parágrafo 2°. Las Cámaras de Comercio se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituyan o modifiquen las sociedades, de que trata el presente decreto, cuando realizada una revisión formal, se observe que se ha omitido alguno de los requisitos previstos en este artículo o cuando a la diligencia de registro no concurra personalmente el constituyente o constituyentes o sus representantes o apoderados.

**Del artículo 5° de la Ley 1258:**

- "Contenido del documento de constitución.
- La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
  - Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras sociedad por acciones simplificarán; o de las letras S.A.S.;
  - El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
  - El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
  - Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
  - El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
  - La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.
- Parágrafo 1°. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.
  - Parágrafo 2°. Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.
  - En primer lugar, teniendo en cuenta la libertad normativa adoptada en cuanto a especie y tipos de constitución societaria dispuestas en el Código de Comercio, en la Ley 1014 de 2006 reglamentada parcialmente por el Decreto 4463 del mismo año y recientemente en la Ley 1258 de 2008, bien podría el constituyente o los constituyentes, decidir constituir la sociedad mediante documento público o privado, pues la misma norma los está facultando.
  - No obstante lo anterior, debe tener en cuenta que al tratarse el asunto de autos, de una discusión netamente de interpretación jurídica, será el operador judicial de turno quien la defina, de suerte que quien considere violentado algún derecho o no se encuentre conforme con la decisión adoptada, necesariamente deberá acudir ante el Juez natural, para que en ejercicio de su competencia legal, sea quien discierna la actual discusión y entonces esta Oficina, acogerá aquello que se decida, de la forma que allí se disponga, pero mientras esa

decisión se produce y la normatividad legal no varíe, esta Oficina mantendrá su posición, por considerarla ajustada a derecho.

- El presente concepto tiene el alcance que determina el artículo 25 del Código Contencioso Administrativo.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 Objetivo general.** Realizar un estudio de mercados para recopilar información relacionada con las variables del mercado con el fin de medir la factibilidad de la creación de una empresa de accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga (Santander).

**2.1.2 Objetivos específicos.** Se formulan los siguientes objetivos específicos para la presente investigación:

- a) Identificar mercados potenciales en el sector de los accesorios para niñas que permita definir las estrategias para desarrollar el plan de negocio.
- b) Investigar las necesidades de los clientes del sector de los accesorios para niñas para sí poder definir la filosofía y políticas de los productos.
- c) Determinar el mercado objetivo que satisfaga las necesidades de la demanda.
- d) Identificar y cuantificar la demanda que permita establecer la viabilidad del proyecto.
- e) Seleccionar los canales de comercialización más adecuados para el desarrollo de la idea emprendedora.
- f) Desarrollar estrategias de mercadeo, promoción y publicidad como herramienta del estudio de mercados.
- g) Identificar los productos más significativos en el mercado de accesorios para niñas en Bucaramanga.
- h) Realizar un análisis de los precios vigentes en el mercado y la capacidad de pago de los clientes fijando la estrategia más conveniente para la comercialización de los accesorios para niñas en Bucaramanga.

### 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

**2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del producto.** La creación del presente proyecto tiene como enfoque fabricar y comercializar accesorios para el cabello tales como diademas, ganchos, moños, gorras y además cinturones, que

suplan oportuna y eficazmente las diferentes necesidades de la población infantil dirigidas a las niñas del municipio de Bucaramanga.

Los productos podrán ser personalizados por los clientes de acuerdo a sus necesidades con diseños innovadores, excelentes acabados, diversas clases de materiales y una mano de obra con habilidades y destrezas que permiten su ejecución. Los productos serán adornados con variedad de materiales como telas, cintas, encajes, gemas plásticas, botones, figuras decorativas, cordones, entre otros.

**2.2.1.1 Diademas.** Adorno o aderezo femenino en forma de aro abierto, que sujeta el pelo hacia atrás.

Figura 3. Diademas niña



**2.2.1.2 Ganchos.** Instrumento curvo y por lo común puntiagudo en uno o ambos extremos, que sirve para prender, agarrar o algo.

Figura 4. Modelo de gancho



**2.2.1.3 Moños.** Lazo de cintas que sirve para adornar el cabello o las prendas de vestir.

Figura 5. Modelo moño



**2.2.1.4 Gorras.** Prenda para cubrir la cabeza especialmente en tela, piel o punto, con forma redonda y lleva una visera.

Figura 6. Modelo de gorra



**2.2.1.5 Cinturones.** Cinta, correa o cordón que se usa sobre el vestido o pantalón para ajustarlo al cuerpo.

Figura 7. Modelo de cinturones



### **2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.**

El presente proyecto se identifica en el uso de diseños elegantes y diversos con excelentes acabados, los cuales brinda a sus clientes la opción de personalizar los productos de acuerdo a sus necesidades, utilizando siempre materias primas de excelente calidad en variadas combinaciones que satisfacen los gustos de la población infantil específicamente las niñas, del municipio de Bucaramanga, con precios accesibles a la población en general.

Actualmente, el mercado de los accesorios para niñas se caracteriza por la informalidad lo que limita su desarrollo, es por esto que nace el presente proyecto que busca la creación de una empresa legalmente constituida cuya actividad principal es fabricar y comercializar estos productos.

Pensando en la responsabilidad social de la idea, el proyecto pretende contribuir al desarrollo económico y social de la región al incluir preferencialmente mujeres que tienen habilidades y conocimientos en la elaboración de estos accesorios que mediante la vinculación a la empresa pueda ser aprovechada esta fuerza laboral que contribuye al progreso personal y social de cada una de ellas.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial.** El mercado potencial para el proyecto en mención son las madres, tías, abuelas, madrinan, amigas, y demás del grupo familiar o social de la población infantil de niñas entre los 0 meses a 14 años de edad de la ciudad de Bucaramanga, debido a que son ellas las que tienen la intensión y capacidad económica para adquirir los productos en cualquier ocasión o evento especial que los requieran.

Para identificar el impacto del proyecto se tuvo en cuenta la información del Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, conforme el último censo realizado en el año 2005 y basado en el archivo de Excel facilitado en la página web de esta entidad de Proyecciones Municipales de población 2005-2011 Sexo y Grupos de Edad en Santander, en la pestaña número 68 del documento, específicamente la ciudad de Bucaramanga tal y como se encuentra soportado en la fuente de la figura 8 a continuación, la proyección más actualizada para el mercado objetivo del presente proyecto consultada en la página de este organismo el 6 de octubre y revisada nuevamente el día 17 de diciembre del año 2014, son 59.025 niñas en el municipio de Bucaramanga entre los 0 meses a los 14 años de edad.<sup>6</sup>

Figura 8. Proyección a 2011 de la población del Municipio de Bucaramanga



PROYECCIONES MUNICIPALES DE POBLACIÓN 2005-2011 SEXO Y GRUPOS DE EDAD  
SANTANDER

**Nota aclaratoria:** El DANE dentro de su plan de trabajo encaminado al mejoramiento continuo de las proyecciones, tiene previsto realizar una revisión al 2010, lo cual significa que las proyecciones aquí presentadas del 2011 pueden registrar variaciones.

Volver al índice		2010			2011		
Codigo	Grupos de edad	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
58001	Bucaramanga						
	Total	524.295	250.745	273.550	525.425	251.575	273.850
	0-4	37.753	19.305	18.448	37.268	19.071	18.197
	5-9	39.862	20.290	19.572	39.141	19.942	19.199
	10-14	44.758	22.827	21.931	44.142	22.513	21.629
	15-19	46.108	23.315	22.793	45.693	23.160	22.533
	20-24	48.137	24.171	23.966	47.123	23.726	23.397
	25-29	49.296	24.897	24.399	49.294	24.962	24.332
	30-34	39.886	19.525	20.361	41.048	20.271	20.777
	35-39	34.101	15.947	18.154	34.132	16.063	18.069
	40-44	35.600	16.261	19.339	34.914	15.998	18.916
	45-49	35.658	15.958	19.700	35.978	16.111	19.867
	50-54	29.153	13.048	16.105	30.382	13.592	16.790
	55-59	23.185	10.244	12.941	24.037	10.643	13.394
	60-64	18.229	7.886	10.343	18.890	8.166	10.724
	65-69	13.856	5.998	7.858	14.280	6.175	8.105
	70-74	11.201	4.491	6.710	11.208	4.506	6.702
	75-79	8.091	3.131	4.960	8.317	3.183	5.134
	80 Y MÁS	9.421	3.451	5.970	9.578	3.493	6.085
<b>TOTAL NIÑAS DE 0 A 14 AÑOS</b>					<b>59.025</b>		

Fuente: Tomado de: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/p\\_20052011\\_Ajustadosgruposedad.xls](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/p_20052011_Ajustadosgruposedad.xls). [Fecha de consulta 6 de octubre 2014]

<sup>6</sup>Demografía y población - Proyecciones de población [en línea]. Colombia, mayo 2016 – [citado 6 octubre, 2014]. Disponible en internet: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/p\\_20052011\\_Ajustadosgruposedad.xls](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/p_20052011_Ajustadosgruposedad.xls).

**2.3.2 Mercado objetivo.** El mercado objetivo para el presente estudio es la población infantil de niñas entre 0 a 14 años de edad de la ciudad de Bucaramanga que requieran de ésta clase de accesorios innovadores en el mercado lo cual estimulen la intención de compra de estos productos al mercado potencial en beneficio del proyecto.

## **2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

### **2.4.1 La demanda.**

**2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados.** El mercado de accesorios para niñas en Bucaramanga no se ha desarrollado debido a la informalidad que lo satura pues no ofrece continuidad en los productos, diseños, materiales y precios, lo que le ocasiona inestabilidad.

La mayoría de los fabricantes son personas naturales quienes dedican gran parte del tiempo a ofrecer sus productos a pequeños y medianos comerciantes a precios muy bajos y con calidades inferiores, lo que deteriora el mercado fortaleciendo únicamente la comercialización y ganancia de terceros; estos fabricantes carecen de una investigación del medio y su permanencia en el mercado se limita a obtener ingresos para sus necesidades básicas sin pensar en el desarrollo de su negocio.

Aunque existe diversidad de diseños y materiales, el cliente carece de la opción de personalizar los productos según sus necesidades, por lo que deben adaptarse a modelos estandarizados y con baja calidad ofrecidos en el mercado. Las anteriores situaciones generan estancamiento de la industria, informalidad, falta de desarrollo del sector y desempleo.

**2.4.1.2 Necesidades de información.** Este ítem establece la metodología necesaria para calcular la demanda potencial así:

- Identificar los tipos de accesorios para niñas más usados en Bucaramanga.
- Conocer los diseños y materiales que tienen más impacto en el mercado de accesorios para niñas.
- Identificar el producto que tiene mayor aceptación e impacto en el mercado.
- Precisar la periodicidad de compra que tienen los accesorios para niñas en el mercado demandante en la ciudad de Bucaramanga.
- Identificar los precios de comercialización y venta de los accesorios para niñas implementados en la ciudad.
- Conocer los métodos publicitarios usados en el sector de los accesorios detectando cual representa mayor impacto en el mercado.

### 2.4.1.3 Ficha Técnica de la Demanda.

Cuadro 1. Ficha técnica de la demanda

<b>Tipo de investigación</b>	<p><b>Investigación descriptiva:</b> Este tipo de investigación señala las características y comportamientos que intervienen en el mercado de accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga.</p> <p><b>Investigación exploratoria:</b> La investigación tiene como propósito averiguar los gustos y necesidades del mercado de accesorios para niñas lo que permite verificar las oportunidades que él brinda.</p>
<b>Método de investigación</b>	<p>El método de investigación será <b>deductivo</b>, porque a través de las fuentes primarias y secundarias recopiladas se determinará la viabilidad del proyecto.</p>
<b>Fuentes de información</b>	<p>La fuente de información es primaria ya que se realiza la aplicación de una encuesta en la población del Municipio de Bucaramanga dirigido a las mujeres del entorno familiar y social de las niñas entre 0 a 14 años de edad, quienes tienen el poder de compra de los productos del presente proyecto.</p> <p>La información secundaria se recopiló a través de instituciones como el DANE, Internet y proyectos afines de la UIS.</p>
<b>Técnicas de investigación</b>	<p>La información se recolectará mediante la aplicación de encuesta.</p>
<b>Instrumento para la recolección de información</b>	<p>Se desarrolló un cuestionario con preguntas estructuradas con la información relacionada con la demanda de los productos y la viabilidad de la empresa.</p>
<b>Modo de aplicación</b>	<p>La encuesta se realizará por intermedio la página <a href="https://www.onlineencuesta.com/">https://www.onlineencuesta.com/</a>, la cual permite crear y evaluar la encuesta en línea, accediendo a más personas por medio de los dispositivos electrónicos como el computador, los celulares y demás. Esta herramienta facilita la obtención de la información estadística en tiempo real de cada uno de los encuestados además de controlar que cada respuesta sea única por cada dirección de correo electrónico, lo que brinda información confiable para las encargadas de la encuesta.</p>

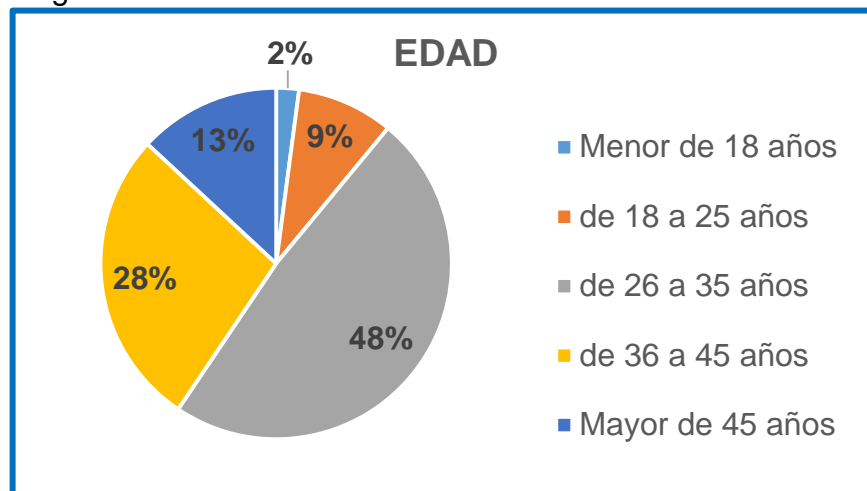
<p><b>La Definición de población (elemento, unidad de muestreo)</b></p>	<p>La población está conformada por las mujeres del entorno familiar y social de las niñas entre 0 a 14 años de edad quienes tienen el poder de compra de los productos del presente proyecto. Total mercado objetivo 59.025 niñas entre 0 a 14 años de edad.</p> <p><b>Elemento:</b> Niñas entre 0 a 14 años de edad de Bucaramanga.</p> <p><b>Unidad de Muestreo:</b> Mujeres del entorno familiar y social de las niñas del municipio de Bucaramanga.</p>
<p><b>Proceso de muestreo</b></p>	<p>Muestreo aleatorio simple:</p> $n = \frac{z^2(p * q) * N}{E^2(N - 1) + z^2(p * q)}$ <p>Dónde:</p> <p>n = Muestra</p> <p>N = 59.025 Población.</p> <p>Z = 1,96 Distribución Estándar.</p> <p>E = 0,05 Margen de error.</p> <p>P = 0,5 Probabilidad de Éxito.</p> <p>Q = 0,5 Probabilidad de fracaso.</p> $n = \frac{1,96^2(0,5 * 0,5) * 59025}{0,05^2(59025 - 1) + 1,96^2(0,5 * 0,5)}$ <p><i>n = 381,68 es decir n = 382</i></p>
<p><b>Alcance</b></p>	<p>Esta investigación tendrá cobertura geográfica en el Municipio de Bucaramanga.</p>
<p><b>Tiempo de aplicación</b></p>	<p>La investigación de mercado se realizará en el segundo semestre del 2014.</p>

**2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.** La encuesta se realizó mediante un cuestionario de 13 preguntas cerradas con única respuesta. Se realizó a 281 mujeres y 101 hombres del municipio de Bucaramanga.

Tabla 1 Rango de edad de los encuestados

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menor de 18 años	8	2,09%
de 18 a 25 años	34	8,90%
de 26 a 35 años	185	48,43%
de 36 a 45 años	105	27,49%
Mayor de 45 años	50	13,09%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 9. Rango de edad de los encuestados



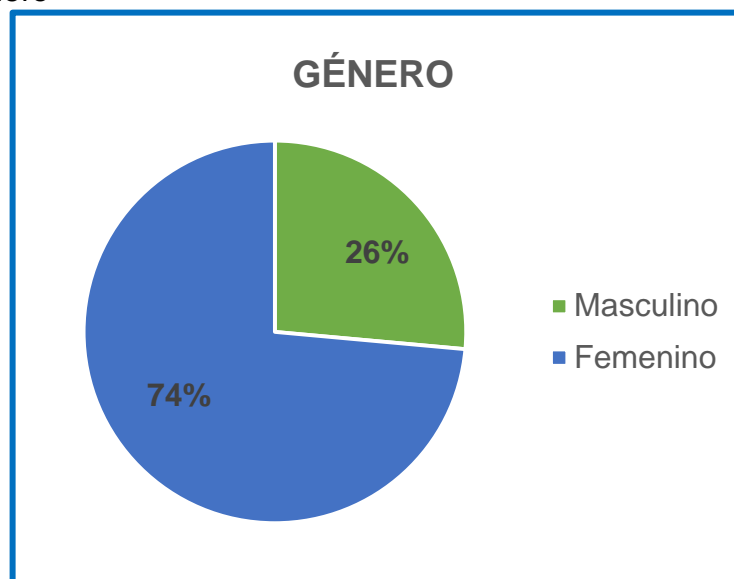
**Análisis.** Los anteriores resultados muestran claramente la población con poder adquisitivo viable para el proyecto.

## Género

Tabla 2. Género

GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	101	26,44%
Femenino	281	73,56%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 10. Género



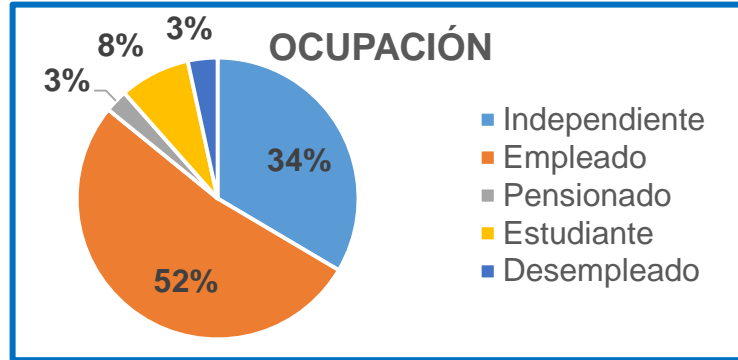
**Análisis.** Tal y como lo demuestran los resultados, las mujeres son las que en mayor proporción adquieren accesorios para niñas, es decir el mercado potencial del proyecto; sin embargo no se desconoce la participación del género masculino.

### Segmentación del mercado

Tabla 3. Segmentación del mercado

OCUPACIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Independiente	128	33,51%
Empleado	200	52,36%
Pensionado	10	2,62%
Estudiante	31	8,12%
Desempleado	13	3,40%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 11. Segmentación del mercado



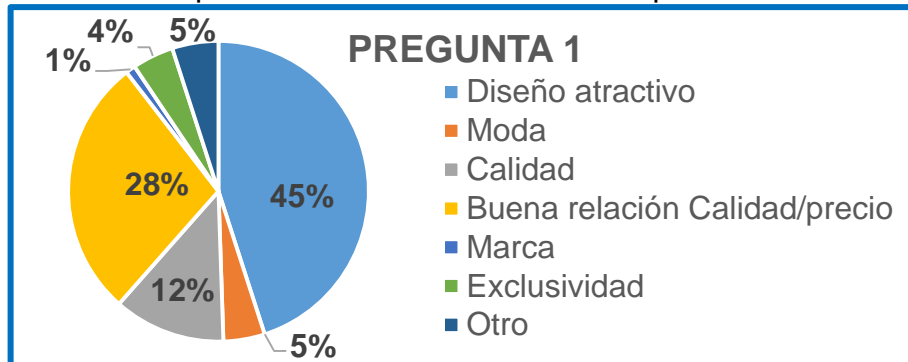
**Análisis.** Los anteriores resultados muestran que el 89% de los encuestados cuentan con capacidad adquisitiva tendiente al favorecimiento de la demanda de los productos objeto del presente estudio.

**1. ¿Cuál es el factor más importante que debe tener un accesorio para niñas al momento de comprarlo?**

Tabla 4. Factores importantes al momento de la compra

PREGUNTA 1.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diseño atractivo	172	45,03%
Moda	17	4,45%
Calidad	46	12,04%
Buena relación Calidad/precio	107	28,01%
Marca	4	1,05%
Exclusividad	17	4,45%
Otro	19	4,97%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 12. Factores importantes al momento de la compra



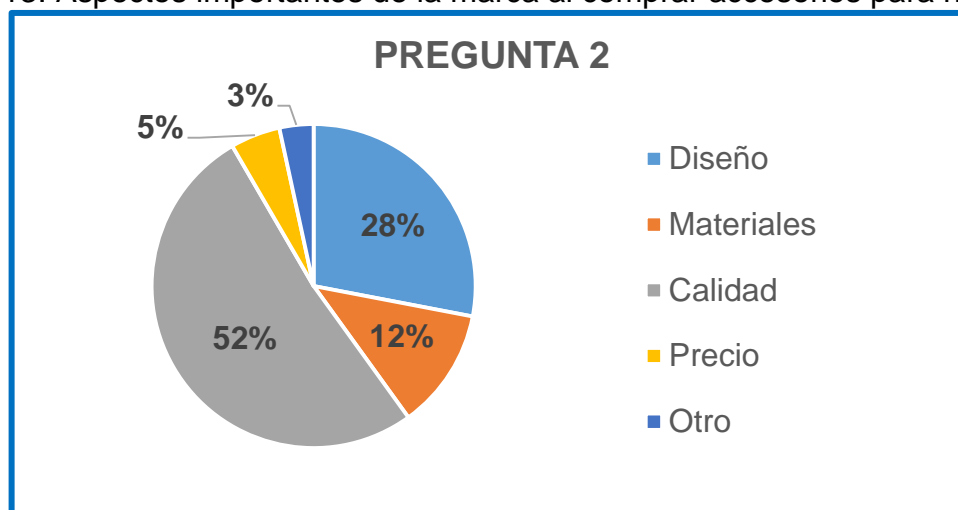
**Análisis.** Se observa como las preferencias al momento de comprar los accesorios se inclinan por diseños atractivos y relación calidad/Precio, lo que indica cuales serían los puntos claves a tener en cuenta en el momento de la elaboración y comercialización de los productos.

**2. De los siguientes factores, ¿Qué aspectos importantes debe tener una marca cuando usted va a comprar accesorios para niñas?**

Tabla 5. Aspectos importantes de la marca al comprar accesorios para niñas

PREGUNTA 2.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diseño	107	28,01%
Materiales	46	12,04%
Calidad	197	51,57%
Precio	19	4,97%
Otro	13	3,40%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 13. Aspectos importantes de la marca al comprar accesorios para niñas



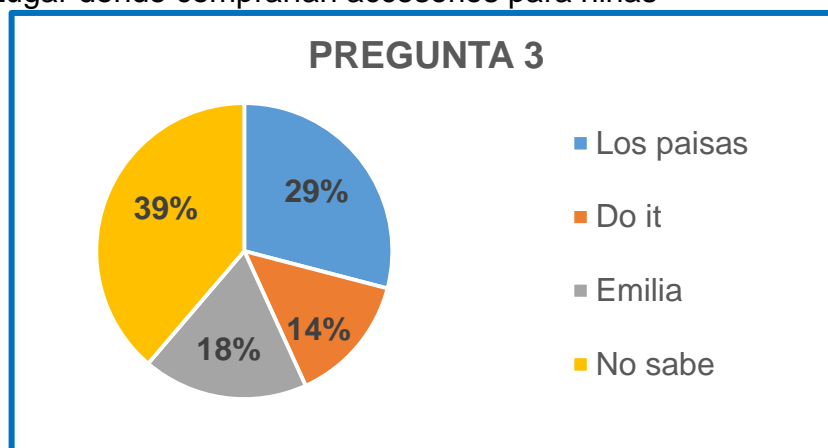
**Análisis.** Los resultados muestran como la calidad y el diseño son aspectos determinantes para los clientes al momento de escoger una marca de accesorios para niñas, esto favorece la toma de decisiones al momento de fabricar y distribuir los productos.

**3. En caso de requerirlo, o que lo haya hecho alguna vez, ¿Dónde compraría accesorios para niña en la ciudad de Bucaramanga?**

Tabla 6. Lugar donde comprarían accesorios para niñas

PREGUNTA 3.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Los paisas	111	29,06%
Do it	54	14,14%
Emilia	69	18,06%
No sabe	148	38,74%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 14. Lugar donde comprarían accesorios para niñas



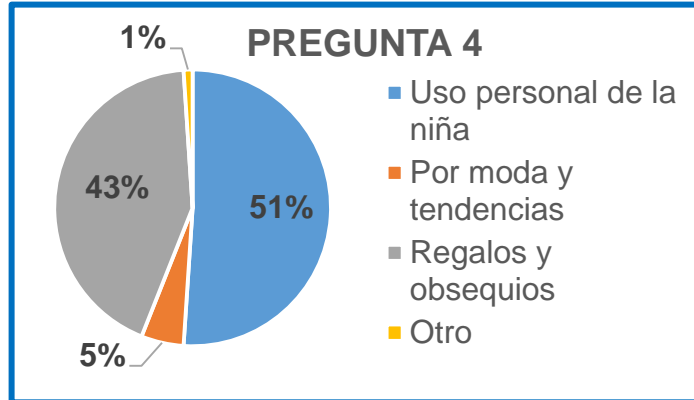
**Análisis.** Los resultados muestran como la mayoría de los encuestados tienen identificado su lugar de preferencia de compra de los accesorios, sin embargo, existe un número importante de ellos que no cuentan con un lugar específico al cual acudir para realizar estas compras, lo que podría representar una oportunidad para el proyecto.

**4. ¿Cuál es la razón principal por la que compra o compraría accesorios para niñas?**

Tabla 7. Razón principal para compra de accesorios

PREGUNTA 4.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Uso personal de la niña	195	51,05%
Por moda y tendencias	19	4,97%
Regalos y obsequios	164	42,93%
Otro	4	1,05%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 15. Razón principal para compra de accesorios



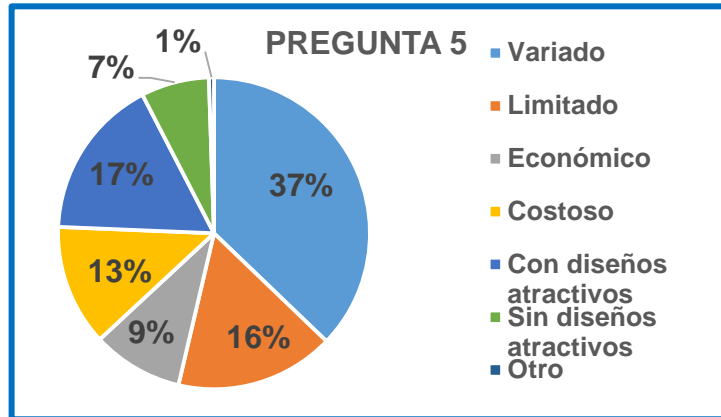
**Análisis.** Los resultados señalan que la razón principal para comprar estos productos es porque son de uso personal de las niñas, lo que permite considerar que al ser éstos de uso personal se requieren de forma permanente, representando así una mayor oportunidad para los productos del proyecto.

**5. Considera que el mercado de accesorios para niñas en Bucaramanga es:**

Tabla 8. Consideración del mercado de accesorios en Bucaramanga

PREGUNTA 5.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Variado	142	37,17%
Limitado	63	16,49%
Económico	36	9,42%
Costoso	48	12,57%
Con diseños atractivos	64	16,75%
Sin diseños atractivos	27	7,07%
Otro	2	0,52%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 16. Consideración del mercado de accesorios en Bucaramanga



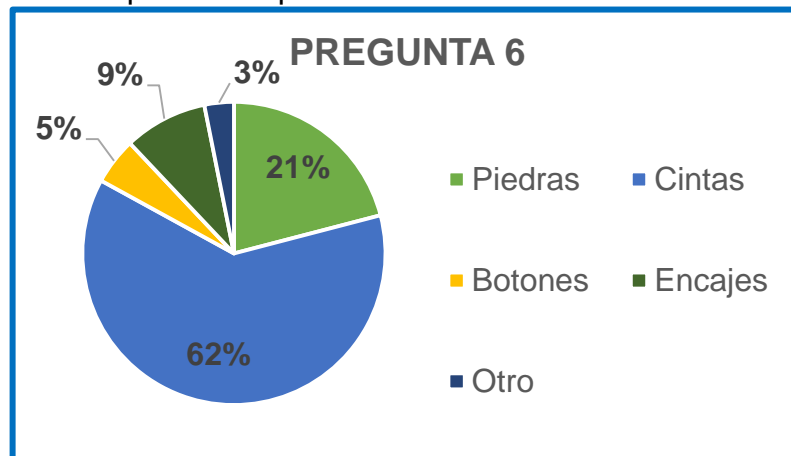
**Análisis.** Lo anterior indica que los factores predominantes en el mercado de los accesorios en la ciudad son la amplia variedad y los diseños atractivos, lo que conlleva la necesidad de aplicación de estrategias de innovación y personalización de los productos como un diferenciador en el mercado.

**6. Cuando usted compra accesorios para niñas, ¿Con qué materiales prefiere que estén decorados?**

Tabla 9. Materiales preferidos para decorar accesorios

PREGUNTA 6.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Piedras	80	20,94%
Cintas	237	62,04%
Botones	19	4,97%
Encajes	34	8,90%
Otro	12	3,14%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 17. Materiales preferidos para decorar accesorios



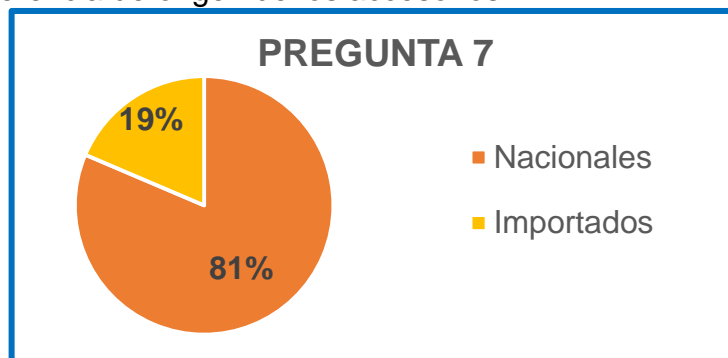
**Análisis.** El resultado muestra, que a pesar de que existe variedad de materiales para decorar los accesorios, las personas encuestadas se inclinan por cintas, piedras y encajes, información relevante a tener en cuenta a la hora de fabricar los productos.

## 7. ¿Prefiere los accesorios para niñas?

Tabla 10. Preferencia de origen de los accesorios

PREGUNTA 7.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nacionales	311	81,41%
Importados	71	18,59%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 18. Preferencia de origen de los accesorios



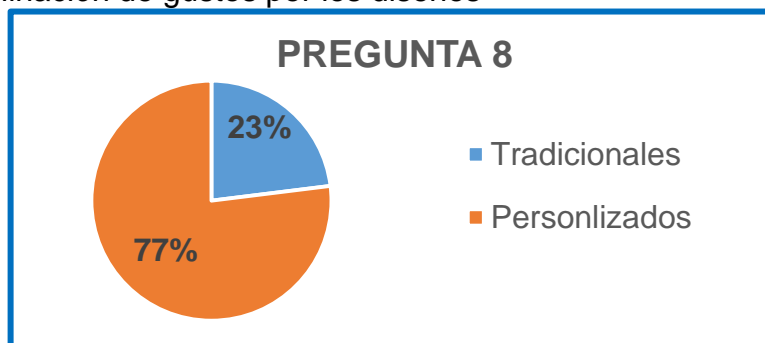
**Análisis.** Se puede observar el alto grado de preferencia en las personas por los productos nacionales, lo que es un referente importante a la hora de crear empresa en la región.

## 8. En relación con el diseño, cuando usted escoge accesorios para niñas, ¿Cómo los prefiere?

Tabla 11. Inclinción de gustos por los diseños

PREGUNTA 8.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tradicionales	88	23,04%
Personalizados	294	76,96%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 19. Inclinción de gustos por los diseños



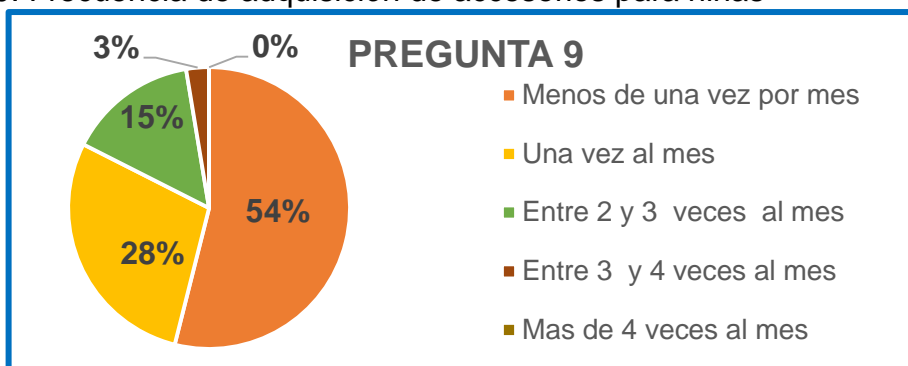
**Análisis.** Es clara la decisión de las personas encuestadas en preferir personalizar sus accesorios de acuerdo a los gustos y necesidades, lo que respalda el atributo diferenciador más importante del presente estudio.

**9. ¿Con qué frecuencia adquiere accesorios para niñas como: diademas, moños, gorras, cinturones, etc.?**

Tabla 12. Frecuencia de adquisición de accesorios para niñas

PREGUNTA 9.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de una vez por mes	206	53,93%
Una vez al mes	109	28,53%
Entre 2 y 3 veces al mes	57	14,92%
Entre 3 y 4 veces al mes	10	2,62%
Más de 4 veces al mes	0	0,00%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 20. Frecuencia de adquisición de accesorios para niñas



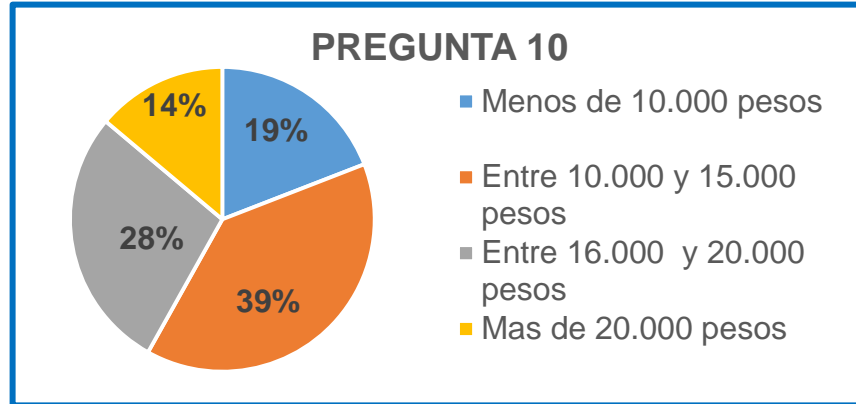
**Análisis.** La frecuencia de compra por parte del 82,46% de los encuestados es alrededor de una vez al mes, lo cual demanda de una planeación estratégica en publicidad y mercadeo enfocada en la variedad y personalización de los productos que permita mejorar esta periodicidad de compra por parte de los clientes.

**10. En promedio, ¿Cuánto presupuesta o gasta en una sola compra de accesorios para niñas?**

Tabla 13. Promedio del presupuesto de compra de los accesorios

PREGUNTA 10.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 10.000 pesos	73	19,11%
Entre 10.000 y 15.000 pesos	149	39,01%
Entre 16.000 y 20.000 pesos	107	28,01%
Más de 20.000 pesos	53	13,87%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 21. Promedio del presupuesto de compra de los accesorios



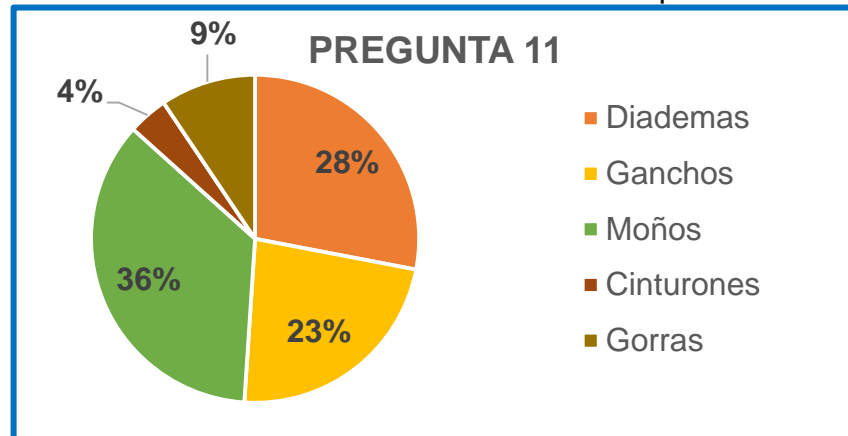
**Análisis.** El 67% de los encuestados tienen como presupuesto de compra de los accesorios para niñas entre los diez mil y veinte mil pesos, lo que permite establecer políticas de precio ajustadas a éstos rangos para obtener una intención de compra.

**11. Elija ¿Cuál de los siguientes artículos de accesorios para niñas, es el que usted más compra?**

Tabla 14. Preferencia de accesorios al momento de compra

PREGUNTA 11.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diademas	107	28,01%
Ganchos	88	23,04%
Moños	136	35,60%
Cinturones	15	3,93%
Gorras	36	9,42%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 22. Preferencia de accesorios al momento de compra



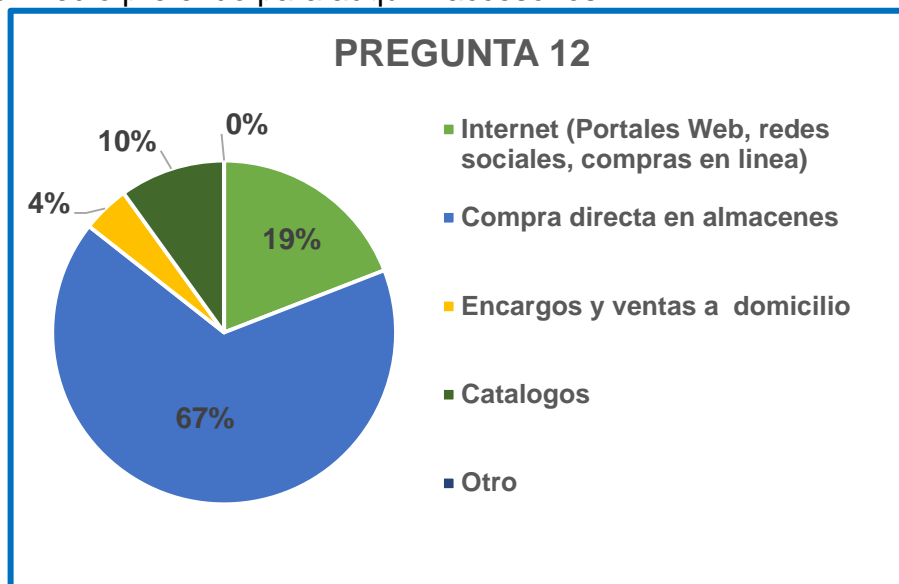
**Análisis.** La preferencia de los encuestados son los accesorios para el cabello, indicando la importancia de éstos, pero advierte la necesidad de impulsar otro tipo de accesorios que se incluyan en el mercado actual con la misma fuerza de los primeros.

## 12. ¿Por qué medio le gustaría adquirir los accesorios para niñas?

Tabla 15. Medio preferido para adquirir accesorios

PREGUNTA 12.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Internet (Portales Web, redes sociales, compras en línea)	73	19,11%
Compra directa en almacenes	254	66,49%
Encargos y ventas a domicilio	17	4,45%
Catálogos	38	9,95%
Otro	0	0,00%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 23. Medio preferido para adquirir accesorios



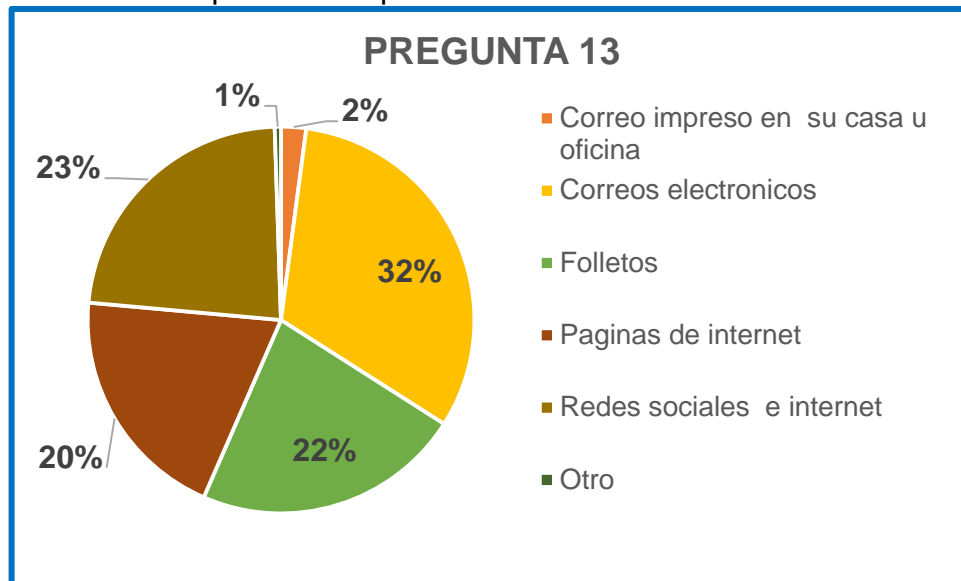
**Análisis.** Este resultado refleja el favoritismo de los clientes por la compra tradicional directamente en los almacenes pues facilita la verificación del producto sin embargo indica la utilización de otros medios tecnológicos influyentes en la expansión y publicidad del negocio.

### 13. ¿Cómo le gustaría recibir información sobre accesorios para niñas?

Tabla 16. Tendencia para la recepción de información de los accesorios

PREGUNTA 13.	CANTIDAD	PORCENTAJE
Correo impreso en su casa u oficina	8	2,09%
Correos electrónicos	122	31,94%
Folletos	86	22,51%
Páginas de internet	76	19,90%
Redes sociales e internet	88	23,04%
Otro	2	0,52%
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Figura 24. Tendencia para la recepción de información de los accesorios



**Análisis.** A pesar de preferir la compra directa en los almacenes, los encuestados se inclinan por recibir la información de los accesorios haciendo uso de los medios tecnológicos, lo que permite el desarrollo de éstos recursos como las redes sociales, las aplicaciones, entre otros, para llevar a cabo el marketing del negocio.

**2.4.3 Estimación de la demanda.** Con base en los resultados obtenidos de la pregunta nueve de la encuesta, se halló el promedio ponderado de compra de los accesorios para niñas, lo que permitió conocer el número de unidades a vender por año.

Tabla 17. Estimación de la demanda

PREGUNTA 9.	CANTIDAD	PORCENTAJE PARTICIPACIÓN	PROMEDIO COMPRA/MES	PROMEDIO PONDERADO
Menos de una vez por mes	206	53,93%	0,5	0,27
Una vez al mes	109	28,53%	1	0,29
Entre 2 y 3 veces al mes	57	14,92%	2,5	0,37
Entre 3 y 4 veces al mes	10	2,62%	3,5	0,09
Más de 4 veces al mes	0	0,00%	4,5	0,00
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>		<b>1,02</b>

Tabla 18. Datos para estimar la demanda

Población objetiva de 0 a 14 años	59.025
De las personas encuestadas, cuántas compran accesorios para niñas	100%
Población potencial	59.025
Unidades (cant. Promedio ponderada de compra/mes)	1,02
Meses del año	12
<b>Unidades a vender por año</b>	<b>722.466</b>

$$\begin{aligned}
 \text{Demanda estimada} &= \text{población potencial} * \text{Promedio Compra al mes} * 12 \text{ meses} \\
 \text{Demanda estimada} &= 59.025 * 1,02 * 12 \text{ meses} = \mathbf{722.466 \text{ compras/año}}
 \end{aligned}$$

**2.4.4 Proyección de la demanda.** Esta proyección se estima en base a la tasa de crecimiento poblacional de las niñas entre los 0 a 14 años de edad de la ciudad de Bucaramanga.

Tabla 19. Proyección población objetivo del 2005-2011 en Bucaramanga

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>GRUPO DE EDAD</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Mujeres</b>
0-4	19.661	19.261	18.955	18.722	18.564	18.448	18.197
5-9	21.652	21.428	21.091	20.670	20.143	19.572	19.199
10-14	22.981	22.799	22.628	22.433	22.209	21.931	21.629
<b>Total</b>	<b>64.294</b>	<b>63.488</b>	<b>62.674</b>	<b>61.825</b>	<b>60.916</b>	<b>59.951</b>	<b>59.025</b>

Fuente: Tomado de: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/p\\_20052011\\_Ajustadosgruposedad.xls](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/p_20052011_Ajustadosgruposedad.xls). "pestaña 68" [Fecha de consulta 27 de noviembre 2015]

Según los registros del DANE entre los años 2005 a 2011, base del estudio al proceso de muestreo del presente proyecto, se evidencia un índice de crecimiento negativo para esta población del -1,415% tal y como se evidencia en el siguiente cálculo:

$$\% \text{ Variación de la demanda} = \left[ \left( \sqrt[n]{\frac{\text{Total población objetivo al 2011}}{\text{Total población objetivo al 2005}}} \right) - 1 \right] * 100$$

Donde  $n$ : representa la diferencia matemática entre los años 2011 al 2005, por lo tanto:

$$\% \text{ Variación de la demanda} = \left[ \sqrt[6]{\frac{59025}{64294}} - 1 \right] * 100 = -1,4149 \approx -1,415\%$$

Por lo tanto, la proyección de la demanda para los próximos cinco años será:

Tabla 20. Proyección de la demanda

AÑO	ÍNDICE VARIACIÓN ANUAL	UNIDADES DEMANDADAS
0		722.466
1	-0,01415	712.243
2	-0,01415	702.165
3	-0,01415	692.229
4	-0,01415	682.434
5	-0,01415	672.778

$$\begin{aligned} \text{Proyección de la Demanda} &= \text{demanda estimada} * \text{índice variación anual} \\ \text{Proyección de la Demanda} &= 722.466 * (-0,01415) = -10222,89 \\ &\approx -10.223 \text{ compras/año} \end{aligned}$$

Lo anterior muestra como la demanda disminuye en el tiempo a raíz del decrecimiento de la población infantil en el municipio de Bucaramanga, lo que conlleva a abrir las fronteras del proyecto a otras ciudades del país y buscar un fortalecimiento en el mercadeo de la empresa, haciendo uso de las plataformas tecnológicas, las cuales representan en la actualidad un forma efectiva de llegar a muchas más personas, tal y como lo evidencia el DANE en su última encuesta nacional de calidad de vida 2014, donde “del total nacional, el 52,1% de las personas mayores de cinco años reportaron usar internet en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo, aumentando 0,4 puntos porcentuales con respecto al 2013 (51,7%)”<sup>7</sup>.

Por lo que la implementación de una página web con aplicaciones para realizar diseños por parte de las compradoras e incursionar en las redes sociales posibilitaría el incremento del número de ventas de cada uno de los artículos propuestos en el presente proyecto.

## 2.5 OFERTA O COMPETENCIA

La encuesta realizada hace referencia al estudio de la demanda, la cual determina la preferencia de las personas por comprar los accesorios directamente en un almacén, ya que esto les permite verificar la calidad del producto así como tener acceso directo al fabricante o comercializador del mismo.

Para verificar la existencia de almacenes legalmente constituidos se realizó diferentes consultas por medio de la web incluida la cámara de comercio de Bucaramanga donde no se encontró información detallada del sector de los accesorios sino de manera generalizada del sector del comercio y manufactura.

En la encuesta realizada las personas dieron a conocer cuáles son los establecimientos a los que ellos se dirigen al momento de adquirir los accesorios para niñas como son Emilia, Los Paisas, Do it, y otros, según este resultado se les aplicó a los tres más representativos una matriz DOFA para identificar las fortalezas y debilidades de cada uno de ellos como competencia, iniciando con una matriz de competitividad de la oferta cuyo proceso para su desarrollo es:

---

<sup>7</sup> Comunicado de prensa. Encuesta Nacional de Calidad de Vida 2014 [en línea]. Colombia, mayo 2016 – [citado 28 noviembre, 2015]. Disponible en internet: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/calidad\\_vida/CP\\_ECV\\_2014.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/CP_ECV_2014.pdf).

- Identificar los factores decisivos de éxito.
- Establecer un peso a cada factor cuya suma debe ser igual a 1,00.
- Se fija a cada uno de los competidores una calificación de acuerdo al desempeño de cada factor clave de éxito.
- Se multiplica el peso con la calificación asignada a cada factor otorgado a cada empresa, dando como resultado una ponderación que indica el competidor más fuerte y débil según el total obtenido en la columna de ponderación.

Tabla 21. Matriz de competitividad de la oferta

FACTOR CRITICO	PESO	EMILIA		LOS PAISAS		DO IT	
		CALIF	POND	CALIF	POND	CALIF	POND
Innovación	0,30	4	1,20	2	0,60	3	0,90
Competitividad de precios	0,25	3	0,75	4	1,00	2	0,50
Calidad del producto	0,20	3	0,60	2	0,40	2	0,40
Servicio al cliente	0,15	4	0,60	2	0,30	3	0,45
Participación del mercado	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>3,45</b>		<b>2,60</b>		<b>2,55</b>

#### Calificación

- 1: Muy débil
- 2: Débil
- 3: Fuerte
- 4: Muy fuerte

El total de la ponderación de la anterior matriz evidenció la fuerte competencia que representa el almacén Emilia con 3.45, el cual se encuentra posicionado en el mercado por sus artículos de alta calidad e innovadores.

De acuerdo a esta matriz, el mercado de los accesorios es muy variado en diseños y precios, por lo cual el proyecto debe enfocarse a la innovación de los productos por medio de la personalización de los mismos lo que permita captar los clientes insatisfechos de éste mercado.

El análisis anterior lleva a aplicar la siguiente matriz DOFA como herramienta de formulación de estrategias para identificar las fortalezas y debilidades de la competencia.

Cuadro 2. Matriz DOFA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>DO IT</b>	Buen servicio al cliente.	Baja calidad en algunos productos.
	Variedad de materiales y diseños.	Falta de infraestructura independiente.
	Ofertas durante todo el año.	Poco personal.
	Respaldo financiero.	Poca presencia en el mercado de la ciudad.
	Buena rotación de inventarios.	
<b>EMILIA</b>	Asesoramiento a los clientes.	Precios altos.
	Exclusividad e innovación de los productos.	Mercado sectorizado.
	Diseño y distribución del local.	Los diseños no permiten ser personalizados.
	Reconocimiento de marca.	
	Tiendas distribuidas en todo el país.	
<b>LOS PAISAS</b>	Precios bajos.	Servicio al cliente.
	Variedad de productos	Desorden de los almacenes.
	Gran número de locales comerciales.	Baja calidad de los productos.
	Gran participación en el mercado.	Alta rotación del personal de ventas.

**2.5.1 Análisis de la situación actual de la competencia.** Según la encuesta aplicada, se pudo determinar los tres competidores más representativos del mercado de los accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga, cuyo análisis de competitividad y DOFA, fueron expuestos en el numeral anterior. La participación en el mercado de estos tres competidores es:

Tabla 22. Participación actual de la competencia

<b>PREGUNTA 3.</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Los paisas	29,06%
Do it	14,14%
Emilia	18,06%
No sabe	38,74%
<b>SUMA</b>	<b>100%</b>

**2.5.2 Cálculo de la oferta estimada.** Basados en los porcentajes de participación de la encuesta realizada y teniendo en cuenta la incursión del proyecto en el mercado, se estima cubrir inicialmente un 80% de la demanda calculada en el numeral 2.4.3, el cual asciende a 722.466 unidades anuales. A continuación se presenta la oferta estimada por producto para un total de 577.973 unidades anuales.

Tabla 23. Cálculo de la oferta estimada por producto

<b>PREGUNTA 11.</b>	<b>CANTIDAD PERSONAS</b>	<b>PORCENTAJE PARTICIPACIÓN</b>	<b>80% DE LA DEMANDA ESTIMADA (722.466)</b>
Diademas	107	28,01%	161.890
Ganchos	88	23,04%	133.165
Moños	136	35,60%	205.758
Cinturones	15	3,93%	22.714
Gorras	36	9,42%	54.445
<b>SUMA</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>	<b>577.973</b>

**2.5.2 Cálculo de la oferta proyectada.** La proyección se estimada en base al incremento en generación de nuevas empresas para la ciudad de Bucaramanga del 3,1%<sup>8</sup>, de acuerdo al reporte de la Cámara de Comercio a enero de 2015.

$$Proyección\ de\ la\ Oferta = 577.973 * 0,031 = 17917,14 \approx \mathbf{17.917\ compras/año}$$

<sup>8</sup> Constitución de empresas Santander 2014 [en línea]. Colombia, enero 2015 – [citado 8 junio, 2015]. Disponible en internet: <http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2015/Constituidas%202014.pdf>.

Tabla 24. Cálculo de la oferta proyectada

AÑO	INCREMENTO EMPRESARIAL	VENTAS ANUALES EN UNIDADES
0		577.973
1	0,031	595.890
2	0,031	614.363
3	0,031	633.408
4	0,031	653.043
5	0,031	673.288

**2.5.3 Relación entre la demanda y la oferta.** De acuerdo con la información obtenida en el estudio de mercados se puede concluir lo siguiente:

- La demanda anual sería de 722.466 accesorios, distribuidos entre los diferentes productos.
- La oferta anual es de 577.973 accesorios.
- Por lo tanto, la diferencia entre éstas sería de 144.493 accesorios, correspondientes a la demanda potencial insatisfecha, lo que representaría una oportunidad para el proyecto en mención de comercializar sus productos.

## 2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

En la actualidad la demanda para el mercado de accesorios en Bucaramanga tal y como lo refleja la encuesta realizada, es variada y con diseños atractivos, por lo que se evidencia la necesidad de dirigir el proyecto hacia satisfacer las necesidades de la demanda insatisfecha, ofreciéndoles la posibilidad de personalizar los accesorios con óptima calidad y buenos precios.

Adicional a esto, reforzar en ampliar las fronteras del proyecto a otras ciudades del país, buscando el fortalecimiento en el mercadeo de la empresa, por medio del uso de las plataformas tecnológicas, tal y como se expresó en el numeral de proyección de la demanda.

Tabla 25. Demanda insatisfecha proyectada

AÑO	UNIDADES DEMANDADAS	UNIDADES OFERTADAS	TOTAL DEMANDA INSATISFECHA
0	722.466	577.973	144.493
1	712.243	595.890	116.353
2	702.165	614.363	87.802
3	692.229	633.408	58.821
4	682.434	653.043	29.391
5	672.778	673.288	-510

De la tabla anterior se evidencia como la demanda insatisfecha se va reduciendo del año 0 hasta llegar al año 5 donde es cubierta totalmente.

## 2.7 CANAL DE COMERCIALIZACIÓN O DE DISTRIBUCIÓN

Los comercializadores de accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga realizan sus compras a través de:

- Empresas proveedoras y comercializadoras de insumos.
- Mediante intermediarios.

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** Actualmente la distribución de los accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga, se distribuye por medio del canal indirecto de comercialización, debido a que existen varios intermediarios entre el fabricante y el consumidor final.

### 2.7.2 Ventajas y desventajas del canal actual.

#### Ventajas:

- Logra mayor cobertura a menor costo.
- Permite una acción de marketing más local, con promociones más actualizadas a las necesidades de los clientes locales.
- Baja inversión en activo fijo, ya que este canal se basa en la rotación de los productos y no en compra de locales, vehículos, mobiliario, etc.
- Se transfiere el riesgo crediticio al distribuidor y no a la empresa, además que la tarea administrativa de éste es más sencilla.
- Logra un rápido crecimiento con una mínima inversión de capital.
- Admite nuevos mercados geográficos.

- Crece la reputación de la marca a medida que se incorporan nuevos distribuidores.
- Potencia la imagen del producto o servicio.

### **Desventajas:**

- Se requiere de distribuidores profesionales y muy competentes con relaciones sólidas.
- El proveedor debe contar con un plan estratégico de distribución para monitorearlo.
- Controlar el desempeño de los distribuidores.
- Sugerir precios y/o promociones.
- Controlar la presencia de los productos y elementos de promoción.
- Informar sobre el mercado.
- Controlar el estado de las mercancías.
- Mantener la relación comercial con sus clientes.
- Realizar el seguimiento de la planificación de la actividad comercial definida con cada uno de los distribuidores, detectando desviaciones e implantando las medidas correctivas oportunas que aseguren el cumplimiento.

**2.7.3 Selección del canal de comercialización.** Teniendo en cuenta la opción de personalizar los productos como atributo diferenciador del proyecto, el canal de comercialización más indicado para la distribución de los mismos es el canal directo, por la fabricación y comercialización en el punto de venta de la fábrica directamente al consumidor.



## **2.8 PRECIO**

**2.8.1 Análisis de precios de la competencia.** Según la encuesta realizada se evidenció que el mercado de los accesorios de niñas en el municipio de Bucaramanga es variado en precios. Igualmente mostró que los clientes están dispuestos a pagar entre \$ 10.000 a \$ 20.000, estos factores son importantes para determinar la fijación de los precios; teniendo en cuenta los de la competencia e igualarlos de manera que permita la adaptación al mercado generando utilidades a la empresa, poniendo énfasis en la calidad de los materiales y la mano de obra de mismos.

Los precios establecidos para los productos del proyecto están acorde con los del mercado de la ciudad de Bucaramanga, la siguiente tabla los muestra:

Tabla 26. Análisis de precios

PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO ESTIMADO
Diademas	\$ 10.000
Ganchos	\$ 6.000
Moños	\$ 5.000
Gorras	\$ 20.000
Cinturones	\$ 15.000

### 2.8.2 Estrategias de fijación de precios.

- Establecer los precios teniendo en cuenta los costos de mano de obra, materiales y calidad de productos.
- Igualar los precios a la competencia para que permita la penetración de los productos en el mercado.
- La variabilidad de los precios teniendo en cuenta que se pueden personalizar dependiendo las necesidades de los clientes.
- Ofrecer descuentos teniendo en cuenta las diferentes temporadas del año que permitan bajar costos y utilidad a la empresa.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

### 2.9.1 Objetivos.

- Posicionar la marca en el mercado.
- Dar a conocer los productos resaltando los materiales, calidad y personalización de estos.
- Con la publicidad lograr la recordación de la marca e incrementar las posibilidades de generación de ventas.

## 2.9.2 Logotipo

Figura 25. Logotipo Gabba



El logo de la empresa contiene elementos delicados y llamativos para la población objetivo como son:

- **La mariposa:** este elemento se tomó por la evolución que puede llegar a surgir al tomar un elemento básico y transformarlo en un algo bello y multicolor.
- **Las flores:** escogidas por representar la belleza, diversidad de colores y diseños de los productos.

Los colores escogidos se refieren a la Pureza (Blanco), Elegancia (Púrpura), Delicadeza (Rosa), Alegría (Amarillo) y Libertad (Azul) reflejadas en el mercado objetivo de la idea empresarial.

**2.9.3 Slogan. Yo soy Gabba, Yo soy Única.** La imagen que quiere proyectar la empresa es exclusividad al poder personalizar sus accesorios, de modo que la cliente cuando lo esté usando pueda ver reflejada su naturaleza, por eso Yo soy Gabba, Yo soy Única.

**2.9.4 Análisis de medios.** Los medios de comunicación son el canal que se utiliza para transmitir determinado mensaje a su mercado objetivo, por tanto la elección de estos en una campaña publicitaria son de suma importancia ya que repercute de manera directa en los resultados.

**2.9.5 Selección de medios.** Para la imagen corporativa de la empresa se utilizarán los siguientes medios:

- Tarjetas de presentación
- Folletos
- Catálogos
- Pendones
- Vallas
- Página de internet
- Redes sociales

**2.9.6 Estrategias publicitarias.** La estrategia a implementarse en el lanzamiento de Accesorios Gabba estará compuesta por una campaña de expectativa con los siguientes ítems:

- Una valla de 12m de ancho x 4m de alto, ubicada en la puerta del sol de Bucaramanga un mes antes del lanzamiento.
- Entrega de volantes llamativos, los dos últimos fines de semana antes del lanzamiento de la marca en los principales centros comerciales de la ciudad como Megamall, La Quinta y El Cacique, de la mano de jovencitas mayores de edad, quienes se vestirán como niñas y harán uso de accesorios Gabba con el fin de llamar la atención del mercado potencial y objetivo del presente proyecto.
- El día del lanzamiento, en un salón social se llevará a cabo un desfile de niñas, las cuales exhibirán los productos ofrecidos por la empresa. Para ese día se contará con la presencia de una presentadora y un DJ, los cuales serán los encargados de dirigir la presentación del evento. Adicionalmente, se ubicará una zona para personalizar los productos de algunos de los clientes por medio de sorteo. Se contará con tarjetas de presentación, catálogos y volantes.
- Se hará uso de las redes sociales, para publicitar el evento.
- Adicionalmente, durante el lanzamiento se presentará la página web de la empresa con la aplicación para realizar diseños por parte de las compradoras.

## 2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.

### 2.9.7.1 De lanzamiento.

Tabla 27. Presupuesto de lanzamiento

ARTICULO	CANTIDAD	PRECIO (\$)
Salón	1	300.000
Valla	1	800.000
Pendón	1	150.000
Volantes	2000	100.000
Catálogos	5	1.250.000
Presentadora	1	150.000
DJ	1	150.000
Señora para personalizar algunos productos	1	50.000
Jóvenes repartidoras de los volantes (4 días)	3	600.000
Modelos	4	240.000
Meseros y pasabocas		350.000
Obsequios	10	200.000
Fuente de chocolate	1	150.000
Fresas	15lb	45.000
Agua	5 botellones	40.000
Desechables	12 paquetes	25.000
Servilletas	5 paquetes	10.000
Mesas auxiliares	5	75.000
Manteles	5	30.000
Sillas	300	300.000
Tarima, luces y sonido	1	500.000
<b>TOTAL</b>		<b>5.515.000</b>

### 2.9.7.2 De operación.

Tabla 28. Presupuesto de operación

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO (\$)
Tarjetas de presentación	1.000	50.000
Folletos	1.000	100.000
Catálogos	3	750.000
Aviso local	1	1.500.000
<b>TOTAL</b>		<b>2.400.000</b>

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto durante todo el periodo de funcionamiento será de 144.493 unidades demandas de accesorios para niñas, tomado sobre la estimación de la demanda insatisfecha, según la encuesta realizada en el estudio de mercados.

Para determinar este tamaño se analizará las siguientes variables:

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** De acuerdo a la encuesta realizada en el estudio de mercados se dio a conocer las preferencias de compra de accesorios para niñas, y arrojó la existencia de una demanda insatisfecha, que determina el tamaño del proyecto en cuanto a las cantidades demandadas de cada accesorio y por consiguiente las necesidades de producción de 144.493 unidades.

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

##### 3.1.2.1 Demanda.

Tabla 29. Demanda insatisfecha por cada artículo

ARTÍCULOS	% PARTICIPACIÓN	UNIDADES
Diademas	28,01%	40.472
Ganchos	23,04%	33.291
Moños	35,60%	51.440
Cinturones	3,93%	5.679
Gorras	9,42%	13.611
<b>SUMA</b>	<b>100%</b>	<b>144.493</b>

**3.1.2.2. Insumos.** Los materiales que se requieren para la elaboración de los accesorios para niñas son diademas, ganchos metálicos, gorras, riatas, hebillas, ligas, cordones, cintas, botones, encajes, piedras, brillantes, apliques, agujas, hilos y siliconas; insumos que serán adquiridos en almacenes especializados de la ciudad, los cuales ofrecen gran variedad en estilos e inventarios a precios acordes para los mayoristas evitando sobre costos en transporte, por lo cual los materiales no implicarían ninguna restricción en el tamaño del proyecto.

**3.1.2.3 Tecnología y equipos.** Los equipos requeridos para el proyecto son de fácil obtención en la ciudad, ya que no son especializados, tales como: la máquina de coser, la troqueladora (remachadora), el horno microondas, las tijeras, el bisturí, la pistola de silicona, el caudín, los encendedores, entre otros.

**3.1.2.4 Localización.** La fábrica de accesorios para niñas deberá estar ubicada en un sector comercial, estratégicamente cercano a proveedores, con fácil acceso para los clientes, con buena iluminación natural, con un área mínima de 60 m<sup>2</sup> en el cual se pueda ubicar fácilmente la materia prima, herramientas, almacenamiento, venta y exposición de los accesorios.

**3.1.2.5 Financiamiento.** El proyecto contará con los aportes de las socias y un crédito de libre inversión con una entidad financiera de la ciudad.

**3.1.3 Capacidad del proyecto.** Corresponde a la capacidad total de producción de las diademas, ganchos, moños, gorras y cinturones, los cuales se reflejaron en el estudio de mercados como los de mayor preferencia, con el fin de satisfacer la demanda en un periodo de tiempo determinado, contando con los recursos físicos, insumos y mano de obra al interior de la empresa. Por lo cual, se hace necesario analizar los siguientes factores fundamentales para su cálculo: la capacidad total diseñada, capacidad instalada, capacidad utilizada y proyectada.

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada.** Esta capacidad se fija en base a un fundamento técnico según la determinación de la demanda insatisfecha arrojada en el estudio de mercados en 144.493 unidades, correspondientes al 19,99% del total de las demandadas anualmente. Para establecer la capacidad diseñada se debe determinar el tiempo de elaboración de cada uno de los productos objetos del presente proyecto, por lo cual se toma como base los siguientes datos:

Tabla 30. Datos para calcular la capacidad total diseñada

<b>DÍA LABORAL/HORA POR OPERARIO</b>	8
<b>DÍAS DE LA SEMANA TRABAJADOS POR OPERARIO</b>	6
<b>SEMANAS DEL AÑO</b>	52
<b>HORAS/AÑO POR OPERARIO</b>	2.496
<b>MINUTOS/AÑO POR OPERARIO</b>	149.760

La información anterior, se calculó estimando la jornada de trabajo en 8 horas diarias, 6 días a la semana y 52,1429 semanas<sup>9</sup> al año, trabajando con 52 como dato aproximado; para establecer el número de horas trabajadas por un operario al año así:

$$\text{Horas laboradas al año por operario} = 8 \text{ hrdia} \times 6 \text{ diasSemana} \times 52 \text{ semanasAño} = \mathbf{2.496 \text{ horas al Año}}$$

$$\begin{aligned} \text{Minutos laborados al año por operario} &= 2.496 \text{ horasAño} \times 60 \text{ min} \\ &= \mathbf{149.760 \text{ minutos al Año}} \end{aligned}$$

Teniendo en cuenta el tiempo de elaboración de cada producto, se toma el número de minutos laborados al año por operario y se divide entre el tiempo de elaboración de cada artículo en minutos, dando como resultado las unidades producidas al año por operario; al dividir el resultado anterior entre la demanda insatisfecha arrojada en el estudio de mercado de 144.493 unidades, se determina el porcentaje de participación de cada producto así:

Tabla 31. Unidades producidas al año por operario por cada producto

ARTÍCULOS	TIEMPO DE ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO EN MINUTOS	UNIDADES PRODUCIDAS AL AÑO POR OPERARIO	% DE PARTICIPACIÓN DE CUBRIMIENTO DE LA DEMANDA INSATISFECHA (144.493)
Diademas	15	9.984	6,91%
Ganchos	6	24.960	17,27%
Moños	6	24.960	17,27%
Cinturones	10	14.976	10,36%
Gorras	10	14.976	10,36%
<b>SUMA</b>	<b>47</b>	<b>89.856</b>	<b>62,19%</b>

Por lo tanto, en base a los resultados obtenidos en la tabla anterior, se evidencia que según la capacidad total diseñada, la empresa está en condiciones de satisfacer el 62,19% del mercado con un total de 89.856 unidades, contando con un operario para cada línea de producto para un total de cinco operarios.

<sup>9</sup> Google [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 29 noviembre, 2015]. Disponible en internet: [https://www.google.com.co/search?q=cuántas+semanas+tiene+un+a%C3%B1o&oq=cuántas&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0l4.1476j0j7&sourceid=chrome&es\\_sm=0&ie=UTF-8](https://www.google.com.co/search?q=cuántas+semanas+tiene+un+a%C3%B1o&oq=cuántas&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0l4.1476j0j7&sourceid=chrome&es_sm=0&ie=UTF-8).

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanente de cada producto. Es importante contemplar el tiempo ocioso el cual puede ser variable, fijo y especial. Entre los cuales se encuentran las necesidades básicas personales, fatiga, ausentismo y trabajo sentado.

Tabla 32. Tiempo ocioso

CONCEPTO	PORCENTAJE
Necesidades básicas personales	3%
Fatiga	2%
Ausentismo	2%
Trabajo sentado	3%
<b>TOTAL</b>	<b>10%</b>

La capacidad total diseñada deberá ser recalculada para cada producto teniendo en cuenta el porcentaje de demanda insatisfecha del 62,19% y el porcentaje de tiempo de ocio total así:

Tabla 33. Capacidad instalada

ARTÍCULOS	ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO MÁS EL TIEMPO OCIOSO EN MINUTOS	UNIDADES PRODUCIDAS AL AÑO MÁS EL TIEMPO OCIOSO POR OPERARIO	% DE PARTICIPACIÓN DE CUBRIMIENTO DE LA DEMANDA INSATISFECHA MAS EL TIEMPO OCIOSO (144.493)
Diademas	16	9.360	6,48%
Ganchos	7	21.394	14,81%
Moños	7	21.394	14,81%
Cinturones	11	13.615	9,42%
Gorras	11	13.615	9,42%
<b>SUMA</b>	<b>52</b>	<b>79.378</b>	<b>54,94%</b>

Por lo anterior, el total de la capacidad instalada de la empresa sería del 54,94%, correspondiente a un total de 79.378 unidades.

**3.1.3.3 Capacidad utilizada.** En base a la información arrojada en la capacidad instalada del proyecto y teniendo en cuenta que la empresa es nueva en el mercado, se estima satisfacer el 50% de la demanda insatisfecha para el primer año de funcionamiento, correspondiente a 72.246 unidades.

**3.1.3.4 Capacidad proyectada.** Para el cálculo de esta capacidad, se toma como base la capacidad utilizada y se proyecta a los siguientes cinco años de acuerdo al incremento de generación de nuevas empresas para la ciudad de Bucaramanga del 3,1%<sup>10</sup>, en base al reporte de la Cámara de Comercio a enero de 2015.

Tabla 34. Capacidad proyectada a cinco años

<b>PRODUCTO</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Diademas	20.236	20.863	21.510	22.177	22.864	23.573
Ganchos	16.645	17.161	17.693	18.242	18.807	19.391
Moños	25.720	26.517	27.339	28.186	29.060	29.961
Cinturones	2.839	2.927	3.018	3.112	3.208	3.307
Gorras	6.806	7.017	7.234	7.458	7.690	7.928
<b>TOTAL</b>	<b>72.246</b>	<b>74.486</b>	<b>76.795</b>	<b>79.175</b>	<b>81.630</b>	<b>84.160</b>
<b>% Utilización capacidad instalada</b>	<b>91,02%</b>	<b>93,84%</b>	<b>96,75%</b>	<b>99,75%</b>	<b>102,84%</b>	<b>106,03%</b>

Los resultados anteriores, evidencian que para el cuarto año de funcionamiento la empresa ha logrado cubrir el 102,84% de la capacidad instalada correspondiente a 79.378 unidades.

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macro localización.** El proyecto estará ubicado en la ciudad de Bucaramanga capital del departamento de Santander, el cual clasifica dentro de su plan de ordenamiento territorial (POT) las vías de la ciudad, como arteria tipo y vías de la red local; además de ser considerado centro empresarial del nororiente colombiano, lo que es de gran beneficio para la adquisición de todos los equipos e insumos necesarios para la elaboración de los accesorios para niñas, así como la comercialización de los mismos.

<sup>10</sup> Constitución de Empresa Santander 2014 [en línea]. Colombia, enero 2015 – [citado 8 junio, 2015]. Disponible en internet: <http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2015/Constituidas%202014.pdf>.

Figura 26. Mapa de Bucaramanga



Fuente: Tomado de: [http://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga#/media/File:Colombia\\_-\\_Santander\\_-\\_Bucaramanga.svg](http://es.wikipedia.org/wiki/Bucaramanga#/media/File:Colombia_-_Santander_-_Bucaramanga.svg). [Fecha de consulta 27 de marzo 2014]

**3.2.2 Micro localización.** Para determinar la ubicación más conveniente para el proyecto, se realizará un estudio de factores por ponderación en donde se evaluarán y analizarán tres opciones que cumplen con los requisitos generales para el funcionamiento de la empresa, y se establecerá cuál de éstos es el más apropiado.

- Opción 1: Br. Centro
- Opción 2: Br. San Francisco
- Opción 3: Br. Cabecera

Los barrios anteriormente mencionados se escogieron basados en la nueva reglamentación del POT (Acuerdo 011 del 21 de mayo de 2014), donde es

permitido el funcionamiento de la empresa para usos comerciales catalogados como “Zonas comerciales y de servicios”.<sup>11</sup>

En este estudio se le designará un porcentaje a cada factor según su grado de importancia que va de menor a mayor cuya suma total de ponderación es del 100%, los puntos a establecer para este caso son 100, que al multiplicarse por la ponderación de cada factor arroja el porcentaje máximo asignado para los factores escogidos.

La constante aritmética  $K$  se determina mediante la siguiente fórmula:

$$K = \frac{(\text{puntaje mayor} - \text{puntaje menor})}{n - 1}$$

La asignación de factores y grados se realizarán:

- F1 = Costo de arrendamiento
- F2 = Costo de servicios públicos
- F3 = Desarrollo comercial
- F4 = Acceso de materia prima
- F5 = Vías de acceso

Tabla 35. Ponderación y puntuación de factores

FACTOR	PUNTOS	% DE PONDERACIÓN	PUNTAJE MÁXIMO
F1	100	25	25
F2	100	15	15
F3	100	10	10
F4	100	20	20
F5	100	30	30

La asignación de los puntajes intermedios se calculan en base a la fórmula de la constante aritmética  $K$ , y asignándole al grado menor valor “cero”.

<sup>11</sup> Plan de Ordenamiento Territorial de Bucaramanga [en línea]. Colombia, mayo 2014 – [citado 15 septiembre, 2015]. Disponible en internet: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/pot-2012-2027/tomo01.pdf>.

Tabla 36. Ponderación de grados por factor

	<b>GRADOS</b>	<b>PUNTAJE</b>
<b>1</b>	G1 = Alto. Valores mayores a \$1.500.001	0
	G2 = Medio. De \$1.000.001 a \$1.500.000	12,5
	G3 = Justo. Menores a \$1.000.000	25
<b>2</b>	G1 = Alto. Valores mayores a \$ 500.001	0
	G2 = Medio. De \$450.001 a \$500.000	7,5
	G3 = Justo. Menores a \$450.000	15
<b>3</b>	G1 = Bajo.	0
	G2 = Medio.	5
	G3 = Alto.	10
<b>4</b>	G1 = Muy distante de los proveedores	0
	G2 = Medianamente distante de los proveedores	10
	G3 = Cerca de los proveedores	20
<b>5</b>	G1 = Mala	0
	G2 = Regular	15
	G3 = Buena	30

Según la anterior ponderación por grados de cada factor, se establece el puntaje para cada uno de las tres opciones elegidas para localizar el proyecto.

Tabla 37. Ponderación de la micro localización

<b>FACTOR</b>	<b>CENTRO</b>		<b>SAN FRANCISCO</b>		<b>CABECERA</b>	
	<b>GRADOS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>GRADOS</b>	<b>PUNTOS</b>	<b>GRADOS</b>	<b>PUNTOS</b>
1	3	25	2	12,5	1	0
2	3	15	2	7,5	1	0
3	2	5	1	0	3	10
4	3	20	2	10	1	0
5	2	15	1	0	3	30
<b>TOTAL DE PUNTOS</b>		<b>80</b>		<b>30</b>		<b>40</b>

En base a los resultados obtenidos en el método de puntos, el proyecto será puesto en funcionamiento en el sector del Centro, lo que confirma lo estipulado en el ítem de 3.1.2.4, donde se pensaba en un sector comercial con costos de funcionamiento no tan elevados y que estuviese estratégicamente cercano a los proveedores más importantes y de mayor tamaño. Por lo tanto, el local comercial debiese estar ubicado en la calle 36 entre carreras 24 y 27 de la ciudad, de modo que se facilite el acceso a los clientes potenciales sin dejar de lado la intención de abrir las fronteras del proyecto haciendo uso de las plataformas tecnológicas como

la página web con aplicaciones de diseño por parte de los clientes y las redes sociales.

En el local comercial, deberá disponer entre otras cosas de ubicación para la materia prima, herramientas, almacenamiento, venta y exposición de los accesorios, además de contar con adecuadas instalaciones eléctricas y buena ventilación. Adicional a esto, el local convendrá en tener un área aproximada de 60 m<sup>2</sup>, éste inicialmente se tomará en arriendo a través de una inmobiliaria o directamente con su propietario con un canón de arrendamiento de \$ 1.000.000 mensuales.

### 3.2.2.1 Trámites relacionados con la ubicación de la empresa.

- Certificado de uso del suelo.
- Paz y salvo de industria y comercio.
- Certificado de condiciones de sanidad.
- Certificado de seguridad y prevención.
- Certificado de condiciones ambientales.
- Certificado SAYCO-ACINPRO

## 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Ésta ingeniería, contiene las fichas técnicas de cada producto, además de las características físicas, proceso de producción y el análisis de necesidades de personal requerido para el funcionamiento del proyecto en mención.

### 3.3.1 Ficha técnica del producto

Cuadro 3. Ficha técnica diademas


PRODUCTO	DIADEMAS
DISEÑO	

Cuadro 4. Continuación


PRODUCTO	DIADEMAS
<b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b>	<p>La diadema es un aro de plástico abierto de 36cm de largo y 1,5cm de ancho; el cual es recubierto con cuatro cintas (falla de 1cm, cada una de 1m de largo, 4m en total para el tejido de la diadema) las cuales son inicialmente pegadas con silicona caliente usando la pistola que lleva su mismo nombre y rematadas de la misma manera. Se le adiciona un moño en cintas (60cm de largo de cinta raso de 2,5cm de ancho; 50cm de largo de cinta velo de 2,5cm de ancho y 50cm de largo de cinta falla de 0,5cm de ancho. Para un total de 1,60m de cintas en sus diferentes tamaños y texturas ya explicados), las cintas que componen el moño son pegadas con silicona caliente al igual que el aplique que lleva en el centro del moño y es pegado finalmente a la diadema a 10cm de cualquiera de sus extremos con silicona caliente. Todas las cintas son flameadas (pasar la llama de un encendedor) en sus extremos para evitar que se vayan a deshilar. La elaboración de la diadema la hace por completo una operaria. Los colores utilizados varían según el modelo escogido por cada cliente.</p>
<b>EMPAQUE</b>	<p>Bolsas decorativas en diversos colores en Cambrel de 40cm de largo por 15cm de ancho. “Este tipo de tela no tejida, se destacan por su capacidad de absorción, resistencia a la permeabilidad, a las altas presiones y temperaturas, elasticidad, suavidad, características de protección viral y bacteriana, tiene propiedades para la neutralización de olores y reducción de contaminación por ser reciclables”<sup>12</sup>.</p>
<b>VIDA ÚTIL</b>	2 años, según el uso y cuidado de la misma

<sup>12</sup> ¿Qué es la tela no tejida? ¿Cuáles son sus beneficios y funcionalidades? [en línea]. Colombia, mayo 2014 – [citado 30 noviembre, 2015]. Disponible en internet: <http://citybags.com.co/que-es-la-tela-no-tejida-cuales-son-sus-beneficios-y-funcionalidades/>.


Cuadro 5. Ficha técnica cinturones

PRODUCTO	CINTURONES
<p><b>DISEÑO</b></p>	
<p><b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b></p>	<p>El cinturón es elaborado en riata de 2cm de ancho y de 80cm a 1m de largo, la cual se le pasa costura con máquina de coser, una cinta de falla de 2cm de ancho y del mismo largo de la riata (80cm a 1m de largo). Luego se le adiciona una puntera metálica de 3cm de ancho y 1cm de largo, la cual es ajustada con pinzas (5 pulgadas). La hebilla es también metálica de 6cm de ancho por 3cm de largo y se ajusta a la riata manualmente; la hebilla puede ser decorada con apliques, glitter (brillo), y de resina epoxy para tener la libertad de decorarla o puede comprarse según los diseños ofrecidos en el mercado. La elaboración del cinturón la hace por completo una operaria. Los colores utilizados varían según el modelo escogido por cada cliente.</p>
<p><b>EMPAQUE</b></p>	<p>Bolsas decorativas en diversos colores de Cambrel de 15cm de largo por 15cm de ancho. “Este tipo de tela no tejida, se destacan por su capacidad de absorción, resistencia a la permeabilidad, a las altas presiones y temperaturas, elasticidad, suavidad, características de protección viral y bacteriana, tiene propiedades para la neutralización de olores y reducción de contaminación por ser reciclables”</p>
<p><b>VIDA ÚTIL</b></p>	<p>3 años, según el uso y cuidado de la misma.</p>

Cuadro 6. Ficha técnica gorras

PRODUCTO	GORRAS
<p><b>DISEÑO</b></p>	
<p><b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b></p>	<p>La gorra está elaborada en tela de polyester o drill con visera. Está adornada con cintas que son pegadas con silicona caliente usando la pistola que lleva su mismo nombre, se elabora un moño el cual se pega con silicona caliente. El total de cintas usadas en la decoración de la gorra es de 1,25m de cinta falla de 2,5cm de ancho, 0,88m de cinta raso de 2,5cm de ancho, 0,64m de cinta de velo de 2cm de ancho; en el centro del moño se pega con silicona caliente un aplique. Todas las cintas son flameadas (pasar la llama de un encendedor) en sus extremos para evitar que se vayan a deshilar. La elaboración de la gorra la hace por completo una operaria. Los colores utilizados varían según el modelo escogido por cada cliente.</p>
<p><b>EMPAQUE</b></p>	<p>Bolsas decorativas en diversos colores de Cambrel de 34cm de largo por 26cm de ancho. “Este tipo de tela no tejida, se destacan por su capacidad de absorción, resistencia a la permeabilidad, a las altas presiones y temperaturas, elasticidad, suavidad, características de protección viral y bacteriana, tiene propiedades para la neutralización de olores y reducción de contaminación por ser reciclables”</p>
<p><b>VIDA ÚTIL</b></p>	<p>5 años, según el uso y cuidado de la misma.</p>

Cuadro 7. Ficha técnica ganchos

PRODUCTO	GANCHOS
<p><b>DISEÑO</b></p>	
<p><b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b></p>	<p>Los ganchos son moños decorativos a los que se les pega por el reverso con silicona caliente un gancho metálico. El moño va decorado en cintas (72cm de largo de cinta raso de 2,5cm de ancho; 58cm de largo de cinta falla de 2,5cm de ancho; 40cm de largo de cinta falla de 0,5cm de ancho; 5 cuadrados de tela de 7cm. Para un total de 1,70m de cintas en sus diferentes tamaños y texturas ya explicados), las cintas que componen el moño son pegadas con silicona caliente al igual que el aplique que lleva en el centro del moño. Todas las cintas son flameadas (pasar la llama de un encendedor) en sus extremos para evitar que se vayan a deshilar. La elaboración del gancho la hace por completo una operaria. Los colores utilizados varían según el modelo escogido por cada cliente.</p>
<p><b>EMPAQUE</b></p>	<p>Bolsas decorativas en diversos colores de Cambrel de 12cm de largo por 12cm de ancho. “Este tipo de tela no tejida, se destacan por su capacidad de absorción, resistencia a la permeabilidad, a las altas presiones y temperaturas, elasticidad, suavidad, características de protección viral y bacteriana, tiene propiedades para la neutralización de olores y reducción de contaminación por ser reciclables”</p>
<p><b>VIDA ÚTIL</b></p>	<p>1 año, según el uso y cuidado de los mismos.</p>

Cuadro 8. Ficha técnica moños

PRODUCTO	MOÑOS
<p><b>DISEÑO</b></p>	
<p><b>ESPECIFICACIONES TÉCNICAS</b></p>	<p>A los moños se les pega por el reverso con silicona caliente una liga para el cabello. El moño va decorado en cintas (22cm de largo de cinta falla de 2,5cm de ancho; 70cm de largo de cinta raso de 2,5cm de ancho; 5 círculos de tela de 9cm de diámetro. Para un total de 92cm de cintas en sus diferentes tamaños y texturas ya explicados), las cintas que componen el moño son pegadas con silicona caliente al igual que el aplique que lleva en el centro del moño. Todas las cintas son flameadas (pasar la llama de un encendedor) en sus extremos para evitar que se vayan a deshilar. La elaboración del moño la hace por completo una operaria. Los colores utilizados varían según el modelo escogido por cada cliente.</p>
<p><b>EMPAQUE</b></p>	<p>Bolsas decorativas en diversos colores de Cambrel de 12cm de largo por 12cm de ancho. “Este tipo de tela no tejida, se destacan por su capacidad de absorción, resistencia a la permeabilidad, a las altas presiones y temperaturas, elasticidad, suavidad, características de protección viral y bacteriana, tiene propiedades para la neutralización de olores y reducción de contaminación por ser reciclables”</p>
<p><b>VIDA ÚTIL</b></p>	<p>1 año, según el uso y cuidado de los mismos.</p>

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** Para la elaboración de los productos, la empresa se distribuirá en procesos de la siguiente forma:

Cuadro 9. Descripción técnica del proceso

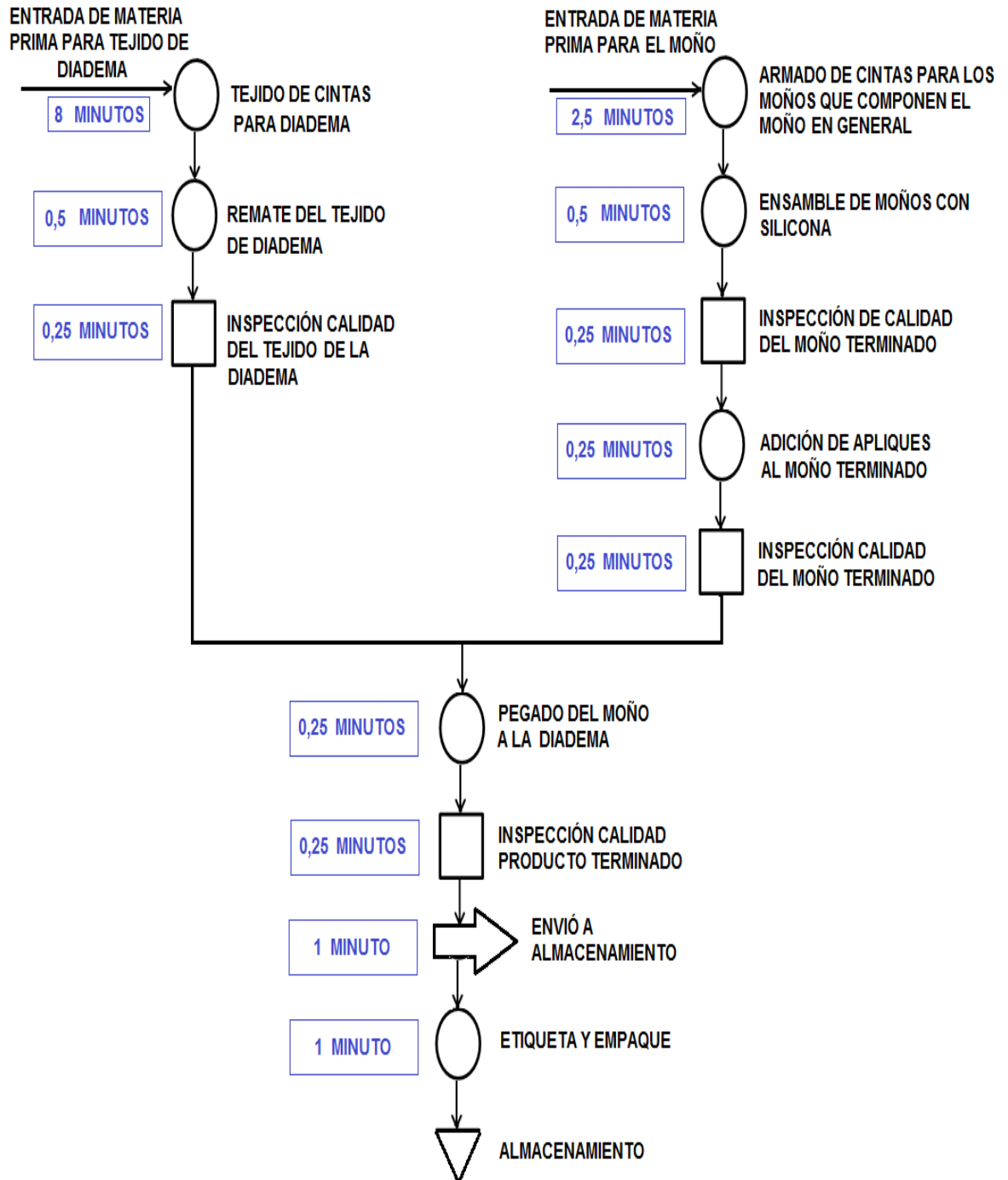
PROCESO	SUBPROCESO	ACTIVIDADES	TRANSVERSAL
<b>ELABORACIÓN DE ACCESORIOS PARA NIÑAS</b>	<b>1. Planeación y adquisición de insumos</b>	4 Diseño 5 Compra 6 Almacenamiento de materia prima	← Control de calidad
	<b>2. Elaboración y producción de los productos</b>	7 Corte 8 Elaboración 9 Ensamble 10 Empaque 11 Almacenamiento de productos	
	<b>3. Venta y distribución de los productos</b>	12 Cronograma de entrega 13 Distribución	

**3.3.2.1 Control de calidad.** Este será un subproceso transversal en cada uno de los procesos en que se divide la empresa, ya que permite asegurar el cuidado y mejora continua en la calidad ofrecida.

**3.3.2.2 Manejo de desechos.** Éstos estarán presentes en el subproceso de elaboración y producción de los productos. La empresa contará con un plan de manejo integral de residuos sólidos, capacitando a su personal en la identificación, clasificación y adecuado reciclaje los cuales serán entregados a la empresa de aseo de Bucaramanga. Esta implementación permitirá contribuir de forma amigable con el medio ambiente. A la par, se hará énfasis en el ahorro de energía y agua lo que potencializa la labor desarrollada en la implementación del proyecto.

### 3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

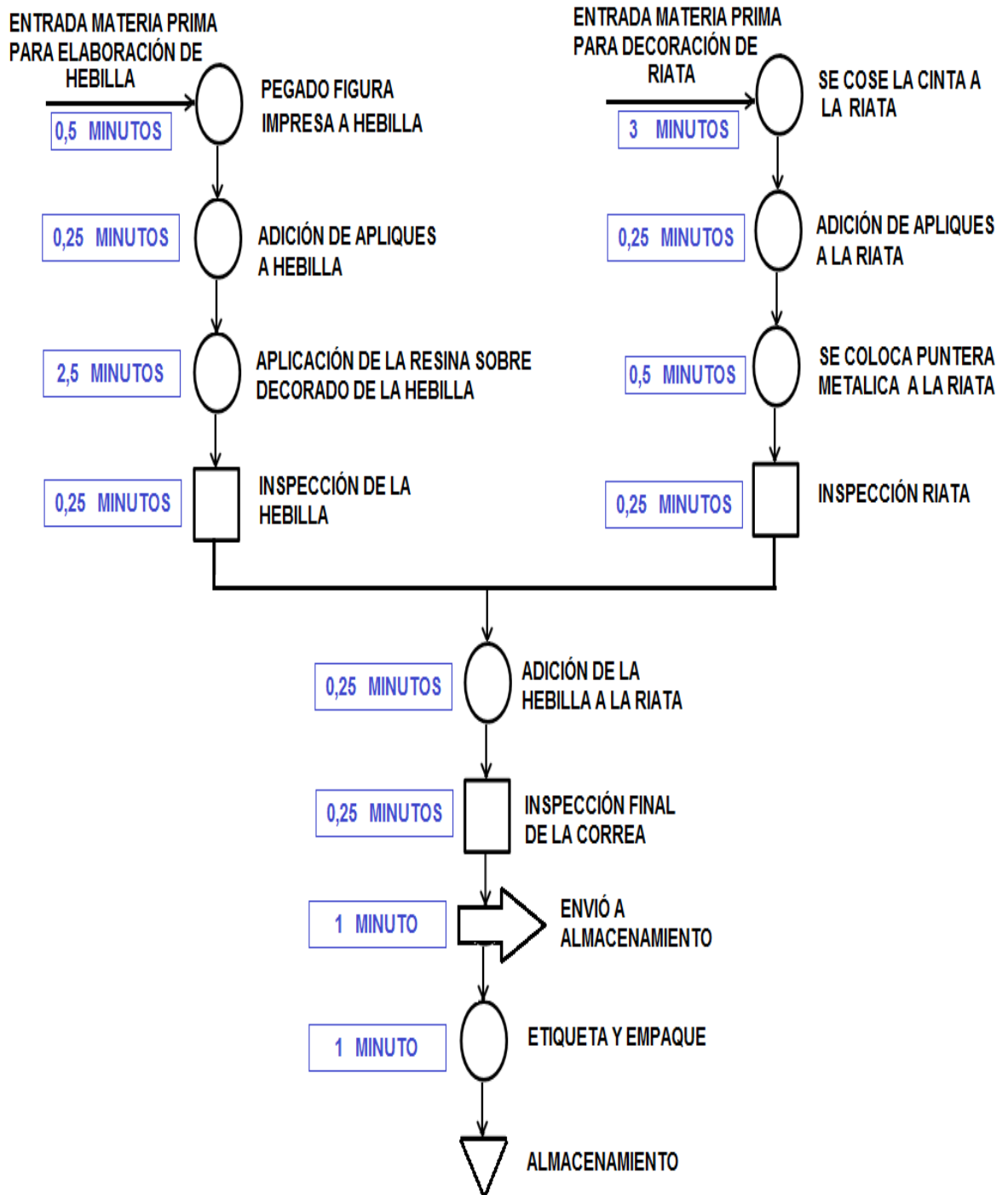
Figura 27. Diagrama de flujo de la diadema



Cuadro 10. Descripción actividades del diagrama de flujo de la diadema

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar la materia prima y se inicia pegando las cintas con silicona caliente y luego se hace el tejido de cintas a la diadema plástica</li> </ul>	8 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se remata el tejido pegando las cintas con silicona caliente</li> </ul>	0,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección de calidad del tejido</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de materia prima y se arma las cintas para los moños que componen el moño en general</li> </ul>	2,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensamble de moños con silicona caliente</li> </ul>	0,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección de calidad del moño</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adición de apliques con silicona caliente</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección calidad producto terminado</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pegado del moño con silicona caliente a la diadema tejida</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección calidad producto terminado</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío a almacenamiento</li> </ul>	1 minuto
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etiqueta y empaque</li> </ul>	1 minuto
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento</li> </ul>	
<b>TOTAL</b>	<b>15 MINUTOS</b>

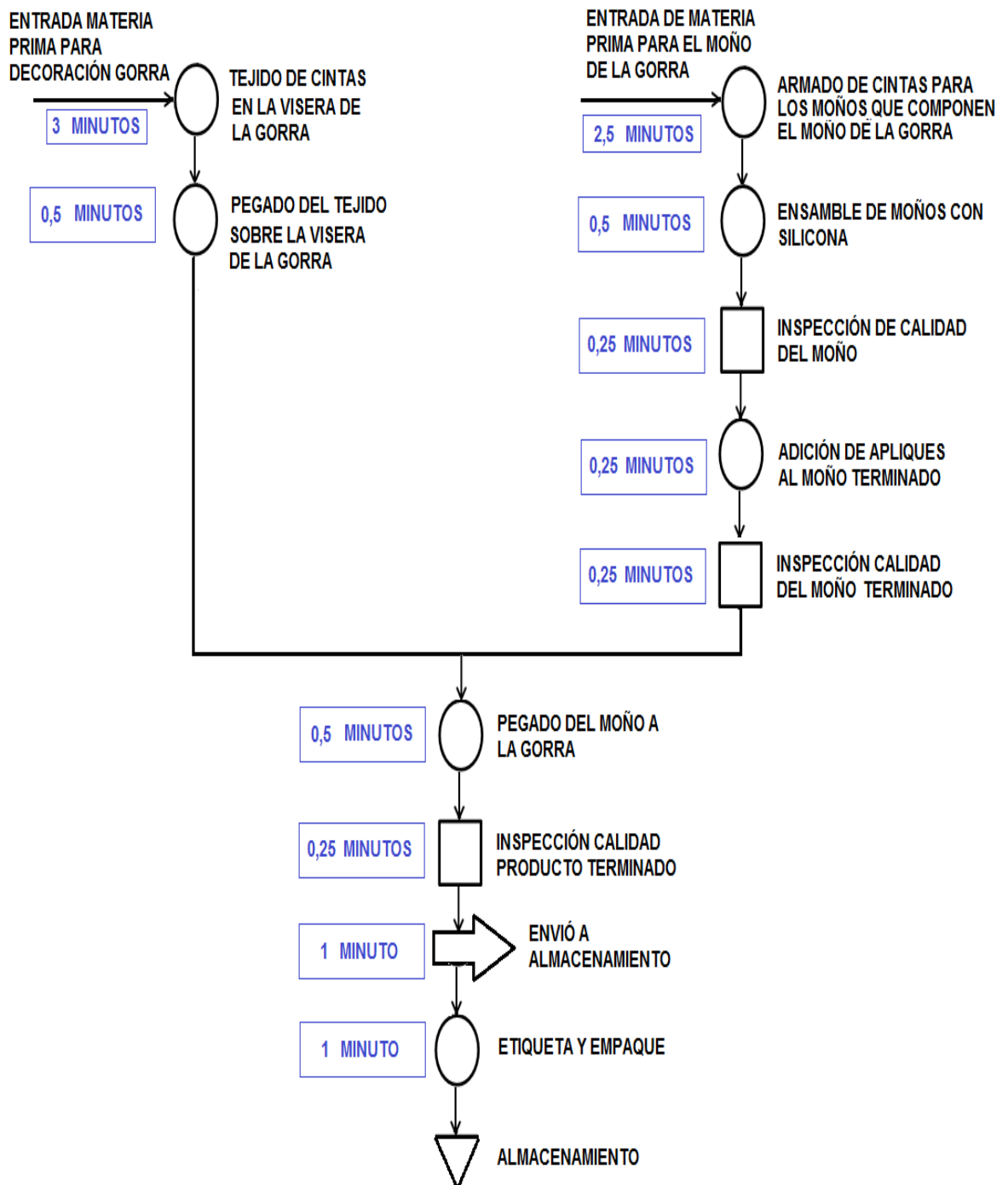
Figura 28. Diagrama de flujo de un cinturón



Cuadro 11. Descripción actividades del diagrama de flujo del cinturón

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>TIEMPO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresa la materia prima y se hace el pegado de la figura impresa a la hebilla metálica</li> </ul>	0,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adición de apliques con silicona caliente</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de la resina sobre el decorado de la hebilla metálica</li> </ul>	2,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección de calidad del a hebilla terminada</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrada de materia prima y se pega con la máquina de coser la cinta a la riata</li> </ul>	3 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adición de apliques con silicona caliente</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se coloca la puntera metálica en uno de los extremos de la riata y se ajusta con las pinzas de acero</li> </ul>	0,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección de la riata terminada</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adición manual de la hebilla a la riata</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección final del producto terminado</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envió a almacenamiento</li> </ul>	1 minuto
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etiqueta y empaque</li> </ul>	1 minuto
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento</li> </ul>	
<b>TOTAL</b>	<b>10 MINUTOS</b>

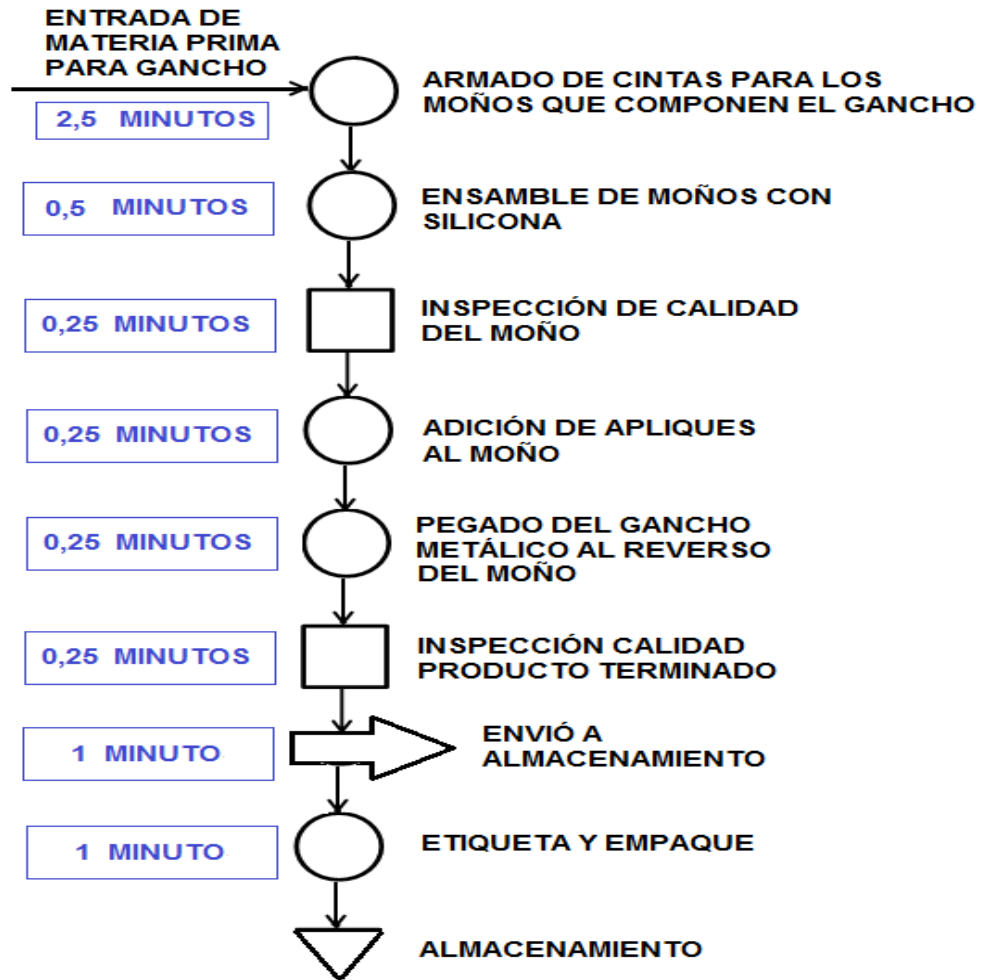
Figura 29. Diagrama de flujo de una gorra



Cuadro 12. Descripción actividades del diagrama de flujo de la gorra

DESCRIPCIÓN	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar la materia prima y se hace el tejido de cintas en la visera</li> </ul>	3 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pegado del tejido a la gorra con silicona caliente</li> </ul>	0,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingresar la materia prima para el moño y se hace el armado de cintas para los moños que componen el moño general de la gorra</li> </ul>	2,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensamble de moños con silicona caliente</li> </ul>	0,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección de calidad del moño</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adición de apliques</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección calidad del moño completo terminado</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pegado del moño a la gorra con silicona caliente</li> </ul>	0,5 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspección calidad producto terminado</li> </ul>	0,25 minutos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Enviar a almacenamiento</li> </ul>	1 minuto
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etiqueta y empaque</li> </ul>	1 minuto
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Almacenamiento</li> </ul>	
<b>TOTAL</b>	<b>10 MINUTOS</b>

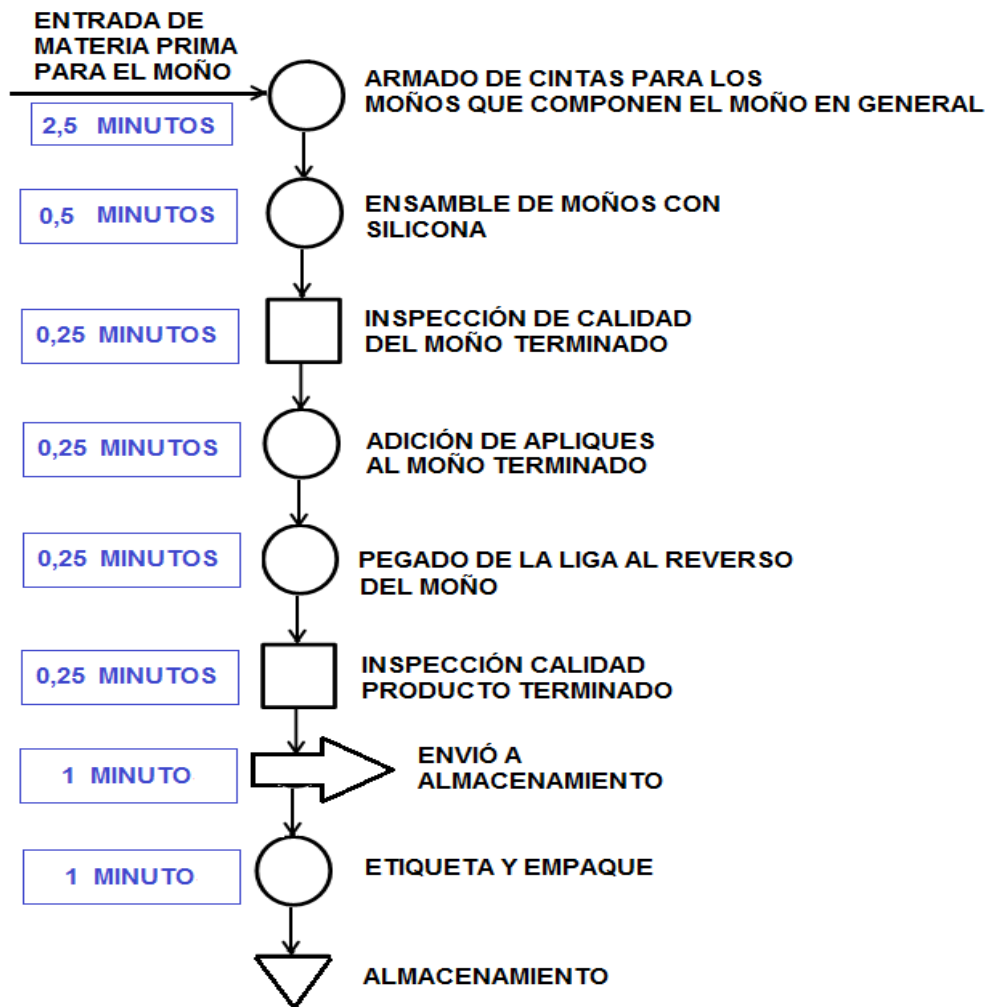
Figura 30. Diagrama de flujo de un gancho



Cuadro 13. Descripción actividades del diagrama de flujo del gancho

DESCRIPCIÓN	TIEMPO
• Ingresar la materia prima y se hace el armado de cintas para los moños que componen el gancho	2,5 minutos
• Ensamble de moños con silicona caliente	0,5 minutos
• Inspección de calidad del moño	0,25 minutos
• Adición de apliques	0,25 minutos
• Pegado del gancho metálico al reverso con silicona caliente	0,25 minutos
• Inspección de calidad del producto terminado	0,25 minutos
• Envió a almacenamiento	1 minuto
• Etiqueta y empaque	1 minuto
• Almacenamiento	
<b>TOTAL</b>	<b>6 MINUTOS</b>

Figura 31. Diagrama de flujo de un moño



Cuadro 14. Descripción actividades del diagrama de flujo del moño

DESCRIPCIÓN	TIEMPO
• Ingresar la materia prima y se hace el armado de cintas para los moños que componen el moño en general	2,5 minutos
• Ensamble de moños con silicona caliente	0,5 minutos
• Inspección de calidad del moño	0,25 minutos
• Adición de apliques	0,25 minutos
• Pegado de la liga al reverso con silicona caliente	0,25 minutos
• Inspección de calidad del producto terminado	0,25 minutos
• Envió a almacenamiento	1 minuto
• Etiqueta y empaque	1 minuto
• Almacenamiento	
<b>TOTAL</b>	<b>6 MINUTOS</b>

**3.3.4 Control de calidad.** Este control se realizará cuidadosamente en cada etapa del proceso de producción de los accesorios objetos del presente proyecto mediante la obtención del “sello de calidad hecho a mano” y la norma base del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, con el fin de ofrecer un sistema efectivo que permita administrar y mejorar la calidad de sus productos.

### 3.3.5 Recursos.

#### 3.3.5.1 Recurso humano.

Tabla 38. Recurso humano

CARGO	NÚMERO DE PERSONAS
Gerente	1
Secretaria	1
Contador	1
Vendedor	1
Operarios	5
<b>TOTAL PERSONAS</b>	<b>9</b>

**3.3.5.2 Recurso físico.** Se relacionará a continuación el equipo, maquinaria, muebles y enseres tanto del área operativa y la administrativa requeridos para el funcionamiento del proyecto.

Tabla 39. Recurso físico – maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	CANTIDAD
Máquina de coser	3
Máquina troqueladora-remachadora manual	1
Horno microondas para ondular las cintas	1

Figura 32. Maquinaria y equipo



Fuente: Tomado de Imágenes de cotizaciones anexas

Tabla 40. Recurso físico – muebles y enseres área operativa

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>CANTIDAD</b>
Mesas de trabajo	5
Sillas	5
Estantes con gavetas	5
Mesón (maquinaria y equipo)	1
Estantes para cintas	1
Mueble almacenamiento materia prima	2

Figura 33. Muebles y enseres área operativa



Fuente: Tomado de Imágenes de cotizaciones anexas

Tabla 41. Recurso físico – herramientas

<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Bisturí	5
Pistola de silicona	5
Cautín	5
Encendedores	5
Tijeras	5
Agujas	20
Pinzas (Alicates de acero 4,5")	5
Metros	5

Figura 34. Recurso físico – herramientas



Fuente: Tomado de Imágenes de cotizaciones anexas

Tabla 42. Recurso físico – equipo de oficina área administrativa

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	<b>CANTIDAD</b>
Escritorios	2
Sillas	6
Archivador	1
Vitrina - mostrador	1

Figura 35. Equipo de oficina área administrativa



Fuente: Tomado de Imágenes de cotizaciones anexas

Tabla 43. Recurso físico – equipo de cómputo y comunicación

<b>EQUIPO DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Computador	2
Impresora multifuncional	1
Teléfonos	2

Dentro del recurso físico – equipo de cómputo y comunicación, no se hace necesaria la compra de calculadoras e inicialmente la registradora tampoco, pues se cuenta con el servicio útil y eficiente del computador.

Figura 36. Equipo de cómputo y comunicación



Fuente: Tomado de Imágenes de cotizaciones anexas

Tabla 44. Recurso físico – elementos de seguridad

ELEMENTOS DE SEGURIDAD	CANTIDAD
Gafas de seguridad	5
Tapabocas	5
Extintor	1
Botiquín primeros auxilios	1

Figura 37. Elementos de seguridad



Fuente: Tomado de Imágenes de cotizaciones anexas

Tabla 45. Recurso físico – papelería

PAPELERÍA	CANTIDAD
Facturas por 500	50
Catálogos	3
Talonario de pedidos por 500	10
Tarjetas de presentación por 1000	1000
Libros contables	3

**3.3.5.3 Recurso de insumos.** Se detalla a continuación el costo de elaborar cada uno de los productos teniendo en cuenta la producción anual utilizada.

Tabla 46. Insumos para diademas según ficha técnica

MATERIAL	CANTIDAD POR PRODUCTO	COSTO POR PRODUCTO (\$)	COSTO MENSUAL(\$)	COSTO ANUAL(\$)
			NÚMERO DE UNIDADES	
			1.686	20.236
Diadema plástica	1	300,00	505.903	6.070.831
Cinta falla 1cm tejido	4m	500,00	843.171	10.118.052
Cinta raso 2,5cm moño	60cm	216,00	364.250	4.370.999
Cinta velo 2,5cm moño	50cm	100,00	168.634	2.023.610
Cinta falla 0,5cm moño	50cm	51,00	86.003	1.032.041
Apliques (plásticos)	1	500,00	843.171	10.118.052
<b>TOTAL</b>		<b>1.667,00</b>	<b>2.811.132</b>	<b>33.733.586</b>

Tabla 47. Insumos para cinturones según ficha técnica

MATERIAL	CANTIDAD POR PRODUCTO	COSTO POR PRODUCTO (\$)	COSTO MENSUAL(\$)	COSTO ANUAL (\$)
			NÚMERO DE UNIDADES	
			237	2.839
Riata	1m	1.300,00	307.587	3.691.048
Cinta falla 2,5cm	1m	450,00	106.473	1.277.671
Hebilla y punta metálica (Dúo)	1	360,00	85.178	1.022.136
Figura impresa para hebilla	1	450,00	106.473	1.277.671
<b>TOTAL</b>		<b>2.560,00</b>	<b>605.710</b>	<b>7.268.526</b>

Tabla 48. Insumos para gorras según ficha técnica

MATERIAL	CANTIDAD POR PRODUCTO	COSTO POR PRODUCTO (\$)	COSTO MENSUAL(\$)	COSTO ANUAL(\$)
			NÚMERO DE UNIDADES	
			567	6.806
Gorra	1	4.000,00	2.268.524	27.222.293
Cinta falla 2,5cm	1,25m	562,50	319.011	3.828.135
Cinta raso 2,5cm	0,88m	316,80	179.667	2.156.006
Cinta velo 2cm	0,64m	128,00	72.593	871.113
Aplique	1	500,00	283.566	3.402.787
<b>TOTAL</b>		<b>5.507,30</b>	<b>3.123.361</b>	<b>37.480.333</b>

Tabla 49. Insumos para ganchos según ficha técnica

MATERIAL	CANTIDAD POR PRODUCTO	COSTO POR PRODUCTO (\$)	COSTO MENSUAL(\$)	COSTO ANUAL(\$)
			NÚMERO DE UNIDADES	
			1.387	16.645
Gancho metálico	1	95,00	131.777	1.581.320
Cinta falla 0,5cm	40cm	40,80	56.595	679.136
Cinta falla 2,5cm	58cm	1.186,36	1.645.633	19.747.590
Cinta raso 2,5cm	72cm	259,20	359.542	4.314.508
Tela cuadros de 42cmLargo*7cm 7cm Alto		315,00	436.944	5.243.326
Aplique	1	500,00	693.562	8.322.739
<b>TOTAL</b>		<b>2.396,36</b>	<b>3.324.052</b>	<b>39.888.619</b>

Tabla 50. Insumos para moños según ficha técnica

MATERIAL	CANTIDAD POR PRODUCTO	COSTO POR PRODUCTO (\$)	COSTO POR MES/unid(\$)	COSTO POR AÑO/unid(\$)
			NÚMERO DE UNIDADES	
			2.143	25.720
Liga	1	70,00	150.031	1.800.370
Cinta falla 2,5cm	22cm	450,00	964.484	11.573.809
Cinta raso 2,5cm	70cm	252,00	540.111	6.481.333
Tela círculos de 9cm	45cmLargo*9cm Alto	405,00	868.036	10.416.428
Aplique	1	500,00	1.071.649	12.859.788
<b>TOTAL</b>		<b>1.677,00</b>	<b>3.594.311</b>	<b>43.131.729</b>

Tabla 51. Insumos generales

INSUMO	CANTIDAD MENSUAL	VALOR MES (\$)	VALOR ANUAL (\$)
Silicona	1 kilo	21.000	252.000
Hilo de muñequería	1 cono 200 gr	6.000	72.000
Piedras decorativas	6 Sartas #5 (variados)	8.400	100.800
Botones	100 Variados en tamaños y colores	10.000	120.000
Cordones	1 rollo (91m)	25.000	300.000
Escarcha – Gold Glitter	1 tarro	3.800	45.600
Encajes	1 rollo (100m)	12.000	144.000
Resina para botones y hebillas	24000 tarro	21.000	252.000
Tela de cambrel	1 rollo 300m	450.000	5.400.000
<b>TOTAL INSUMOS GENERALES</b>		<b>557.200</b>	<b>6.686.400</b>

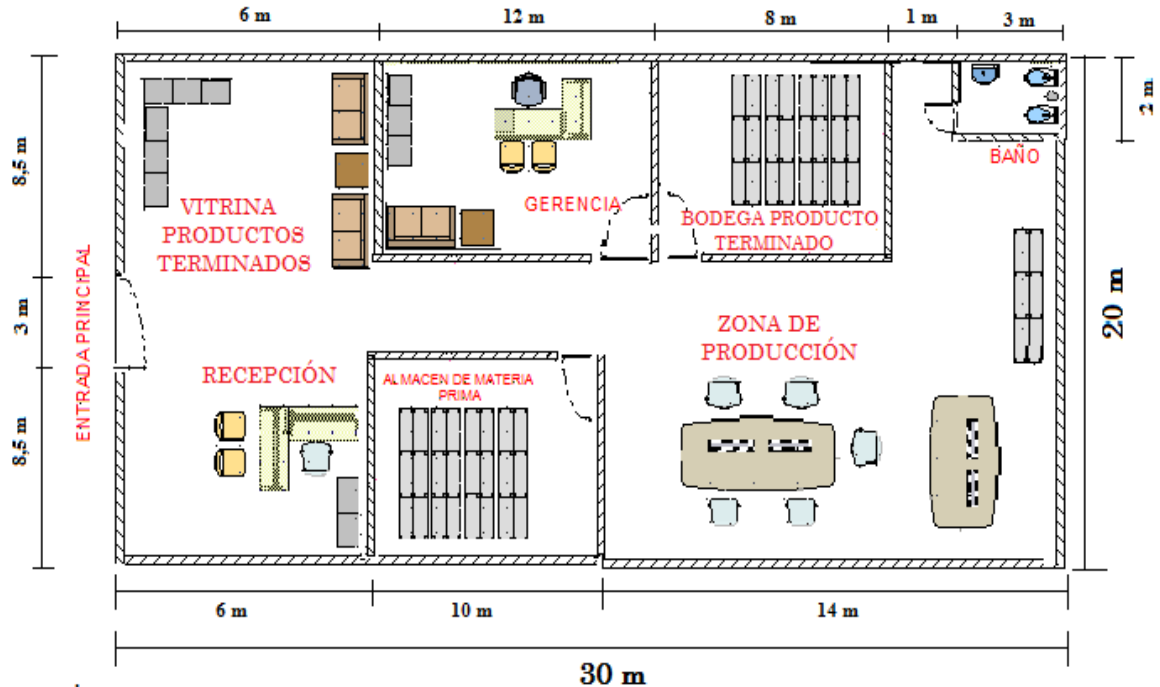
### 3.3.6 Análisis de proveedores.

Cuadro 15. Análisis de proveedores

PROVEEDOR	INSUMOS QUE PROVEE
 <p>Mil Herrajes www.milherrajes.com.co</p>	<p>Todo lo relacionado con los accesorios como: cintas (raso, velo, falla), diademas plásticas, apliques, silicona, ganchos y pinzas metálicos, pistola de silicona, encajes, tijeras, botones, piedras decorativas, hebillas y punteras, agujas, cordones, hilo muñequería, tela de cambre y demás. Igualmente proporcionan la máquina troqueladora para la venta.</p>
 <p>FERRETERIA EL SOL BUCARAMANGA Cra. 15 No. 33-62 - Tel. 6421810 - Fax. (97)6338110 Bucaramanga - Santander - www.ferreteriaelsol.com</p>	<p>Pinzas de 5pulgadas y cautín de 30W y 60W</p>
 <p>Muebles SEVENTEEN Cra. 17 No. 31-91 Tel. 696 0164 Bucaramanga Cel. 316 5235 973 VENTA DE TODA CLASE DE MUEBLES</p>	<p>Muebles y enseres de oficina</p>
<p><i>falabella.</i></p>	<p>Máquina de coser, Computadores, Impresora, Horno</p>
 <p>HOMECENTER SODIMAC corona</p>	<p>Sillas, estantes con gavetas plásticas, mueble metálico para almacenamiento de materia prima, gafas de seguridad, extintor</p>
 <p>Servi Útiles Papelería y Miscelánea JGA S.A.S</p>	<p>Bisturí, encendedores, metro, gorras, resina gemelos, Gold glitter, libros contables, impresiones para botones y hebillas, tapabocas.</p>

### 3.3.7 Distribución de la planta

Figura 38. Distribución planta física



La planta física del proyecto estará compuesta por:

- Una recepción de 8,5m de alto \* 6m de ancho (área 48,5m aprox).
- Un almacén de materia prima de 8,5m de alto \* 10m de ancho (área 80,5m aprox).
- Una zona de producción de 8,5m de alto \* 14m (área 112,5m aprox).
- Una bodega de producto terminado de 8,5m de alto \* 8m de ancho (área 64,5m aprox).
- Una oficina de gerencia de 8,5m de alto \* 12m de ancho (área 96,5m Aprox).
- Vitrina de producto terminado de 8,5m de alto \* 6m de ancho (área 48,5m Aprox).
- Baño de 2m de alto \* 3m de ancho (área 6m aprox).

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Este estudio facilita las herramientas para la ejecución administrativa del presente proyecto, por cuanto suministra elementos como la planeación estratégica la cual determinan el rumbo y las acciones a seguir en alcanzar los objetivos propuestos así como la descripción de la estructura organizacional planteada.

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

**4.1.1 Tipo de sociedad.** La empresa se creará bajo la figura de una sociedad de responsabilidad limitada perteneciente a las sociedades de naturaleza mixta, la cual establece que cada socio responde, hasta por el valor de su aporte pero es posible pactar para todos o algunos de los socios una responsabilidad mayor, prestaciones, asesorías o garantías suplementarias, expresando su naturaleza, cuantía, duración y modalidades. El capital está dividido en cuotas o partes de igual valor que debe ser pagado en su totalidad al momento de constituir la sociedad, así como al momento de solemnizar cualquier aumento del mismo. Este tipo de sociedades debe constituirse con dos o más socios y el número máximo es de 25.<sup>13</sup>

Por lo tanto la razón social de la empresa será: GABBA Ltda., y su objeto social se basará en la fabricación y comercialización de accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga.

**4.1.2 Procedimiento.** Como lo indica el Artículo 110 del Código de Comercio, la sociedad civil o comercial se constituirá por escritura pública, la cual deberá incluir entre otras cosas:<sup>14</sup>

- El nombre y domicilio de las personas que intervengan como otorgantes. Con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documento de identificación legal.
- La clase o tipo de sociedad que se constituye y el nombre de la misma, formado como se dispone en relación con cada uno de los tipos de sociedad que regula el Código de Comercio.

---

<sup>13</sup> Constitución de Empresas [en línea]. Colombia, 2014 – [citado 27 julio, 2015]. Disponible en internet: [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2\\_c\\_c1.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2_c_c1.htm).

<sup>14</sup> Documento de constitución [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 27 julio, 2015]. Disponible en internet: <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/registrarla-minuta-en-una-notaria>.

- El domicilio de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- El objeto social, esto es, la empresa o negocio de la sociedad, haciendo una enunciación clara y completa de las actividades principales.
- La forma de administrar los negocios sociales con indicación de las atribuciones y facultades de los administradores, conforme a la regulación legal de cada tipo de sociedad.
- La época y la forma de convocar y constituir la asamblea o junta de socios en sesiones ordinarias o extraordinarias, y la manera de deliberar y tomar los acuerdos en los asuntos de su competencia.
- Las fechas en que deben hacerse los inventarios y balances generales, y la forma en que han de distribuirse los beneficios o utilidades de cada ejercicio social, con indicación de las reservas que deban hacerse.
- La forma de hacer la liquidación, una vez disuelta la sociedad, con indicación de los bienes que hayan de ser restituidos o distribuidos en especie, o de las condiciones en que, a falta de dicha indicación, puedan hacerse distribuciones en especie.
- Si las diferencias que ocurran a los asociados entre sí o con la sociedad, con motivo del contrato social, han de someterse a decisión arbitral o de amigables componedores y, en caso afirmativo, la forma de hacer la designación de los árbitros o amigables componedores.
- El nombre y domicilio de la persona o personas que han de representar legalmente a la sociedad.
- Las facultades y obligaciones del revisor fiscal, cuando el cargo esté previsto en la ley o en los estatutos.
- Los demás pactos que, siendo compatibles con la índole de cada tipo de sociedad, estipulen los asociados para regular las relaciones a que da origen el contrato.

Adicionalmente, los pasos a seguir y documentos necesarios para la constitución de la empresa son:<sup>15</sup>

- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Número de identificación tributaria (NIT).
- Escritura pública.
- Formulario de registro único empresarial y social.
- Formularios adicionales de registros en otras entidades.
- Registro de matrícula mercantil

---

<sup>15</sup> Constituya su empresa como persona jurídica [en línea]. Colombia, 2015 – [citado 27 julio, 2015]. Disponible en internet: <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Juridica>.

## **4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL**

**4.2.1 Visión.** En el 2020 seremos la empresa líder en el mercado de accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga, destacándonos por las propuestas innovadoras, la excelencia, calidad y servicio en nuestros productos logrando responder a los requerimientos del mercado y a las expectativas de nuestros clientes contactándolos en tiempo real a través del uso de las tecnologías de la información.

**4.2.2 Misión.** Somos una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de accesorios para niñas entre los 0 a 14 años de edad de la ciudad de Bucaramanga, que propende por la innovación de los productos en el mercado con alta calidad en sus diseños, materia prima y personalización de éstos, buscando satisfacer plenamente a cada uno de nuestros clientes.

### **4.2.3 Objetivos.**

- Crear una empresa de fabricación y comercialización de accesorios para niñas en la ciudad de Bucaramanga.
- Contar con las instalaciones, maquinaria y recurso humano óptimos para la producción de los accesorios para niñas.
- Promover el desarrollo, bienestar y capacitación del personal de la organización que garantice el cumplimiento de los objetivos.
- Satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles productos de alta calidad en sus diseños, materia prima y la personalización de los mismos.
- Posicionar la marca de Accesorios GABBA, teniendo en cuenta las características de los productos que permiten llegar fácilmente a la población gracias a una política de precios justas con los clientes.

**4.2.4 Políticas.** Las políticas por las cuales se regirá el proyecto a nivel personal, de compras y ventas se listan a continuación:

#### **4.2.4.1 Políticas de personal.**

- Contar con personal calificado en la elaboración de los productos.
- Elaborar e impartir el manual de funciones guía para la elaboración de las tareas definidas en la empresa.
- Proveer las instalaciones adecuadas y los implementos necesarios para el desarrollo de cada función.

- Cumplir las disposiciones legales vigentes establecidas por el gobierno colombiano para cada colaborador.

#### 4.2.4.2 Políticas de compras.

- Se contará con proveedores que distribuyan la materia prima al por mayor y por menor, según los requerimientos necesarios para la elaboración de los accesorios para niñas.
- Tener acuerdos con proveedores que brinden un buen servicio en cuanto a la calidad y oportunidad de entrega de la mercancía.

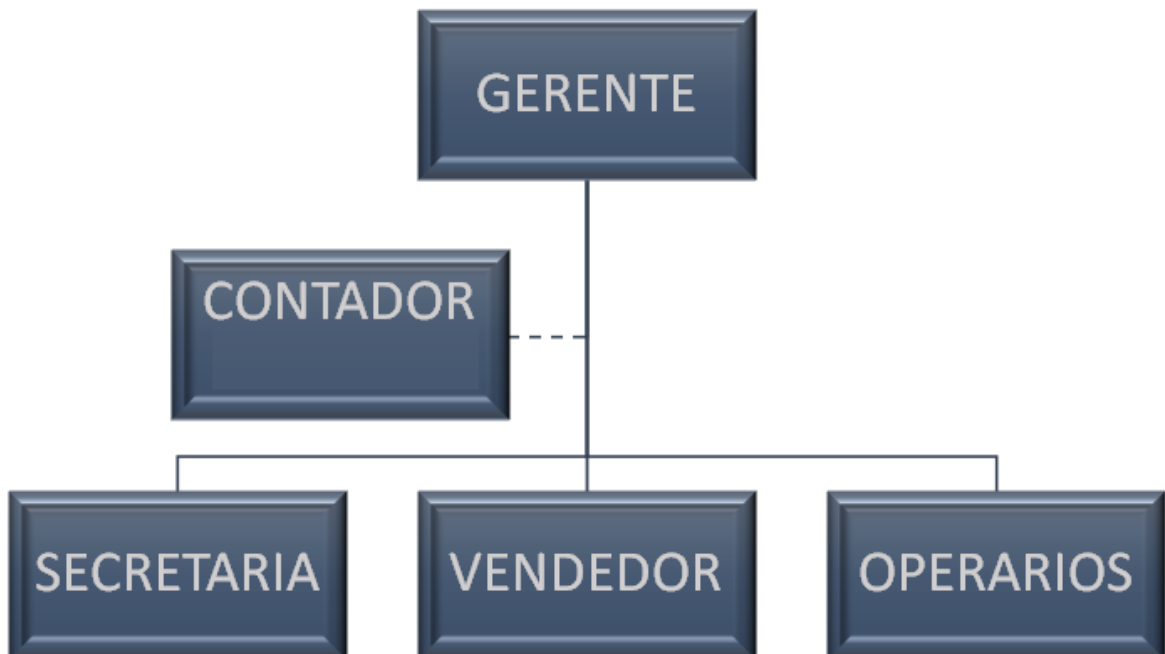
#### 4.2.4.3 Políticas de ventas.

- Para el pago de facturas de ventas al por mayor, se otorgará un plazo de 30 días.
- Cumplir con el nivel de ventas estimado.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1 Organigrama.

Figura 39. Organigrama de Accesorios GABBA



### 4.3.2 Descripción y perfil de cargos.

Cuadro 16. Descripción cargo - gerente

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
NIVEL	DIRECTIVO
DENOMINACIÓN DEL EMPLEO	GERENTE
NÚMERO DE CARGOS	01
SUPERVISA A:	Todos los funcionarios de la empresa
<b>II. ÁREA FUNCIONAL</b>	
Administrativa	
<b>III. CONTENIDO FUNCIONAL</b>	
<b>PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Planear, organizar, dirigir y controlar todas las labores y funciones administrativas como operativas encaminadas a cumplir los objetivos de la empresa; así como representarla legalmente.	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administrar los recursos financieros y técnicos de la empresa</li> <li>2. Tomar decisiones administrativas, técnicas y financieras efectivas para la organización</li> <li>3. Crear y desarrollar estrategias comerciales acordes a las necesidades propias de la entidad</li> <li>4. Promover la apertura de nuevos negocios</li> <li>5. Realizar el diseño de los productos</li> <li>6. Efectuar la compra de los insumos</li> <li>7. Dirigir y controlar el desempeño de todos los funcionarios como velar por su bienestar</li> <li>8. Supervisar y controlar las actividades operativas de la organización</li> <li>9. Velar por todo el cumplimiento legal de la entidad</li> </ol>	
<b>IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administración empresarial</li> <li>2. Derecho laboral</li> <li>3. Ley de formación para el trabajo y el desarrollo humano</li> <li>4. Indicadores de Gestión</li> <li>5. Modelo estándar de control interno</li> <li>6. Herramientas de Ofimática y bases de datos</li> </ol>	
<b>V. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>FORMACIÓN ACADÉMICA</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Título Profesional en disciplina académica: Gestión empresarial, o Administración, o Ingeniería industrial y afines.	Doce (12) meses de experiencia laboral relacionada.

Cuadro 17. Descripción cargo - contador

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
NIVEL	ADMINISTRATIVO
DENOMINACIÓN DEL EMPLEO	CONTADOR
NÚMERO DE CARGOS	01
SUPERVISA A:	Ningún funcionario
<b>II. ÁREA FUNCIONAL</b>	
Administrativa	
<b>III. CONTENIDO FUNCIONAL</b>	
<b>PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Brindar asesoría tributaria y financiera así como reportar a la gerencia las cifras contables de la empresa.	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Llevar el registro y control oportuno de las obligaciones tributarias de la empresa</li> <li>2. Entregar informes financieros y contables trimestralmente a la gerencia</li> <li>3. Asesorar al personal en aspectos legales relacionados con el manejo de la empresa</li> </ol>	
<b>IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administración contable</li> <li>2. Constitución Política de Colombia</li> <li>3. Ley de formación para el trabajo y el desarrollo humano</li> <li>4. Ley tributaria y contable de Colombia</li> <li>5. Herramientas de Ofimática y bases de datos</li> </ol>	
<b>V. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>FORMACIÓN ACADÉMICA</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Título Profesional en disciplina académica: Contaduría pública.	Treinta y seis (36) meses de experiencia laboral relacionada.
Tarjeta Profesional vigente.	

Cuadro 18. Descripción cargo - secretaria

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
NIVEL	ADMINISTRATIVO
DENOMINACIÓN DEL EMPLEO	SECRETARIA
NÚMERO DE CARGOS	01
SUPERVISA A:	Ningún funcionario
<b>II. ÁREA FUNCIONAL</b>	
Administrativa	
<b>III. CONTENIDO FUNCIONAL</b>	
<b>PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Asistir a la gerencia y dar apoyo en las funciones contables y financieras de la empresa.	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar y presentar informes requeridos por la gerencia</li> <li>2. Administrar la agenda de la gerencia</li> <li>3. Registrar las ventas, pedidos y devoluciones</li> <li>4. Manejar la caja menor, fechas de pagos a proveedores y consignaciones</li> <li>5. Elaborar liquidaciones de nómina y pagos de seguridad social</li> <li>6. Apoyar en las reuniones de gerencia</li> <li>7. Transcribir y transmitir información en medios magnéticos</li> <li>8. Tramitar y diligenciar documentos institucionales en los medios empresariales y gubernamentales</li> <li>9. Organizar y archivar la correspondencia con su respectiva documentación</li> <li>10. Las demás que les sean asignadas por la autoridad competente</li> </ol>	
<b>IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio al Cliente</li> <li>2. Relaciones Públicas - Normas de Cortesía</li> <li>3. Manejo de agenda - Organización de eventos</li> <li>4. Administración del Tiempo - Protocolo Empresarial</li> <li>5. Medios de Comunicación - Expresión oral y escrita</li> <li>6. Normas técnicas para la elaboración de documentos - Redacción personal</li> <li>7. Gestión Documental; Legislación de documental</li> <li>8. Herramientas de Ofimática y bases de datos</li> </ol>	
<b>V. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>FORMACIÓN ACADÉMICA</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Estudiante de últimos semestres en: Gestión Empresarial, o Administración, o Contaduría pública.	Veinte y cuatro (24) meses de experiencia laboral relacionada.

Cuadro 19. Descripción cargo - vendedor

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
NIVEL	ADMINISTRATIVO
DENOMINACIÓN DEL EMPLEO	VENDEDOR
NÚMERO DE CARGOS	01
SUPERVISA A:	Ningún funcionario
<b>II. ÁREA FUNCIONAL</b>	
Administrativa	
<b>III. CONTENIDO FUNCIONAL</b>	
<b>PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Realizar la actividad comercial de la empresa, atendiendo a los clientes y proyectando las ventas de los productos.	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Búsqueda continua de clientes</li> <li>2. Visitar periódicamente a los clientes</li> <li>3. Reportar a la empresa diariamente el registro de ventas realizadas</li> <li>4. Ejecutar la cobranza a clientes morosos y reportar a la empresa</li> <li>5. Presentar informes requeridos por la gerencia</li> <li>6. Las demás que les sean asignadas por la autoridad competente</li> </ol>	
<b>IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio al Cliente</li> <li>2. Ventas, mercadeo y relacionadas</li> <li>3. Relaciones Públicas - Normas de Cortesía</li> <li>4. Manejo de la agenda de ventas</li> <li>5. Administración del tiempo</li> <li>6. Medios de Comunicación - Expresión oral y escrita</li> <li>7. Herramientas de Ofimática y bases de datos</li> </ol>	
<b>V. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>FORMACIÓN ACADÉMICA</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Profesional o Estudiante de últimos semestres en: Mercadeo, o Ventas y Afines.	Doce (12) meses de experiencia laboral relacionada.

Cuadro 20. Descripción cargo - operarios

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
NIVEL	OPERATIVO
DENOMINACIÓN DEL EMPLEO	OPERARIO
NÚMERO DE CARGOS	05
SUPERVISA A:	Ningún funcionario
<b>II. ÁREA FUNCIONAL</b>	
Producción	
<b>III. CONTENIDO FUNCIONAL</b>	
<b>PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Elaborar todas las labores de alistamiento y proceso de producción que persigue el objeto social de la empresa.	
<b>DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaboración de accesorios para niñas cumpliendo con los procedimientos establecidos para cada producto</li> <li>2. Controlar la calidad en cada uno de las etapas del proceso de elaboración de los accesorios</li> <li>3. Responder por la materia prima, equipos y herramientas entregadas a su cargo</li> <li>4. Informar a su jefe inmediato sobre las eventualidades presentadas en la elaboración de los productos</li> <li>5. Las demás que les sean asignadas por la autoridad competente</li> </ol>	
<b>IV. CONOCIMIENTOS BÁSICOS O ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio al Cliente</li> <li>2. Manejo de máquinas y herramientas de trabajo</li> <li>3. Relaciones Públicas - Normas de Cortesía</li> <li>4. Administración del tiempo</li> <li>5. Administración del uso de materias primas</li> </ol>	
<b>V. REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>FORMACIÓN ACADÉMICA</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Estudio básicos en Educación Primaria y/o Cursos de Accesorios en el Sena o en Cajas de Compensación Familiar.	Seis (06) meses de experiencia laboral relacionada.

**4.3.3 Asignación salarial.** La asignación salarial para el proyecto en mención se presentará teniendo en cuenta los factores prestacionales de cesantías (8.33%), intereses a las cesantías (1%), prima de servicios (8.33%), vacaciones (4.16%), la apropiación para pensión del (12%), aportes a riesgos laborales (1.04%) aportes a caja de compensación familiar (4%), para un total del 38.86%. Teniendo en cuenta la nueva normatividad del Gobierno Nacional con respecto al impuesto de la equidad CREE, no se tienen en cuenta los aportes a las entidades promotoras de salud y parafiscales del SENA y el ICBF.<sup>16</sup>

<sup>16</sup> ¿Qué es el impuesto para la equidad “CREE”? [en línea]. Colombia, enero 2013 – [citado 30 septiembre, 2015]. Disponible en internet: [http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/N/noti-090113-01%28impuesto\\_para\\_la\\_equidad\\_cree\\_%29/noti-090113-01%28impuesto\\_para\\_la\\_equidad\\_cree\\_%29.asp](http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/N/noti-090113-01%28impuesto_para_la_equidad_cree_%29/noti-090113-01%28impuesto_para_la_equidad_cree_%29.asp).

Tabla 52. Asignación salarial

<b>CARGO</b>	<b>TIPO NOMINA</b>	<b>SALARIO</b>	<b>AUXILIO TTE</b>	<b>PREST Y OTROS 38,86%</b>	<b>SUELDO MES</b>	<b>SUELDO AÑO</b>
Gerente	Admón.	1.500.000		582.900	2.082.900	24.994.800
Contador	P.Serv	850.000			850.000	10.200.000
Secretaria	Admón.	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Vendedor	Admón.	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Admón.	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Admón.	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Admón.	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Admón.	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Admón.	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
<b>TOTALES</b>		<b>7.180.000</b>	<b>543.900</b>	<b>2.459.838</b>	<b>10.183.738</b>	<b>122.204.856</b>

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

### 5.1 INVERSIONES

Éstas hacen parte del conjunto de aportes esenciales en la obtención de los recursos necesarios en la implementación del proyecto, las cuales se componen de las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, permitiendo determinar el aporte mínimo en el desarrollo y ejecución del proyecto.

**5.1.1 Inversión fija.** Es aquella en la que se adquiere los bienes tangibles necesarios para el buen funcionamiento de cada una de las áreas de la empresa.

**5.1.1.1 Terreno.** Teniendo en cuenta que el proyecto en mención se desarrollará en un inmueble arrendado, no se requiere inicialmente de esta inversión.

**5.1.1.2 Construcción.** Según las especificaciones hechas en la distribución de la planta, no se requiere inversiones en construcción, ya que se realizarán las divisiones necesarias para cada área con los muebles de oficina o de trabajo requerido.

**5.1.1.3 Maquinaria y equipo.** Son los elementos indispensables para la producción de los accesorios objetos de este proyecto, siendo los mismos no especializados por tratarse de labores manuales, por lo tanto no se adquirirá maquinaria de tipo industrial.

Tabla 53. Activos fijos maquinaria y equipo

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Máquina de coser	3	\$ 559.900	\$ 1.679.700,00
Máquina troqueladora-remachadora manual	1	\$ 150.000	\$ 150.000,00
Horno	1	\$ 289.000	\$ 289.000,00
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>\$ 2.118.700,00</b>

**5.1.1.4 Muebles y enseres.** Los requeridos para el proyecto se encuentran a continuación:

Tabla 54. Activos fijos muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesas de trabajo	5	\$ 200.000	\$ 1.000.000
Sillas atención público (grises)	4	\$ 49.900	\$ 199.600
Silla gerente	1	\$ 89.900	\$ 89.900
Silla giratoria (secretaria y opearios)	6	\$ 53.900	\$ 323.400
Estantes con gavetas plásticas	5	\$ 49.900	\$ 249.500
Mesón (maquinaria)	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Mueble metálico para almacenamiento de materia prima	2	\$ 104.900	\$ 209.800
Escritorios	2	\$ 158.000	\$ 316.000
Archivador	1	\$ 165.000	\$ 165.000
Vitrina mostrador	1	\$ 220.000	\$ 220.000
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 3.173.200</b>

**5.1.1.5 Equipos de oficina.** Corresponde al equipo de oficina y computación que requiere el proyecto para su actividad

Tabla 55. Activos fijos equipo de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadores	2	\$ 1.799.900	\$ 3.599.800
Impresora multifuncional	1	\$ 499.900	\$ 499.900
Teléfonos (2 auriculares)	1	\$ 79.900	\$ 79.900
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 4.179.600</b>

**5.1.1.6 Herramientas.** Son todos aquellos implementos necesarios para la producción de los accesorios para niñas.

Tabla 56. Activos fijos herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Bisturi	5	\$ 700	\$ 3.500,00
Pistola de silicona	5	\$ 9.500	\$ 47.500,00
Cautín	5	\$ 17.800	\$ 89.000,00
Encendedores	5	\$ 1.000	\$ 5.000,00
Tijeras	5	\$ 9.500	\$ 47.500,00
Agujas (pañños)	2	\$ 850	\$ 1.700,00
Pinzas (Alicates de acero 4,5")	5	\$ 4.900	\$ 24.500,00
Cinta Metrica	5	\$ 800,00	\$ 4.000,00
<b>TOTAL HERRAMIENTAS</b>			<b>\$ 222.700,00</b>

**5.1.1.7 Elementos de seguridad.** Éstos son considerados como inversión fija, relacionados a continuación

Tabla 57. Activos fijos elementos de seguridad

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gafas de seguridad	5	\$ 5.500	\$ 27.500
Tapabocas (Caja)	1	\$ 10.000	\$ 10.000
Extintor	1	\$ 22.900	\$ 22.900
Botiquín primeros auxilios	1	\$ 15.900	\$ 15.900
<b>TOTAL ELEMENTOS DE SEGURIDAD</b>			<b>\$ 76.300</b>

**5.1.1.8 Total de inversión fija.** El total de inversión fija requerida para el proyecto es de \$ 9.770.500 detallados a continuación:

Tabla 58. Total inversión fija

CONCEPTO	VALOR TOTAL
Total Maquinaria y Equipo	\$ 2.118.700
Total Muebles y Enseres	\$ 3.173.200
Total Equipos de Oficina	\$ 4.179.600
Total Herramientas	\$ 222.700
Total Elementos de Seguridad	\$ 76.300
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 9.770.500</b>

**5.1.2 Inversión diferida.** Según las características propias de ésta inversión se establecen los bienes y servicios intangibles para el proyecto.

Tabla 59. Total inversión diferida

DESCRIPCION	VALOR TOTAL	VALOR DIFERIDO POR AÑO
Estudio de factibilidad	\$ 1.500.000	\$ 300.000
Gastos notariales	\$ 133.144	\$ 26.629
Inscripción cámara de comercio	\$ 300.000	\$ 60.000
Gastos de constitución	\$ 70.000	\$ 14.000
Lanzamiento	\$ 5.515.000	\$ 1.103.000
Operación	\$ 2.400.000	\$ 480.000
Papelería	\$ 410.000	\$ 82.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.065.629</b>

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo.** Recursos necesarios para la producción inicial mientras se perciben ingresos, los cuales se determinan de la suma de matería prima, mano de obra directa e indirecta, costos indirectos de fabricación, gastos de administración, venta y financieros.

**5.1.3.1 Costos de producción.** Para determinar estos costos se debe realizar una medición teniendo en cuenta la materia prima, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

**5.1.3.1.1 Materias primas.** Éstas se determinaron en el estudio técnico teniendo en cuenta la capacidad para el primer año de funcionamiento, tal y como lo demuestra la siguiente información consignada en las tablas 60, 61, 62, 63, 64 y 65, las cuales establecen el total de materia prima requerida para cada producto.

Tabla 60. Total materias primas

CONCEPTO	VALOR TOTAL MES	VALOR TOTAL AÑO
Total Insumos Diademas	\$ 2.811.132	\$ 33.733.586
Total Insumos Cinturones	\$ 605.710	\$ 7.268.526
Total Insumos Gorras	\$ 3.123.361	\$ 37.480.333
Total Insumos Ganchos	\$ 3.324.052	\$ 39.888.619
Total Insumos Moños	\$ 3.594.311	\$ 43.131.729
Total Insumos Generales	\$ 557.200	\$ 6.686.400
<b>TOTAL MATERIAS PRIMAS</b>	<b>\$ 14.015.766</b>	<b>\$ 168.189.193</b>

**5.1.3.1.2 Mano de obra directa.** En la elaboración de los accesorios para niñas, se dispondrá de cinco operarios, quienes tendrán un salario mínimo legal vigente más las prestaciones legales, sin los aportes a las entidades promotoras de salud, parafiscales del Sena y el ICBF según la nueva normatividad del Gobierno Nacional consignada en el capítulo II artículo 25 de la Ley 1607 de 2012.<sup>17</sup>

Tabla 61. Mano de obra directa

CARGO	TIPO DE NOMINA	SALARIO	AUXILIO TRANSPORTE	PRESTACIONES Y OTROS 38,86%	SUELDO MES	SUELDO AÑO
Operario	Administrativo	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Administrativo	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Administrativo	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Administrativo	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
Operario	Administrativo	690.000	77.700	268.134	1.035.834	12.430.008
<b>TOTALES</b>		<b>3.450.000</b>	<b>388.500</b>	<b>1.340.670</b>	<b>5.179.170</b>	<b>62.150.040</b>

### 5.1.3.1.3 Costos indirectos de fabricación.

- **Mano de obra indirecta.** El presente proyecto inicialmente no contará con mano de obra indirecta.
- **Insumos.** Dentro del proceso de producción el empaque se considera como costo indirecto de fabricación.
- **Depreciación.** La depreciación correspondiente a la maquinaria y equipo, herramientas y muebles y enseres del proyecto se encuentran a continuación:

<sup>17</sup> Ley 1607 de 2012 [en línea]. Colombia, diciembre 2012 – [citado 05 de Octubre de 2015]. Disponible en internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=51040>.

Tabla 62. Depreciación área de producción

CONCEPTO	VIDA ÚTIL (AÑOS)	CANT.	VR. COMPRA	DEPRECIACIÓN MES	DEPRECIACIÓN AÑO
Máquina de coser	10	3	\$ 1.679.700	\$ 13.998	\$ 167.970
Máquina troqueladora-remachadora manual	10	1	\$ 150.000	\$ 1.250	\$ 15.000
Horno	10	1	\$ 289.000	\$ 2.408	\$ 28.900
Pinzas (Alicates de acero 4,5")	5	5	\$ 24.500	\$ 408	\$ 4.900
Mesa de trabajo	5	5	\$ 1.000.000	\$ 16.667	\$ 200.000
Silla giratoria (operarios)	5	5	\$ 269.500	\$ 4.492	\$ 53.900
Estantes con gavetas plásticas	5	5	\$ 249.500	\$ 4.158	\$ 49.900
Mesón (maquinaria)	5	1	\$ 400.000	\$ 6.667	\$ 80.000
Mueble metálico para almacenamiento de materia prima	5	2	\$ 209.800	\$ 3.497	\$ 41.960
Extintor	5	1	\$ 22.900	\$ 382	\$ 4.580
Botiquin primeros auxilios	5	1	\$ 15.900	\$ 265	\$ 3.180
<b>TOTAL DEPRECIACION PRODUCCION</b>			<b>\$ 4.310.800</b>	<b>\$ 54.191</b>	<b>\$ 650.290</b>

- **Costos indirectos de fabricación.** Éstos costos se calculan teniendo en cuenta el 5% anual del mantenimiento de la maquinaria y equipo, el 1% del seguro más los otros gastos necesarios para la fabricación de los accesorios para niñas

Tabla 63. Costos indirectos de fabricación

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	VR. MES	VR. AÑO
Mantenimiento maquinaria y equipos	\$ 500.000	5%	\$ 25.000	\$ 300.000
Seguro maquinaria y equipos	\$ 500.000	1%	\$ 5.000	\$ 60.000
Dotaciones trabajadores	\$ 2.850.000	100%	\$ 2.850.000	\$ 34.200.000
Arriendo	\$ 1.000.000	80%	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Energía	\$ 170.000	80%	\$ 136.000	\$ 1.632.000
Agua	\$ 100.000	80%	\$ 80.000	\$ 960.000
Útiles de aseo	\$ 100.000	80%	\$ 80.000	\$ 960.000
Teléfono/Internet	\$ 100.000	20%	\$ 20.000	\$ 240.000
Insumos generales (Silicona, etc)	\$ 6.686.400	5%	\$ 334.320	\$ 4.011.840
<b>TOTAL OTROS CIF</b>	<b>\$ 12.006.400</b>		<b>\$ 4.330.320</b>	<b>\$ 51.963.840</b>

#### 5.1.3.1.4 Total costos de producción.

Tabla 64. Total costos de producción

COSTOS DE PRODUCCION	VR. MENSUAL	VR. ANUAL
M.O DIRECTA	\$ 5.179.170,00	\$ 62.150.040,00
MATERIA PRIMA	\$ 14.015.766,11	\$ 168.189.193,32
COSTOS CIF	\$ 4.384.510,83	\$ 52.614.130,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.579.446,94</b>	<b>\$ 282.953.363,32</b>

**5.1.3.2 Gastos de administración y ventas.** Los gastos relacionados a continuación, inciden en el buen funcionamiento administrativo, documental y entrega del producto terminado al mercado.

Tabla 65. Total gastos de administración

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente	\$ 2.082.900	\$ 24.994.800
Contador	\$ 850.000	\$ 10.200.000
Secretaria	\$ 1.035.834	\$ 12.430.008
Vendedor	\$ 1.035.834	\$ 12.430.008
Arriendo	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Energía	\$ 34.000	\$ 408.000
Agua	\$ 20.000	\$ 240.000
Útiles de aseo	\$ 20.000	\$ 240.000
Teléfono/Internet	\$ 144.000	\$ 1.728.000
Amortización Diferidos	\$ 172.136	\$ 2.065.629
Depreciación Administración	\$ 87.067	\$ 1.044.800
Mantenimiento Activos Fijos (Herramientas, Equipo de oficina y Muebles y Enseres) (\$ 6.168.700)	\$ 31.565	\$ 378.775
Seguro Activos Fijos (Herramientas, Equipo de oficina y Muebles y Enseres) (\$ 6.168.700)	\$ 6.313	\$ 75.755
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 5.719.648</b>	<b>\$ 68.635.775</b>

### 5.1.3.2.1 Depreciación de gastos de administración y ventas.

Tabla 66. Depreciación gastos de administración y ventas

CONCEPTO	VIDA ÚTIL (AÑOS)	CANT.	VR. COMPRA	DEPRECIACIÓN MES	DEPRECIACIÓN AÑO
Sillas atención público (grises)	5	4	\$ 199.600	\$ 3.327	\$ 39.920
Silla gerente	5	1	\$ 89.900	\$ 1.498	\$ 17.980
Silla giratoria (secretaria)	5	1	\$ 53.900	\$ 898	\$ 10.780
Escritorios	5	2	\$ 316.000	\$ 5.267	\$ 63.200
Archivador	5	1	\$ 165.000	\$ 2.750	\$ 33.000
Vitrina mostrador	5	1	\$ 220.000	\$ 3.667	\$ 44.000
Computadores	5	2	\$ 3.599.800	\$ 59.997	\$ 719.960
Impresora multifuncional	5	1	\$ 499.900	\$ 8.332	\$ 99.980
Telefonos (2 Auriculares)	5	1	\$ 79.900	\$ 1.332	\$ 15.980
<b>TOTAL DEPRECIACION ADMINISTRACION</b>			<b>\$ 5.224.000</b>	<b>\$ 87.067</b>	<b>\$ 1.044.800</b>

**5.1.3.3 Gastos financieros.** Para la puesta en marcha del proyecto, se realizará un crédito bancario por valor de \$ 30.000.000 cuya tasa nominal mensual es del 2,12% según cotización obtenida del Banco Colpatria (Cotización anexa)

Tabla 67. Gastos financieros

DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Interés	\$ 636.000	\$ 7.632.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 636.000</b>	<b>\$ 7.632.000</b>

**5.1.3.4 Total capital de trabajo.** La inversión total de capital de trabajo para la puesta en marcha del proyecto, será la correspondiente al primer mes de actividad.

Tabla 68. Total capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 23.579.447	\$ 282.953.363
TOTAL GASTOS ADMINISTRACION	\$ 5.719.648	\$ 68.635.775
GASTOS FINANCIEROS	\$ 636.000	\$ 7.632.000
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 29.935.095</b>	<b>\$ 359.221.138</b>

**5.1.4 Inversión total.** Para la inversión total del proyecto se tendrán en cuenta la inversión fija, la inversión diferida y la inversión del capital de trabajo (para el primer año de actividad).

Tabla 69. Total inversión

DETALLE	VALOR ANUAL	%
INVERSION FIJA	\$ 9.770.500	23%
INVERSION DIFERIDA	\$ 2.065.629	5%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 29.935.095	72%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 41.771.224</b>	<b>100%</b>

**5.1.5 Fuentes de financiación.** Para la ejecución del proyecto se hará uso de recursos propios y de terceros detallados como aparecen a continuación:

Tabla 70. Fuentes de financiación

DETALLE	VALOR	%
RECURSOS PROPIOS	\$ 11.771.224	28%
RECURSOS DE TERCEROS	\$ 30.000.000	72%
<b>TOTAL PROYECTO</b>	<b>\$ 41.771.224</b>	<b>100%</b>

Los recursos de terceros se solicitarán por intermedio del Banco Colpatria en la modalidad de "Multipréstamo de Consumo"<sup>18</sup> con las siguientes condiciones:

<sup>18</sup> Colpatria Multibanca Productos personas [en línea]. Colombia, mayo 2015. Disponible en internet: <https://www.colpatria.com/personas-simuladores.aspx>.

Figura 40. Cotización préstamo Colpatria



> **Simulador Crédito de Consumo**

Tabla de Crédito de consumo					
Tasa de interes nominal mensual : 2.12% Tasa de interes efectivo anual : 28.6% Valor: \$30,000,000.00 Plazo : 60 Meses					
Numero Cuota	Valor Cuota	Abono Capital	Intereses	Saldo de Capital	
1	888,295	252,295	636,000	29,747,705	
2	888,295	257,644	630,651	29,490,061	
3	888,295	263,106	625,189	29,226,955	
4	888,295	268,684	619,611	28,958,271	
5	888,295	274,380	613,915	28,683,892	
6	888,295	280,197	608,099	28,403,695	
7	888,295	286,137	602,158	28,117,558	
8	888,295	292,203	596,092	27,825,355	
9	888,295	298,398	589,898	27,526,958	
10	888,295	304,724	583,571	27,222,234	
11	888,295	311,184	577,111	26,911,050	
12	888,295	317,781	570,514	26,593,269	
13	888,295	324,518	563,777	26,268,751	
14	888,295	331,398	556,898	25,937,354	
15	888,295	338,423	549,872	25,598,930	
16	888,295	345,598	542,697	25,253,333	
17	888,295	352,925	535,371	24,900,408	
18	888,295	360,407	527,889	24,540,002	
19	888,295	368,047	520,248	24,171,954	
20	888,295	375,850	512,445	23,796,105	
21	888,295	383,818	504,477	23,412,287	
22	888,295	391,955	496,340	23,020,332	
23	888,295	400,264	488,031	22,620,068	
24	888,295	408,750	479,545	22,211,318	
25	888,295	417,415	470,880	21,793,903	
26	888,295	426,264	462,031	21,367,639	
27	888,295	435,301	452,994	20,932,337	
28	888,295	444,530	443,766	20,487,808	
29	888,295	453,954	434,342	20,033,854	
30	888,295	463,577	424,718	19,570,277	
31	888,295	473,405	414,890	19,096,871	
32	888,295	483,441	404,854	18,613,430	
33	888,295	493,690	394,605	18,119,740	
34	888,295	504,157	384,138	17,615,583	
35	888,295	514,845	373,450	17,100,738	
36	888,295	525,760	362,536	16,574,979	
37	888,295	536,906	351,390	16,038,073	
38	888,295	548,288	340,007	15,489,785	
39	888,295	559,912	328,383	14,929,873	
40	888,295	571,782	316,513	14,358,091	
41	888,295	583,904	304,392	13,774,188	
42	888,295	596,282	292,013	13,177,905	
43	888,295	608,924	279,372	12,568,982	
44	888,295	621,833	266,462	11,947,149	
45	888,295	635,016	253,280	11,312,133	
46	888,295	648,478	239,817	10,663,655	
47	888,295	662,226	226,069	10,001,430	
48	888,295	676,265	212,030	9,325,165	
49	888,295	690,602	197,693	8,634,563	
50	888,295	705,242	183,053	7,929,321	
51	888,295	720,194	168,102	7,209,127	
52	888,295	735,462	152,833	6,473,666	
53	888,295	751,053	137,242	5,722,612	
54	888,295	766,976	121,319	4,955,636	
55	888,295	783,236	105,059	4,172,401	
56	888,295	799,840	88,455	3,372,560	
57	888,295	816,797	71,498	2,555,763	
58	888,295	834,113	54,182	1,721,650	
59	888,295	851,796	36,499	869,854	
60	888,295	869,854	18,441	0	

Imprimir

Para solicitar su producto, [haga clic aquí](#)

**Nota:** Los valores que arroja el simulador son aproximados y de carácter informativo; todos los montos son calculados con base en la tasa de interés vigente para el producto. La tasa de interés cambia cada mes dependiendo de las condiciones del mercado y las cuotas no incluyen los montos por seguro de vida.

## 5.2 COSTOS Y GASTOS

**5.2.1 Costos y gastos fijos.** Los siguientes costos y gastos son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no son variables durante el año.

Tabla 71. Costos y gastos fijos

<b>COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>	<b>VALOR AÑO</b>
Total de sueldos empresa	\$ 122.204.856
Útiles de aseo	\$ 1.200.000
Servicios públicos	\$ 3.240.000
Arriendo	\$ 12.000.000
Telefono/Internet	\$ 2.160.000
Amortización diferida	\$ 2.065.629
Depreciación	\$ 1.695.090
Seguros maquinaria y equipos	\$ 120.000
Dotación trabajadores	\$ 34.200.000
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>\$ 178.885.575</b>

**5.2.2 Costos y gastos variables.** Éstos dependen de las unidades de producción y ventas variables durante el año.

Tabla 72. Costos y gastos variables

<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>VALOR AÑO 72.246 und</b>
Materia Prima	\$ 168.189.193
Insumos	\$ 6.686.400
Mantenimiento Maquinaria y equipos	\$ 600.000
Gastos de Administración y ventas	\$ 8.580.959
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 184.056.552</b>

**5.2.3 Costo y gasto total unitario.** Para obtener el precio promedio de cada producto se determina los costos totales teniendo en cuenta las cantidades a producir para el primer año.

Tabla 73. Costo operativo unitario

DESCRIPCIÓN	DIADEMA	CINTURÓN	GORRA	GANCHO	MOÑO	TOTAL	
Materia Prima	\$ 33.733.586	\$ 7.268.526	\$ 37.480.333	\$ 39.888.619	\$ 43.131.729	\$ 161.502.793	
Insumos	\$ 1.872.861	\$ 262.776	\$ 629.859	\$ 1.540.547	\$ 2.380.358	\$ 6.686.400	
Porcentaje participación	28,01	3,93	9,42	23,04	35,60	100%	
MOD	\$ 17.408.226	\$ 2.442.497	\$ 5.854.534	\$ 14.319.369	\$ 22.125.414	\$ 62.150.040	
Otros CIF	\$ 14.555.072	\$ 2.042.179	\$ 4.894.994	\$ 11.972.469	\$ 18.499.127	\$ 51.963.840	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 67.569.745</b>	<b>\$ 12.015.977</b>	<b>\$ 48.859.720</b>	<b>\$ 67.721.004</b>	<b>\$ 86.136.629</b>	<b>\$ 282.303.073</b>	
Costo operativo unitario	Unidades	20.236	2.839	6.806	16.645	25.720	72.246
	Costo	\$ 3.339	\$ 4.232	\$ 7.179	\$ 4.068	\$ 3.349	

Tabla 74. Costo y gasto total unitario

DETALLE	COSTO TOTAL	% DE PARTICI.	COSTO UNIDAD
Total costos Fijos	\$ 178.885.575	49%	\$ 881.685
Total de costos variables	\$ 184.056.552	51%	\$ 933.394
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 362.942.127</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 1.815.079</b>

### 5.3 PRECIO DE VENTA

El precio de venta se determinará teniendo en cuenta un margen de 10% de utilidad, en base a la siguiente expresión matemática:

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costo Unitario}}{(1 - \text{Margen de utilidad})}$$

Los precios de los productos para el proyecto en mención se estipularán de acuerdo a los costos de producción, costos operativos unitarios, gastos de administración y venta divididos en el total de unidades a vender para el primer año de producción.

Tabla 75. Precio de venta productos

PRODUCTO	COSTO UNITARIO	GASTO UNITARIO	COSTO TOTAL UNITARIO	PRECIO SIN AJUSTAR	PRECIO DE VENTA
DIADEMA	\$ 3.339	\$ 119	\$ 3.458	\$ 3.842	\$ 4.700
CINTURÓN	\$ 4.232	\$ 119	\$ 4.351	\$ 4.834	\$ 6.000
GORRA	\$ 7.179	\$ 119	\$ 7.298	\$ 8.109	\$ 9.000
GANCHO	\$ 4.068	\$ 119	\$ 4.187	\$ 4.652	\$ 5.500
MOÑO	\$ 3.349	\$ 119	\$ 3.468	\$ 3.853	\$ 5.000

## 5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

**5.4.1 Ingresos.** Estos se proyectarán en base a los precios de cada uno de los productos relacionados en este estudio, proyectándolos con la capacidad de producción y el porcentaje de crecimiento del sector del comercio en Santander correspondiente al 4,1%<sup>19</sup>

Tabla 76. Ingresos

PRODUCTOS	UNIDADES VENTAS	PRECIO DEL PRODUCTO	VALOR VENTAS AÑO 1	VALOR VENTAS AÑO 2	VALOR VENTAS AÑO 3	VALOR VENTAS AÑO 4	VALOR VENTAS AÑO 5
Diademas	20.236	4.700	95.109.692	99.009.189	103.068.566	107.294.377	111.693.446
Cinturones	2.839	6.000	17.035.607	17.734.067	18.461.163	19.218.071	20.006.012
Gorras	6.806	9.000	61.250.159	63.761.415	66.375.633	69.097.034	71.930.013
Ganchos	16.645	5.500	91.550.131	95.303.687	99.211.138	103.278.794	107.513.225
Moños	25.720	5.000	128.597.880	133.870.393	139.359.079	145.072.801	151.020.786
<b>TOTALES</b>	<b>72.246</b>		<b>393.543.468</b>	<b>409.678.751</b>	<b>426.475.579</b>	<b>443.961.078</b>	<b>462.163.482</b>

**5.4.2 Egresos.** Éstos se calculan según los precios constantes considerándose la variación en el tiempo, los costos y gastos variables que incidentes en el nivel de producción.

<sup>19</sup> Compite 360 [en línea]. Colombia, Octubre 2014 – [citado 18 de octubre 2015]. Disponible en internet: [//www.compitem360.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2014/pib\\_2013.pdf](http://www.compitem360.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2014/pib_2013.pdf).

Tabla 77. Egresos

EGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA	\$ 168.189.193	\$ 175.084.950	\$ 182.263.433	\$ 189.736.234	\$ 197.515.420
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 62.150.040	\$ 64.698.192	\$ 67.350.817	\$ 70.112.201	\$ 72.986.801
CIF	\$ 52.614.130	\$ 54.771.309	\$ 57.016.933	\$ 59.354.627	\$ 61.788.167
GASTOS DE ADMON Y VTAS	\$ 8.580.959	\$ 8.932.778	\$ 9.299.022	\$ 9.680.282	\$ 10.077.173
GASTOS FINANCIEROS	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000
IMPUESTOS	\$ 30.145.369	\$ 31.641.654	\$ 33.199.285	\$ 34.820.780	\$ 36.508.756
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 329.311.692</b>	<b>\$ 342.760.883</b>	<b>\$ 356.761.491</b>	<b>\$ 371.336.124</b>	<b>\$ 386.508.317</b>

## 5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A CINCO AÑOS

**5.5.1 Estado de resultados proyectados a cinco años.** Este resultado permite calcular la utilidad neta y los flujos netos del efectivo del proyecto, mostrando el beneficio real de la operación de la empresa.

Tabla 78. Estado de resultados proyectado a cinco años

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 393.543.468	\$ 409.678.751	\$ 426.475.579	\$ 443.961.078	\$ 462.163.482
(-) costo de produccion	\$ 282.953.363	\$ 294.554.451	\$ 306.631.184	\$ 319.203.062	\$ 332.290.388
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 110.590.105</b>	<b>\$ 115.124.299</b>	<b>\$ 119.844.396</b>	<b>\$ 124.758.016</b>	<b>\$ 129.873.095</b>
(-) Gastos de administracion y ventas	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 102.009.146</b>	<b>\$ 106.543.341</b>	<b>\$ 111.263.437</b>	<b>\$ 116.177.057</b>	<b>\$ 121.292.136</b>
(-) Gastos financieros	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542
Utilidad antes de Impuesto	\$ 91.349.604	\$ 95.883.799	\$ 100.603.895	\$ 105.517.515	\$ 110.632.594
(-) Impuesto (33%)	\$ 30.145.369	\$ 31.641.654	\$ 33.199.285	\$ 34.820.780	\$ 36.508.756
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 61.204.235</b>	<b>\$ 64.242.145</b>	<b>\$ 67.404.610</b>	<b>\$ 70.696.735</b>	<b>\$ 74.123.838</b>
(-) Reserva legal (10%)	\$ 6.120.423	\$ 6.424.215	\$ 6.740.461	\$ 7.069.674	\$ 7.412.384
<b>UTILIDAD EJERCICIO</b>	<b>\$ 55.083.811</b>	<b>\$ 57.817.931</b>	<b>\$ 60.664.149</b>	<b>\$ 63.627.062</b>	<b>\$ 66.711.454</b>

**5.5.2 Flujo de caja proyectado.** Este informe refleja la cancelación de los costos y gastos del proyecto por cada año de contado.

Tabla 79. Flujo de caja proyectado

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Capital Propio	\$ 11.771.224					
Ventas	\$ -	\$ 393.543.468	\$ 409.678.751	\$ 426.475.579	\$ 443.961.078	\$ 462.163.482
Prestamos del Banco	\$ 30.000.000					
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 41.771.224</b>	<b>\$ 393.543.468</b>	<b>\$ 409.678.751</b>	<b>\$ 426.475.579</b>	<b>\$ 443.961.078</b>	<b>\$ 462.163.482</b>
<b>EGRESOS</b>						
Maquinaria y equipo	\$ 2.118.700	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y enseres	\$ 3.173.200	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de oficina	\$ 4.179.600	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Herramientas	\$ 222.700	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inversion Diferia	\$ 2.065.629	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Costos de produccion	\$ -	\$ 282.953.363	\$ 294.554.451	\$ 306.631.184	\$ 319.203.062	\$ 332.290.388
Gastos administracion	\$ -	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959	\$ 8.580.959
Obligaciones financieras	\$ -	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000	\$ 7.632.000
Pago impuestos (33%)	\$ -	\$ 30.145.369	\$ 31.641.654	\$ 33.199.285	\$ 34.820.780	\$ 36.508.756
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>\$ 11.759.829</b>	<b>\$ 329.311.692</b>	<b>\$ 342.409.064</b>	<b>\$ 356.043.428</b>	<b>\$ 370.236.801</b>	<b>\$ 385.012.103</b>
<b>TOTAL</b>						
Capital de trabajo	\$ 359.221.138					
Saldo Inicial	\$ -	\$ 359.221.138	\$ 64.231.777	\$ 131.501.464	\$ 201.933.616	\$ 275.657.893
<b>SALDO DE CAJA</b>	<b>\$ 389.232.533</b>	<b>\$ 64.231.777</b>	<b>\$ 131.501.464</b>	<b>\$ 201.933.616</b>	<b>\$ 275.657.893</b>	<b>\$ 352.809.272</b>

**5.5.3 Balance general y proyectado.** Este permite observar el capital invertido necesario para la ejecución del proyecto como el comportamiento de la utilidad año tras año.

Tabla 80. Balance general inicial y proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVO</b>					
Activo Corriente					
Caja y Bancos	\$ 64.231.777	\$ 131.501.464	\$ 201.933.616	\$ 275.657.893	\$ 352.809.272
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 64.231.777</b>	<b>\$ 131.501.464</b>	<b>\$ 201.933.616</b>	<b>\$ 275.657.893</b>	<b>\$ 352.809.272</b>
Activo No Corriente					
Maquinaria y equipo	\$ 2.118.700	\$ 2.118.700	\$ 2.118.700	\$ 2.118.700	\$ 2.118.700
Muebles y Enseres	\$ 3.173.200	\$ 3.173.200	\$ 3.173.200	\$ 3.173.200	\$ 3.173.200
Equipo de Oficina	\$ 4.179.600	\$ 4.179.600	\$ 4.179.600	\$ 4.179.600	\$ 4.179.600
Herramienta	\$ 222.700	\$ 222.700	\$ 222.700	\$ 222.700	\$ 222.700
Diferidos	\$ 2.065.629	\$ 2.065.629	\$ 2.065.629	\$ 2.065.629	\$ 2.065.629
Depreciacion Acumulada	\$ 1.695.090	\$ 1.695.090	\$ 1.695.090	\$ 1.695.090	\$ 1.695.090
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 13.454.919</b>	<b>\$ 13.454.919</b>	<b>\$ 13.454.919</b>	<b>\$ 13.454.919</b>	<b>\$ 13.454.919</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 77.686.696</b>	<b>\$ 144.956.383</b>	<b>\$ 215.388.534</b>	<b>\$ 289.112.811</b>	<b>\$ 366.264.191</b>
<b>PASIVO</b>					
Pasivo corriente					
Impuesto de renta	\$ 30.145.369	\$ 31.641.654	\$ 33.199.285	\$ 34.820.780	\$ 36.508.756
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 30.145.369</b>	<b>\$ 31.641.654</b>	<b>\$ 33.199.285</b>	<b>\$ 34.820.780</b>	<b>\$ 36.508.756</b>
Pasivo No corriente					
Obligaciones Financiera	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542	\$ 10.659.542
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 10.659.542</b>	<b>\$ 10.659.542</b>	<b>\$ 10.659.542</b>	<b>\$ 10.659.542</b>	<b>\$ 10.659.542</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 40.804.911</b>	<b>\$ 42.301.196</b>	<b>\$ 43.858.827</b>	<b>\$ 45.480.322</b>	<b>\$ 47.168.298</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Socios	\$ 11.771.224	\$ 11.771.224	\$ 11.771.224	\$ 11.771.224	\$ 11.771.224
Reserva Legal	\$ 6.120.423	\$ 6.424.215	\$ 6.740.461	\$ 7.069.674	\$ 7.412.384
Utilidad del ejercicio	\$ 55.083.811	\$ 57.817.931	\$ 60.664.149	\$ 63.627.062	\$ 66.711.454
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 72.975.459</b>	<b>\$ 76.013.369</b>	<b>\$ 79.175.833</b>	<b>\$ 82.467.959</b>	<b>\$ 85.895.061</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 113.780.370</b>	<b>\$ 118.314.564</b>	<b>\$ 123.034.661</b>	<b>\$ 127.948.281</b>	<b>\$ 133.063.359</b>

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

### 6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La responsabilidad social empresarial (RSE) es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente<sup>20</sup>.

Para este proyecto este aspecto es de vital importancia, ya que permite integrar todos los factores internos y externos que le competen, generando empleo y crecimiento del sector en la región.

**6.1.1 Empleados.** Se dispondrá de un programa integral de capacitación, educación y esparcimiento del trabajador, que les permitan tanto el crecimiento intelectual como personal, lo que facilite la implementación de todos y cada uno de los conocimientos adquiridos en el desarrollo de sus labores e igualmente contarán con todos los implementos de seguridad industrial requeridos para sus funciones.

**6.1.2 Comunidad.** Se realizarán jornadas de educación en el manejo del agua y residuos sólidos para contribuir con la cultura del cuidado del medio ambiente.

**6.1.3 Medio ambiente.** Se estimulará la importancia y el hábito en el buen manejo de los recursos naturales, teniendo como principales factores el manejo del agua y los residuos sólidos.

**6.1.4 Competidores.** La política de la empresa se basará en el buen uso de prácticas empresariales.

**6.1.5 Consumidores.** Se les ofrecerá productos de alta calidad, personalizados y exclusivos a un costo asequible, que satisfaga las necesidades del mercado.

---

<sup>20</sup> Google [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 19 octubre, 2015]. Disponible en internet: <https://www.google.com.co/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=definici%C3%B3n%20responsabilidad%20social%20empresarial>.

**6.1.6 Proveedores.** Se tendrán relaciones comerciales que mantengan los estándares de calidad, cumplimiento, respeto y políticas de pago bien establecidas de acuerdo a las necesidades requeridas del proyecto.

**6.1.7 Gobierno nacional.** Se cumplirá con los pagos y requerimientos exigidos según la normatividad vigente para el sector.

**6.1.8 Socios e inversionistas.** Para el buen funcionamiento del proyecto se llevará un sistema contable y financiero transparente del cual se presentarán informes mensuales que garanticen el buen manejo de los recursos a los socios.

## 6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

**6.2.1 Matriz evaluación de impactos.** Los principales insumos utilizados en la elaboración de los productos del proyecto se adquieren en el mercado totalmente terminado para su uso, por lo tanto la empresa no daría lugar a emisiones de gases por maquinaria y equipo. Teniendo en cuenta los aspectos que hacen parte del estudio de la creación de una empresa y su responsabilidad con el medio ambiente, es indispensable conocer en qué forma pudiese llegar a afectar la actividad empresarial a los recursos naturales.

Cuadro 21. Impacto de los insumos

INSUMOS	IMPACTO RECURSOS NATURALES																	
	AGUA			AIRE			FLORA			FAUNA			SUELO			ENERGÍA		
	B	M	A	B	M	A	B	M	A	B	M	A	B	M	A	B	M	A
Cintas									X					X		X		
Piedras															X	X		
Botones							X								X	X		
Figuras		X			X											X		
Cordones									X							X		
Encajes									X							X		
Hebillas															X	X		
Ganchos															X	X		
Ligas															X	X		

Cuadro 22. Matriz de evacuación de impactos

ACTIVIDADES	MEDIO ANTRÓPICO			OBSERVACIONES
	BAJO	MEDIO	ALTO	
Acondicionamiento de la planta y adecuación de las instalaciones	X			La empresa no realizará ningún acondicionamiento especial al área de producción
Transporte de equipos y materias primas	X			El proyecto no contará con vehículos inicialmente, los cuales se contratarán con terceros
Manejo de residuos sólidos y líquidos		X		Se implementará un plan de gestión integral que incluya la capacitación de todos los colaboradores de la empresa para la identificación de los residuos desde el inicio del proceso de producción, su clasificación y manejo adecuado del reciclaje y una vez clasificado se entregará a la empresa de basuras del municipio de Bucaramanga
Manejo del agua		X		Para darle un buen uso y reutilización a este recurso natural en la ejecución de las tareas diarias, se requiere de la realización de campañas al interior de la empresa que generen conciencia sobre su buen uso
Capacitaciones al personal			X	Se implementará un plan integral sobre el buen uso de los recursos naturales
Decretos normas y leyes sobre medio ambiente			X	Se cumplirá con la normatividad vigente exigida para el sector

**6.2.2 Plan de mitigación dentro de un desarrollo sostenible.** Este plan se realizará implementando una política ambiental la cual contiene objetivos, responsabilidad social, recursos necesarios, manejo de residuos y uso racional del agua y la energía.

**6.2.2.1 Política ambiental.** Esta política pretende identificar, evaluar, prevenir y controlar los impactos ambientales que puedan generar la elaboración de los accesorios para niñas, cumpliendo los requisitos legales aplicables.

A la par, proporciona los lineamientos para constituir un plan de gestión ambiental integral que contribuya a la sostenibilidad del entorno fundamentado en las actividades y objeto social de la empresa.

**6.2.2.2 Objetivos de la política ambiental.**

- Incorporar la gestión ambiental integral en las actividades de la empresa generando impactos ambientales positivos procurando el cumplimiento a los aspectos legales.
- Contribuir al desarrollo sostenible del entorno.
- Favorecer la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.
- Construir, mantener y fortalecer la confianza de las autoridades y los grupos de interés en la gestión ambiental.

**6.2.2.3 Responsabilidad del plan de gestión ambiental.** Ésta responsabilidad recae directamente sobre la gerencia ya que es la encargada de la elaboración y seguimiento del proceso de producción y es quien suministra los recursos necesarios para el mejoramiento de los procesos. Todos los colaboradores a nivel general deben estar bien informados acerca de la política ambiental de la empresa de modo que al realizar sus tareas cotidianas contribuyan al cumplimiento de la misma y al mejoramiento del medio ambiente de todos y de las futuras generaciones.

**6.2.2.4 Recursos necesarios.** Para la implementación del plan de gestión ambiental se debe disponer de los siguientes recursos:

- Recursos financieros
- Recursos humanos
- Recursos tecnológicos
- Recursos administrativos

**6.2.2.5 Manejo de residuos sólidos.** Para llevar a cabo este manejo se debe implementar un plan de gestión integral de residuos sólidos que incluya la capacitación de todos los colaboradores de la empresa de manera que éstos se logren identificar desde el inicio del proceso de cada producto, su clasificación y manejo adecuado del reciclaje. Una vez clasificado el material se hará entrega de éstos a la empresa de basuras del municipio de Bucaramanga en los días determinados para tal fin, según el cronograma establecido para cada zona.

**6.2.2.6 Uso racional del agua y la energía.** El agua como recurso fundamental para el ser humano y por lo tanto para la vida requiere de la realización de campañas al interior de la empresa de manera que se genere conciencia para darle un buen uso y reutilización a éste recurso natural en la ejecución de las tareas diarias. Con respecto a la energía es necesario hacer uso de lámparas y bombillos ahorradores de luz que contribuyen a un gasto inferior, teniendo en cuenta que una vez sean reemplazados por rotura o dañados se deben ubicar en una caja de cartón rotulada “residuos de bombillas” ya que éstos poseen gases de mercurio que resultan ser muy contaminantes para los humanos y el ambiente, por lo que no pueden ubicarse ni en el reciclaje ni en la basura ordinaria, sino que por el contrario deben ser entregadas aquí dentro de la ciudad a la empresa Descont. Al mismo tiempo se debe hacer uso de buenas costumbres como apagar la luz en las zonas que no se esté laborando y dejar todos los aparatos eléctricos apagados una vez se termine la jornada laboral.

Cuadro 23. Impacto recursos naturales

RECURSO NATURAL	IMPACTO EN LA EMPRESA	PROPUESTA DE MEJORAMIENTO
LA FLORA	Este recurso tiene un impacto bajo al interior de la empresa.	Utilización de materiales que puedan ser reciclables o reutilizables.
EL SUELO	El impacto es bajo puesto que la empresa estará ubicada según los lineamientos del POT de la ciudad.	La adquisición de materiales alternativos o reciclables de modo que se minimice la contaminación del suelo a causa de la elaboración del plástico y silicona.
AGUA	Este aspecto en la empresa el impacto es bajo al igual que en los insumos requeridos.	Elaboración de una cultura en el uso mesurado del ahorro del agua.
AIRE	Los insumos requeridos son de impacto bajo y medio; sin embargo dentro de la empresa el impacto en el aire es significativamente bajo.	Elaboración de una cultura cuidadosa del aire dentro de la empresa.
ENERGIA	Dentro de la empresa este recurso será utilizado en algunos utensilios por lo que el impacto dentro de ésta será bajo.	Hacer uso de la luz del día el mayor tiempo posible por lo que se debe buscar un sitio bien iluminado y hacer un uso eficiente de los utensilios que requieren de la energía para minimizar su uso e impacto.

### 6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

**6.3.1 Valor presente neto.** Para calcular este valor es necesaria la tasa de oportunidad y de retorno (TMAR), la cual permite hacer el análisis de la evaluación financiera del proyecto en mención.

Tabla 81. Datos para calcular valor presente neto

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		\$ 393.543.468	\$ 409.678.751	\$ 426.475.579	\$ 443.961.078	\$ 462.163.482
(-) Egresos		\$ 329.311.692	\$ 342.409.064	\$ 356.043.428	\$ 370.236.801	\$ 385.012.103
Flujo caja bruto		\$ 64.231.777	\$ 67.269.687	\$ 70.432.152	\$ 73.724.277	\$ 77.151.380
(-) Inversion	\$ 41.771.224					
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 41.771.224</b>	<b>\$ 64.231.777</b>	<b>\$ 67.269.687</b>	<b>\$ 70.432.152</b>	<b>\$ 73.724.277</b>	<b>\$ 77.151.380</b>

Cuadro 24. Tasa de oportunidad, valor presente neto y TIR<sup>21</sup>

DTF	4,46%	VPN	\$ 192.306.240
Riesgo	10%	TIR	156,75%
Tasa de oportunidad-TO	14,91%		

En base a la tasa de oportunidad y otras variables, se procede a hallar la TMAR

Tabla 82. Variables de la TMAR

VARIABLES DE LA TMAR	PORCENTAJE
Tasa de Oportunidad	14,91%
RP (Porcentaje recursos propios)	28%
RC (Porcentaje recursos crédito)	72%
TI (Tasa de interés de crédito)	2,12%
% Impuesto de renta (renta + CREE)	33%

$$TMAR = ((TO \times RP) + (RC \times TI(1 + \%IMP))) \times 100$$

$$TMAR = ((0,1491 \times 0,28) + (0,72 \times 0,0212(1 + 0,33))) \times 100$$

$$TMAR = 6,20\%$$

Como se trabaja con pesos constantes se debe deflactar bajo la siguiente fórmula:

$$TMAR \text{ Deflactada} = \frac{((1 + TMAR) - 1)}{(1 + TI)} \times 100$$

$$TMAR \text{ Deflactada} = \frac{((1 + 0,0620) - 1)}{(1 + 0,0212)} \times 100$$

$$TMAR \text{ Deflactada} = 6,07\%$$

**6.3.2 Tasa interna de retorno.** En base a la tasa interna de retorno obtenida en el numeral anterior se calcula mediante fórmula de Excel la TIR Modificada (TIRM)

Cuadro 25. TIRM

TIRM	62,20%
------	--------

El proyecto es rentable y viable debido a que la tasa hallada es mayor que la tasa de oportunidad.

<sup>21</sup> Dinero [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 19 octubre, 2015]. Disponible en internet: <http://www.dinero.com/indicadores>.

**6.3.3 Periodo de recuperación.** Teniendo en cuenta el flujo de caja bruto, se estima que la inversión se recuperará en el segundo año.

Tabla 83. Periodo de recuperación

CONCEPTO	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo caja bruto	\$ (41.771.224)	\$ 64.231.777	\$ 67.269.687	\$ 70.432.152	\$ 73.724.277	\$ 77.151.380
Periodo de recuperación		\$ 22.460.553	\$ 89.730.240	\$ 160.162.392	\$ 233.886.669	\$ 311.038.049
Periodo de recuperación	1 AÑO					

**6.3.4 Análisis de las razones financieras.** Para este análisis se tendrán en cuenta cuatro variables: liquidez, endeudamiento, actividad y rentabilidad.

**6.3.4.1 Liquidez.** Es la capacidad que tiene el proyecto para atender sus obligaciones a corto plazo las cuales pueden ser financieras u operativas.

Cuadro 26. Razón de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ			
<b>Razón Corriente</b>	Activo Corriente	\$ 64.231.777	\$ 2,13
	Pasivo Corriente	\$ 30.145.369	

Por cada peso que la empresa debe en el primer año tiene \$ 2,13 representados en activos corrientes para respaldar estas obligaciones, lo cual favorece ante proveedores y entidades financieras.

**6.3.4.2 Endeudamiento.** Es la capacidad de endeudamiento de la empresa.

Cuadro 27. Nivel de endeudamiento

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO			
<b>Nivel Endeudamiento</b>	Total Pasivos	\$ 40.804.911	52,52%
	Total Activos	\$ 77.686.696	

Por cada peso que la empresa tiene invertido en activos el 52,52% pertenece a los acreedores, lo que significa que la inversión en activos es mayor que sus deudas financieras, lo que da seguridad económica.

**6.2.4.3 Razón de actividad.** Ésta mide la efectividad con que la empresa utiliza los activos

Cuadro 28. Razón de actividad

RAZON DE ACTIVIDAD			
<b>Rotación de Activos Totales =</b>	Ingresos por Ven	\$ 393.543.468	\$ 4,96
	Activos + Deprec	\$ 79.381.786	

Por cada peso invertido en activos, la empresa recibe unos ingresos de \$ 4,96.

**6.2.4.4 Razón de rentabilidad.** Es la capacidad que tiene la empresa de generar utilidades y tener mayor control sobre los gastos en que se incurran.

**6.2.4.4.1 Margen bruto de ganancias.** Este indicador permite conocer la utilidad bruta en porcentaje a los ingresos operacionales netos en un mismo periodo de tiempo.

Cuadro 29 . Margen bruto de ganancias

RAZONES DE RENTABILIDAD			
<b>Margen Bruto de Ganancias=</b>	Utilidad Antes de	\$ 91.349.604	23,21%
	Ingresos Totales	\$ 393.543.468	

Por cada peso que la empresa vende se tiene una utilidad antes de impuesto del 23,21%.

**6.2.4.4.2 Margen neto de ganancia.** Permite conocer el margen de beneficio después de los impuestos.

Cuadro 30. Margen neto de ganancia

RAZONES DE RENTABILIDAD			
<b>Margen Neto de Ganancias=</b>	Utilidad Neta	\$ 61.204.235	15,55%
	Ingresos Totales	\$ 393.543.468	

Este indicador refleja que por cada peso que la empresa vende, se tiene una utilidad neta del 15,55%.

## 6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Luego de determinar los costos fijos y variables, se realiza el cálculo del punto de equilibrio por cada producto, de acuerdo con la siguiente fórmula:

$$P.E = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costos Variables Unitarios}}$$

Tabla 84. Punto de equilibrio

DETALLE	DIADEMA	CINTURONES	GORRAS	GANCHOS	MOÑOS	TOTAL
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 50.105.850	\$ 7.030.203	\$ 16.851.021	\$ 41.215.236	\$ 63.683.265	<b>\$ 178.885.575</b>
<b>PRECIO DE VENTA</b>	\$ 4.700	\$ 6.000	\$ 9.000	\$ 5.500	\$ 5.000	
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	\$ 714	\$ 100	\$ 240	\$ 587	\$ 907	
<b>CANTIDADES</b>	<b>12.569</b>	<b>1.192</b>	<b>1.924</b>	<b>8.389</b>	<b>15.559</b>	<b>39.632</b>

## 7. CONCLUSIONES

El presente proyecto se soporta en la realización de cada uno de los estudios propuestos por la universidad, donde se conoce la viabilidad del trabajo así:

El estudio de mercados determina la viabilidad del proyecto, al identificarse una demanda insatisfecha de 144.493 unidades de accesorios, correspondientes a un 19,99% del total de la demanda insatisfecha.

En base a la recolección de datos a través de las fuentes primarias, se demostró la preferencia de compra de accesorios para niñas por parte de las 382 personas encuestadas así: moños 35,60%, diademas 28,01%, ganchos 23,04%, gorras 9,42% y cinturones 3,93% productos objetos del presente proyecto.

El estudio técnico determinó la capacidad utilizada del proyecto en 72.246 unidades correspondientes al 50% de ésta. En este análisis igualmente se determinó los requerimientos técnicos y operacionales para la ejecución del proyecto el cual es viable técnicamente.

En base al análisis de factores como los insumos, la tecnología y equipos, la localización y el financiamiento, influyentes en el proyecto, se pudo determinar que éste no representa ningún inconveniente respecto a la capacidad del proyecto

El estudio administrativo en base a la evaluación técnica del proceso, se determinó las funciones específicas de cada trabajador de la empresa, estableciendo su estructura funcional y organizacional, sugiriendo una sociedad limitada.

Mediante el estudio financiero se determinaron los costos fijos y variables de cada producto para calcular su costo unitario y así poder fijar precios de venta teniendo en cuenta una utilidad del 10%.

Por último, la evaluación financiera muestra la viabilidad del proyecto. El ejercicio arroja una Tasa Interna de Retorno positiva del 62,20% mayor a la tasa de oportunidad del 14,91%, lo cual es favorable para el proyecto. También se contempla un periodo de recuperación correspondiente al primer año de funcionamiento del proyecto y un punto de equilibrio de 39.632 unidades.

## **8. RECOMENDACIONES**

Para la puesta en marcha del proyecto es importante planear e implementar estrategias administrativas y de mercadeo que nos permitan satisfacer las necesidades insatisfechas del mercado de accesorios de niñas en la ciudad de Bucaramanga que permitan el posicionamiento y crecimiento de la empresa.

Implementar dentro de la organización un sistema de mejoramiento continuo mediante políticas en el desarrollo de las actividades de producción en donde esté involucrado el personal administrativo y de producción.

Ampliar la cobertura hacia otros municipios de Santander una vez se cubra la demanda de la ciudad de Bucaramanga.

Finalmente, este estudio de factibilidad es una guía y sugerencia para la creación, montaje y permanencia de la empresa, soportada por un producto innovador en la ciudad, para lo cual se deben seguir los lineamientos y estimativos previstos en él.

## BIBLIOGRAFÍA

Adornos para el pelo a lo largo de la historia y el mundo: Parte 3 [en línea]. España, enero 2014 – [citado 10 abril, 2015]. Disponible en internet: <http://lirainwonderland.es/es/categorias/blog/enciclopedia-de-labories>.

Bucaramanga estrena centro comercial de \$ 160 mil millones [en línea]. Colombia, mayo 2014 – [citado 18 noviembre, 2014]. Disponible en internet: <http://www.portafolio.co/negocios/bucaramanga-nuevo-centro-comercial>.

Colpatria Multibanca Productos personas [en línea]. Colombia, mayo 2015 – [citado 12 de octubre 2015]. Disponible en internet: <https://www.colpatria.com/personas-simuladores.aspx>.

Compite 360 [en línea]. Colombia, Octubre 2014 – [citado 18 de octubre 2015]. Disponible en internet: [//www.compite360.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2014/pib\\_2013.pdf](http://www.compite360.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2014/pib_2013.pdf).

Comunicado de prensa. Encuesta Nacional de Calidad de Vida 2014 [en línea]. Colombia, mayo 2016 – [citado 28 noviembre, 2015]. Disponible en internet: [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones\\_vida/calidad\\_vida/CP\\_EC\\_V\\_2014.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/calidad_vida/CP_EC_V_2014.pdf).

Constitución de Empresas [en línea]. Colombia, 2014 – [citado 27 julio, 2015]. Disponible en internet: [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2\\_c\\_c1.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2_c_c1.htm).

Constitución de empresas Santander 2014 [en línea]. Colombia, enero 2015 – [citado 8 junio, 2015]. Disponible en internet: <http://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2015/Constituidas%202014.pdf>.

Constituya su empresa como persona jurídica [en línea]. Colombia, 2015 – [citado 27 julio, 2015]. Disponible en internet: <http://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Inicie-su-empresa/Pasos-para-crear-empresa/Constituya-su-empresa-como-Persona-Juridica>.

Datos generales Bucaramanga [en línea]. Colombia, mayo 2016 [citado 10 abril, 2015]. Disponible en internet: <http://www.bucaramanga.gov.co/Contenido.aspx?Param=9>

Demografía y población - Proyecciones de población [en línea]. Colombia, mayo 2016 – [citado 6 octubre, 2014]. Disponible en internet: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06\\_20/p\\_20052011\\_Ajustadosgruposedad.xls](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/poblacion/proyepobla06_20/p_20052011_Ajustadosgruposedad.xls).

Dinero [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 19 octubre, 2015]. Disponible en internet: <http://www.dinero.com/indicadores>

Documento de constitución [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 27 julio, 2015]. Disponible en internet: <http://www.ccc.org.co/como-crear-su-empresa/registrar-la-minuta-en-una-notaria>.

Google [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 19 octubre, 2015]. Disponible en internet: <https://www.google.com.co/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=definici%C3%B3n%20responsabilidad%20social%20empresarial>.

Google [en línea]. Colombia, 2016 – [citado 29 noviembre, 2015]. Disponible en internet: [https://www.google.com.co/search?q=cuantas+semanas+tiene+un+a%C3%B1o&q=cuantas&aqs=chrome.69i59j69i57j0l4.1476j0j7&sourceid=chrome&es\\_sm=0&ie=UTF-8](https://www.google.com.co/search?q=cuantas+semanas+tiene+un+a%C3%B1o&q=cuantas&aqs=chrome.69i59j69i57j0l4.1476j0j7&sourceid=chrome&es_sm=0&ie=UTF-8).

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN. Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. NTC 1486. Bogotá D.C.: El Instituto, 2008. 37 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN. Referencias bibliográficas. Contenido, forma y estructura. NTC 5613. Bogotá D.C.: El Instituto, 2008. 33 p.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN. Referencias documentales para fuentes de información electrónicas. NTC 4490. Bogotá D.C.: El Instituto, 1998. 23 p.

Ley 1607 de 2012 [en línea]. Colombia, diciembre 2012 – [citado 05 de Octubre de 2015]. Disponible en internet: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=51040>.

Ley de emprendimiento [en línea]. Colombia 2014 - [citado 18 mayo de 2014]. Disponible en: <http://ley1014deemprendimeinto.blogspot.com/>

Oportunidades de accesorios de moda femenina [en línea]. Argentina, 2006 – [citado 10 abril, 2015]. Disponible en internet: [http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2006/MADE\\_Mohadeb.pdf](http://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2006/MADE_Mohadeb.pdf).

Plan de Ordenamiento Territorial de Bucaramanga [en línea]. Colombia, mayo 2014 – [citado 15 septiembre, 2015]. Disponible en internet: <http://www.concejodebucaramanga.gov.co/pot-2012-2027/tomo01.pdf>.

¿Por qué algunas novias usan tiaras o diademas? [en línea]. Israel, 2005 – [citado 10 abril, 2015]. Disponible en internet: <http://www.fiestajudia.com/consejos/tiara-novias.shtml>.

Principales resultados del mercado laboral [en línea]. Colombia, enero 2014 – [citado 27 marzo, 2014]. Disponible en internet: [http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres\\_web\\_ech\\_corta\\_ene14.pdf](http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ech/pres_web_ech_corta_ene14.pdf). “Página 18”

¿Qué es el impuesto para la equidad “CREE”? [en línea]. Colombia, enero 2013 – [citado 30 septiembre, 2015]. Disponible en internet: [http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/N/noti-090113-01%28impuesto\\_para\\_la\\_equidad\\_cree\\_%29/noti-090113-01%28impuesto\\_para\\_la\\_equidad\\_cree\\_%29.asp](http://www.comunidadcontable.com/BancoConocimiento/N/noti-090113-01%28impuesto_para_la_equidad_cree_%29/noti-090113-01%28impuesto_para_la_equidad_cree_%29.asp).

¿Qué es la tela no tejida? ¿Cuáles son sus beneficios y funcionalidades? [en línea]. Colombia, mayo 2014 – [citado 30 noviembre, 2015]. Disponible en internet: <http://citybags.com.co/que-es-la-tela-no-tejida-cuales-son-sus-beneficios-y-funcionalidades/>.

## ANEXOS

### Anexo A. Encuesta investigación del mercado

#### **Encuesta investigación del mercado de accesorios para niñas dirigida a mujeres que tengan en su núcleo familiar o social niñas entre los 0 a 14 años de edad**

Como estudiante de Gestión Empresarial de la Universidad Industrial de Santander me encuentro realizando un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de accesorios para niñas en el Municipio de Bucaramanga, solicito amablemente 5 minutos de su tiempo para realizar la siguiente encuesta. Agradezco su tiempo y colaboración y algunas preguntas pueden ser de múltiple respuesta.

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad:

- 4 Menor de 18 años
- 5 De 18 a 25 años
- 6 De 26 a 35 años
- 7 De 36 a 45 años
- 8 Mayor de 45 años

#### **Género**

- Masculino
- Femenino

#### **Ocupación:**

- Independiente
- Empleado
- Pensionado
- Estudiante
- Desempleado

De acuerdo a su criterio, selecciones una opción.

**1. ¿Cuál es el factor más importante que debe tener un accesorio para niñas al momento de comprarlo?**

- Diseño atractivo
- Moda
- Calidad
- Buena relación Calidad/precio
- Marca
- Exclusividad
- Otro

**2. De los siguientes factores, ¿Qué aspectos importantes debe tener una marca cuando usted va a comprar accesorios para niñas?**

- Diseño
- Materiales
- Calidad
- Precio
- Otro

**3. En caso de requerirlo, o que lo haya hecho alguna vez, ¿Dónde compraría accesorios para niña en la ciudad de Bucaramanga?**

---

**4. ¿Cuál es la razón principal por la que compra o compraría accesorios para niñas?**

- Uso personal de la niña
- Por moda y tendencias
- Regalos y obsequios
- Otro

**5. Considera que el mercado de accesorios para niñas en Bucaramanga es:**

- Variado
- Limitado
- Económico
- Costoso
- Con diseños atractivos
- Sin diseños atractivos
- Otro

**6. Cuando usted compra accesorios para niñas, ¿Con qué materiales prefiere que estén decorados?**

- Piedras
- Cintas
- Botones
- Encajes
- Otro

**7. ¿Prefiere los accesorios para niñas?**

- Nacionales
- Importados

**8. En relación con el diseño, cuando usted escoge accesorios para niñas, ¿Cómo los prefiere?**

- Tradicionales
- Personalizados

**9. ¿Con qué frecuencia adquiere accesorios para niñas como: diademas, moños, gorras, cinturones, etc.?**

- Menos de una vez por mes
- Una vez al mes
- Entre 2 y 3 veces al mes
- Entre 3 y 4 veces al mes
- Más de 4 veces al mes

**10. En promedio, ¿Cuánto presupuesta o gasta en una sola compra de accesorios para niñas?**

- Menos de 10.000 pesos
- Entre 10.000 y 15.000 pesos
- Entre 16.000 y 20.000 pesos
- Más de 20.000 pesos

**11. Elija cuál de los siguientes artículos de accesorios para niñas es el que usted más compra:**

- Diademas
- Ganchos
- Moños
- Cinturones
- Gorras

**12. ¿Por qué medio le gustaría adquirir los accesorios para niñas?**

- Internet (Portales Web, redes sociales, compras en línea)
- Compra directa en almacenes
- Encargos y ventas a domicilio
- Catálogos
- Otro

**13. ¿Cómo le gustaría recibir información sobre accesorios para niñas?**

- Correo impreso en su casa u oficina
- Correos electrónicos
- Folletos
- Páginas de internet
- Redes sociales e internet
- Otro

## Anexo B. Cotización máquina de coser


**falabella.com** COLOMBIA  Bolsa de compras 0 productos

NOVIOS Venta telefónica Bogotá 587 8008, Nacional 018000 958787 Tiendas Servicio al cliente Nacional 018000 113252

Televisores y Tecnología Computadores y Tablets Electrodomésticos Dormitorio Muebles Deportes Infantil Calzado Moda Otros

**24/** 24 HORAS DE OFERTAS QUE SOLO FALABELLA TIENE PARA TI Hasta el 26 de agosto a las 11:59 a.m. **¡ENTRA AHORA!**

Falabella.com > Caracolí > Brother Máquina de Coser BM2800



Imagen

### Brother Máquina de Coser BM2800

Código producto: 1719576 disponible pago contra entrega

★★★★★ [Ver comentarios \(12\)](#) [Hacer Comentario](#)

Compartir [f](#) [t](#) [p](#) [s+](#)

**Internet: \$559.900**

Acumula: 559 CMR Puntos

[Ver Promociones](#)

**Opciones de despacho**

**Despacho a Domicilio**  
Envía tu compra a la dirección que escojas [Ver más](#)

**Retiro en Tienda**  
Despacho GRATIS a tu Tienda Falabella [Ver más](#)

**Punto de Retiro**  
Servicio no disponible para este producto

Calcula el valor de tu cuota CMR Cantidad  [+ Agregar a la bolsa](#)

**CMR** Nº de Cuotas  Valor cuota \$

Otros medios de pago

[Activar compra en 1 click](#)  
[+ Agregar a lista](#)

**Garantía extendida**

Selecciona una de estas opciones y extiende el tiempo de cobertura de tu garantía

- Garantía Extendida 1 Año **\$83.490**
- Garantía Extendida 2 Años **\$157.990**
- Garantía Extendida 3 Años **\$221.990**
- No, gracias

Descripción [Ficha Técnica](#) [Comentarios](#) [Promociones](#)


**CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

- > 25 Puntadas incorporadas
- > Puntadas de dobladillo elásticas
- > Puntadas ciegas, punta recta, raso, zigzag
- > Control electrónico de velocidad
- > 6 meses de Garantía

**INCLYE**

- > DVD de manejo
- > Pies de costura
- > Accesorios

## Anexo C. Cotización horno microondas




Bolsa de compras 0 productos

NOVIOS | Venta telefónica Bogotá 587 8008, Nacional 018000 958787 | Tiendas | Servicio al cliente Nacional 018000 113252

**Televisores y Tecnología** | **Computadores** | **Electrodomésticos** | **Dormitorio** | **Decoración** | **Muebles** | **Deportes** | **Infantil** | **Calzado** | **Moda**

COMPRA ONLINE **RETIRA EN TIENDA** SIN COSTO DE DESPACHO | Otro servicio más de Falabella.com Ver más >>

Falabella.com > Hornos Eléctricos > Microondas > Samsung Horno Microondas Dorador 22 lt / AGE83X/XAP







**Samsung**  
Horno Microondas Dorador 22 lt / AGE83X/XAP

Código producto: 1568772

**NUEVO!**




★★★★★ Ver comentarios (7) Hacer Comentario

Compartir    

**Internet: \$ 289.000**

Acumula: 289 CMR Puntos

**Opciones de despacho**

-  **Despacho a Domicilio**  
Envía tu compra a la dirección que escojas [Ver más](#)
-  **Retiro en Tienda**  
Despacho GRATIS a tu Tienda Falabella [Ver más](#)
-  **Punto de Retiro**  
Servicio no disponible para este producto





**Ver disponibilidad en Tienda**  
La disponibilidad del producto, promociones y precios pueden variar entre las tiendas y Falabella.com

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de Cuotas     Valor cuota \$

Cantidad    [+ Agregar a la bolsa](#)

[Activar compra en 1 click](#)  
[+ Agregar a lista](#)

Otros medios de pago    

**Garantía extendida**


 Selección una de estas opciones y extiende el tiempo de cobertura de tu garantía

- Garantía Extendida 1 Año **\$48.990**
- Garantía Extendida 2 Años **\$87.990**
- Garantía Extendida 3 Años **\$132.990**
- No, gracias

**Descripción** | **Ficha Técnica** | **Comentarios**

El **Horno Microondas Dorador 22 litros AGE83X/XAP de Samsung** está diseñado para ti que vives en un mundo que cada vez se mueve más rápido para brindarte soluciones ágiles y eficaces para tu cocina, pero también gentiles con el medio ambiente.

Si eres amante de la buena cocina, pero no cuentas con muchas habilidades en este ámbito, no te preocupes, con esta herramienta podrás vencer cualquier desafío culinario. La tecnología incorporada te permitirá preparar comidas saludables, además de sabrosas, ya que puedes utilizar distintos tipos y etapas de cocción. Si tienes mucha prisa y no dispones de mucho tiempo, el horno microondas te ofrece **4 distintos tipos de cocción automática**, solo presiona y listo, así optimizarás tu tiempo y tus comidas siempre estarán en el punto correcto.

El sistema dorador incorporado te permitirá agregar a tus preparaciones favoritas un acabado realmente espectacular. El moderno diseño de este horno que tiene **capacidad de 22 litros**, cuenta con un sistema de mando con **pantalla LED** que te guiará de una manera amigable para que tengas un control perfecto durante todo el proceso. Si te preocupan los costos de funcionamiento y el impacto ambiental a través de la tecnología Eco, te podrás permitir ahorrar hasta un 40 % de energía en el modo espera. Solo debes presionarlo y ahorrarás dinero, energía y además protegerás el medio ambiente.

Si eres amante de la buena cocina, pero no cuentas con muchas habilidades en este ámbito, no te preocupes, con esta herramienta podrás vencer cualquier desafío culinario. La tecnología incorporada te permitirá preparar comidas saludables, además de sabrosas, ya que puedes utilizar distintos tipos y etapas de cocción. Si tienes mucha prisa y no dispones de mucho tiempo, el horno microondas te ofrece **4 distintos tipos de cocción automática**, solo presiona y listo, así optimizarás tu tiempo y tus comidas siempre estarán en el punto correcto.

El sistema dorador incorporado te permitirá agregar a tus preparaciones favoritas un acabado realmente espectacular. El moderno diseño de este horno que tiene **capacidad de 22 litros**, cuenta con un sistema de mando con **pantalla LED** que te guiará de una manera amigable para que tengas un control perfecto durante todo el proceso. Si te preocupan los costos de funcionamiento y el impacto ambiental a través de la tecnología Eco, te podrás permitir ahorrar hasta un 40 % de energía en el modo espera. Solo debes presionarlo y ahorrarás dinero, energía y además protegerás el medio ambiente.



**Características Horno Microondas Dorador AGE83X/XAP Samsung**

- > Capacidad de 22 lt.
- > Pantalla LED.
- > Diseño tipo espejo.
- > Potencia de 750W.
- > Cuenta con 10 niveles de potencia.
- > Bandeja giratoria.
- > Grill integrado.
- > Modos de cocción disponibles.
- > Seguro para niños.
- > 1 año de Garantía.

**INCLUYE**


- > Horno microondas AGE83X/XAP.
- > Manual de usuario.





## Anexo D. Cotización sillas


 Mostrar precio en: SANTANDER  
Carro de compras  1 productos


[Inicio](#) | [Vive tu casa](#) | [Hogar Verde](#) | [Manitos a la obra](#) | [Servicios](#) | [Precios bajos siempre](#) | [Almacenes](#) | [Servicio al Cliente](#)

[Muebles](#) | [Baños y Cocinas](#) | [Pisos y Pinturas](#) | [Electrohogar](#) | [Aire Libre](#) | [Decoración y Hogar](#) | [Ferretería](#) | [Herramientas](#) | [Construcción](#) | [Ver todos](#)

 Si tienes algún problema con tu compra en nuestra página web, realizala a través de la línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373.

**+ IMPERDIBLES** Los productos que todos quieren en cantidades limitadas     [Ver más >>](#)


[Homecenter.com.co](#) > [Sillas de escritorio y oficina](#) > [Silla Escritorio con Brazos Negra](#)



Imagen

### Silla Escritorio con Brazos Negra

SKU: 258548

★★★★★ 



[Leer las 2 reseñas](#) | [Escriba una reseña](#)

Mostrar precio en: SANTANDER

**\$89.900** UND

350 Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica

**Métodos de envío y retiro:**


-  Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)
-  Retiro en Tienda [Ver Opciones](#)





[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

**Envío mismo día no aplica para materiales de construcción**

**Calcula el valor de tu cuota CMR**

Cantidad  [+ Agregar al carro](#)

 Nº de Cuotas  Valor cuota \$  [+ Agregar a lista](#)

Otros medios de pago    

[Enviar](#) [Twitter](#) [+1](#) [Pinterest](#) [Email](#)

Comparte en tus redes

**¿Por qué comprar en Homecenter.com.co?**

- Tenemos todo un mundo de ideas para mejorar tu hogar y más de 30.000 productos disponibles para ti.
- Ahora puedes obtener tu compra de manera más rápida y segura incluso en 24 horas.
- Nuestro servicio de compra asistida te ayudará a realizar tu mejor compra online.

**Ficha Técnica** | **Comentarios**

Atributos	Detalle
Garantía	1 año
Tipo	Sillas de escritorio
Medidas	57 x 58 x 88 hasta 98 cm
Resistencia	100 kg
Características	Silla con altura ajustable y tapizado de cuero sintético.
Observaciones	La foto de este producto ha sido ambientada, por lo cual no incluye ningún adorno, ni accesorios, ni piezas adicionales ni ningún otro elemento que lo acompañan. El color presentado en la fotografía es una aproximación al color real.
Material	Ecocuero
Servicio de armado	Todos nuestros muebles vienen desarmados y empacados en caja, requieren ensamble o armado no incluido en el precio de venta.
Color	Negro

Si tienes algún problema con tu compra en nuestra página web, realizala a través de la línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373.

**+ IMPERDIBLES**

Los productos que todos quieren en cantidades limitadas  
Válido para internet y venta telefónica con Tarjeta Crédito CMR Falabella



Ver más >>

Homecenter.com.co > Sillas de escritorio y oficina > Karson Silla escritorio juvenil neumática negra



### Silla escritorio juvenil neumática negra Karson

SKU: 221941



Leer las 3 reseñas | Escriba una reseña

Mostrar precio en:  
SANTANDER

**\$53.900** UND

27

Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica

Acumula: 53 CMR Puntos

#### Métodos de envío y retiro:

✓ Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)

✓ Retiro en Tienda [Ver Opciones](#)

[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

**Envío mismo día no aplica para materiales de construcción**

Para tu comodidad:



SERVICIO DE ARMADO O INSTALACIÓN

**\$28.900**

Agregar

[Ver más información](#)

#### Calcula el valor de tu cuota CMR

Cantidad 1

[+ Agregar al carro](#)



Nº de Cuotas

Valor cuota \$

6

9.664,8

[+ Agregar a lista](#)

Otros medios de pago



[Enviar](#)

[Twitter](#)

[+1](#)

[Pinterest](#)

[Email](#)

Comparte en tus redes

Conoce más medios de pago, comprando a través de nuestra línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373

#### Servicios Adicionales



Armado sillas de oficina

**\$28.900** UND

Agregar

#### ¿Por qué comprar en Homecenter.com.co?

- ▶ Tenemos todo un mundo de ideas para mejorar tu hogar y más de 30.000 productos disponibles para ti.
- ▶ Ahora puedes obtener tu compra de manera más rápida y segura incluso en 24 horas.
- ▶ Nuestro servicio de compra asistida te ayudará a realizar tu mejor compra online.

#### Ficha Técnica

#### Comentarios

#### Atributos

#### Detalle

Tipo	Sillas de escritorio
Características	Silla de escritorio, con ruedas que facilitan su desplazamiento, estructura liviana, sistema de nivelación de altura.
Observaciones	La foto de este producto ha sido ambientada, por lo cual no incluye ningún adorno, ni accesorios, ni piezas adicionales ni ningún otro elemento que lo acompañan
Servicio de armado	Todos nuestros muebles vienen desarmados y empacados en caja, requieren ensamble o armado no incluido en el precio de venta.
Color	Negro



Si tienes algún problema con tu compra en nuestra página web, realizala a través de la línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373.

**+ IMPERDIBLES**

Los productos que todos quieren en cantidades limitadas  
Válido para internet y venta telefónica con Tarjeta Crédito CMR Falabella



Ver más >>

Homecenter.com.co > Sillas de escritorio y oficina > Office Chair Silla interlocutora isósceles gris



Imagen

### Silla interlocutora isósceles gris Office Chair

SKU: 80907



Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en:

SANTANDER

**\$49.900** UND

103

Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica

Acumula: 49 CMR Puntos

#### Métodos de envío y retiro:

Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)

Retiro en Tienda [Ver Opciones](#)

[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

**Envío mismo día no aplica para materiales de construcción**

#### Productos complementarios



Romance Rela...  
Puff ontario...

\$69.900

Agregar



Bestluck  
Silla plegab...

\$32.900 UND

Agregar

#### ¿Por qué comprar en Homecenter.com.co?

- ▶ Tenemos todo un mundo de ideas para mejorar tu hogar y más de 30.000 productos disponibles para ti.
- ▶ Ahora puedes obtener tu compra de manera más rápida y segura incluso en 24 horas.
- ▶ Nuestro servicio de compra asistida te ayudará a realizar tu mejor compra online.

#### Ficha Técnica

Atributos	Detalle
Material estructura	Nylon
Garantía	6 meses
Altura hasta asiento	50 cm
Otros colores	Negra, blanca, morada, verde
Material relleno	Espuma
Observaciones	La foto de este producto ha sido ambientada, por lo cual no incluye ningún adorno, ni accesorios, ni piezas adicionales ni ningún otro elemento que lo acompañan
Alto	80 cm
Ancho	50 cm
Color	Gris
Tipo	Sillas interlocutoras
Características	Silla interlocutora para oficina y centros de visita. Diseño simple, sencillo y cómodo.
Recomendaciones	Sólo debe sentarse una persona a la vez
Fondo	40 cm
Servicio de armado	Todos nuestros muebles vienen desarmados y empacados en caja, requieren ensamble o armado no incluido en el precio de venta.

Precios y cobros válidos sólo para la ciudad seleccionada por el cliente en Homecenter.com.co

## Anexo E. Cotización estantería metálica

Mostrar precio en: **SANTANDER**
¿Qué estás buscando?
Carro de compras 1 productos

[Inicio](#) | [Vive tu casa](#) | [Hogar Verde](#) | [Manitos a la obra](#) | [Servicios](#) | [Precios bajos siempre](#) | [Almacenes](#) | [Servicio al Cliente](#)


[Muebles](#) | [Baños y Cocinas](#) | [Pisos y Pinturas](#) | [Electrohogar](#) | [Aire Libre](#) | [Decoración y Hogar](#) | [Ferretería](#) | [Herramientas](#) | [Construcción](#) | [Ver todos](#)

Si tienes algún problema con tu compra en nuestra página web, realizala a través de la línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373.

+ IMPERDIBLES
Los productos que todos quieren en cantidades limitadas
Ver más >>

Válido para internet y venta telefónica con Tarjeta Crédito CMR Falabella

Homecenter.com.co > Estanterías > Estantería metálica liviana 5 niveles 160 x 80 x 30 cm



**Estantería metálica liviana 5 niveles 160 x 80 x 30 cm**

SKU: 124822

★ ★ ★ ★ ☆

[Leer 1 reseña](#) | [Escriba una reseña](#)

Mostrar precio en:  
SANTANDER

\$104.900

13 Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica

Acumula: 104 CMR Puntos

**Métodos de envío y retiro:**

- Despacho a Domicilio [Ver Opciones](#)
- Retiro en Tienda [Ver Opciones](#)

[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

Envío mismo día no aplica para materiales de construcción

Calcula el valor de tu cuota CMR


CMR Falabella
Nº de Cuotas: 6
Valor cuota \$: 18.809.6

Cantidad: 1
+ Agregar al carro
+ Agregar a lista

Otros medios de pago: 
Enviar
Twitter
+1
Pin it
Email

Comparte en tus redes

**Productos complementarios**



**Ordena**  
Repisa mural...

\$39.900 UND

Agregar

**¿Por qué comprar en Homecenter.com.co?**


- Tenemos todo un mundo de ideas para mejorar tu hogar y más de 30.000 productos disponibles para ti.
- Ahora puedes obtener tu compra de manera más rápida y segura incluso en 24 horas.
- Nuestro servicio de compra asistida te ayudará a realizar tu mejor compra online.

**Ficha Técnica** | **Comentarios**

Atributos	Detalle
Tipo	Estanterías
Características	Estantería de 5 niveles, ideal para organizar y clasificar diferentes elementos en el hogar y en la oficina.
Material	Lámina coil roll
Resistencia	68 kilos por entrepaño
Uso	Organizador multiusos
Color	Negra

Precios y cobros válidos sólo para la ciudad seleccionada por el cliente en Homecenter.com.co

## Anexo F. Cotización gavetero





Mostrar precio en: SANTANDER

Carro de compras  
1 productos

Inicio | Vive tu casa | Hogar Verde | Manitos a la obra | Servicios | Precios bajos siempre | Almacenes | Servicio al Cliente

Muebles | Baños y Cocinas | Pisos y Pinturas | Electrohogar | Aire Libre | Decoración y Hogar | Ferretería | Herramientas | Construcción | Ver todos

 Si tienes algún problema con tu compra en nuestra página web, realizala a través de la línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373.





### ENVÍO \$5.000

EN [HOMECENTER.COM.CO](http://homecenter.com.co) Y VENTA TELEFÓNICA

POR COMPRAS IGUALES O MAYORES A \$300.000  
 VÁLIDO DESDE EL 4 DE SEPTIEMBRE HASTA EL 7 DE SEPTIEMBRE DE 2015  
 HASTA LAS 11:59 PM - \*APLICA RESTRICCIONES

[Homecenter.com.co](#) > [Cajas y Organizadores](#) > [Organizadores](#) > [Red Line](#) **Gavetero cerrado 24 gavetas 50 x16 x 39 cm**



 Imagen

### Gavetero cerrado 24 gavetas 50 x16 x 39 cm Red Line

SKU: 188747

☆☆☆☆☆

Sea el primero en escribir una reseña

**Mostrar precio en:**

SANTANDER

**\$49.900**

31
Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica

Acumula: 49 CMR Puntos

**Métodos de envío y retiro:**

✓
🚚
Despacho a Domicilio
Ver Opciones

✓
🏪
Retiro en Tienda
Ver Opciones


[Ver disponibilidad](#) de este producto en Tiendas

Envío mismo día no aplica para materiales de construcción

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de Cuotas  
6

Valor cuota \$  
8.947,56

Otros medios de pago 

Cantidad


+ Agregar al carro

+ Agregar a lista

Enviar
 Twittear
 +1
 Print
 Email

Comparte en tus redes

**Productos complementarios**



**Red Line**

Marcador par...

**\$7.900**

Agregar

**¿Por qué comprar en Homecenter.com.co?**

- ▶ Tenemos todo un mundo de ideas para mejorar tu hogar y más de 30.000 productos disponibles para ti.
- ▶ Ahora puedes obtener tu compra de manera más rápida y segura incluso en 24 horas.
- ▶ Nuestro servicio de compra asistida te ayudará a realizar tu mejor compra online.

**Ficha Técnica**

Atributos	Detalle
Tipo	Gavetero
Características	Organizadores de herramientas tipo gavetero, multiusos, con 24 gabinetes, removibles, con sistema para montar al muro.
Incluye	24 gavetas
Material	Polipropileno
Largo	50 cm de ancho x 39 cm de alto x 16 cm de profundidad
Uso	Para organizar y guardar tomillería, artículos personales, entre otros objetos de pequeño volumen

Precios y cobros válidos sólo para la ciudad seleccionada por el cliente en Homecenter.com.co

## Anexo G. Cotización ferretería



[ferresol3@hotmail.com](mailto:ferresol3@hotmail.com)

Cra. 15 # 33 - 62

Bucaramanga - Santander

Teléfono: (7) 6421810 - Fax: (7) 6338110

## COTIZACIÓN

CLIENTE <b>GABBA</b>	FECHA: 01-sep-15
E-MAIL: <a href="mailto:laura.ruizardila@gmail.com">laura.ruizardila@gmail.com</a>	TELS:

CANT.	DESCRIPCION	MARCA	Vr.UNITARIO	Vr.TOTAL
2	PINZAS DE 5"		\$ 4.900,00	\$ 9.800,00
2	CAUTIN 60W		\$ 17.800,00	\$ 35.600,00
				\$ -
				\$ -
				\$ -
OBSERVACIONES:			EXCENTO	\$ -
			GRAVADO	\$ 38.136,000
			IVA 16%	\$ 7.264,00
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 45.400,00</b>

## Anexo H. Cotización vitrina

Inscribete | Ingresar | Vender

### Vitrina Mostrador 1.80mts x 1.20 De Alto Me gusta

Artículo usado

\$ 220.000

1 cuota de \$ 220.000 con **mercado pago**

Más opciones

Envío a acordar con el vendedor.

Ubicado en Kennedy (Bogotá D.C.)

Consultar costos

¡Único disponible!

Comprar

Compra protegida por el Programa de Protección al Comprador.

Publicidad

[Página Web = Más Ventas](#)
[Urbanex Iluminación](#)

La Mejor Inversión Para Su Negocio. Ilumina Tus Espacios Con Estilo

Precios Increíbles Desde \$199.000 - Profesional - [www.urbanex.co](http://www.urbanex.co)

www.pwccol.com

# Anexo I. Cotización impresora


**falabella.com** COLOMBIA  Bolsa de compras productos

NOVIOS Venta telefónica Bogotá 587 8008, Nacional 018000 958787 Tiendas Servicio al cliente Nacional 018000 113252

Televisores y Tecnología Computadores Electrodomésticos Dormitorio Decoración Muebles Deportes Infantil Calzado Moda

COMPRA ONLINE **RETIRA EN TIENDA** SIN COSTO DE DESPACHO | Otro servicio más de Falabella.com Ver más »

Falabella.com > Grande > HP Impresora Multifuncional Officejet Pro 8610 + 2 Tintas 950XL



Imagen

## HP Impresora Multifuncional Officejet Pro 8610 + 2 Tintas 950XL

Código producto: 2343801

**NUEVO!** disponible pago contra entrega

★★★★★ Sé el primero en comentar este producto

Compartir [f](#) [t](#) [p](#) [s](#)

**Internet: \$ 499.900**

Acumula: 499 CMR Puntos

**Opciones de despacho**

- Despacho a Domicilio**  
Envía tu compra a la dirección que escojas [Ver más](#)
- Retiro en Tienda**  
Despacho GRATIS a tu Tienda Falabella [Ver más](#)
- Punto de Retiro**  
Servicio no disponible para este producto

[Ver disponibilidad en Tienda](#)  
La disponibilidad del producto, promociones y precios pueden variar entre las tiendas y Falabella.com

Calcula el valor de tu cuota CMR Cantidad 1 + Agregar a la bolsa

CMR	Nº de Cuotas	Valor cuota \$
	6	89.637

Otros medios de pago

[Activar compra en 1 click](#)  
[+ Agregar a lista](#)

**Garantía extendida**

Selecciona una de estas opciones y extiende el tiempo de cobertura de tu garantía

- Garantía Extendida 1 Año **\$68.490**
- Garantía Extendida 2 Años **\$95.490**
- Garantía Extendida 3 Años **\$142.990**
- No, gracias

Descripción **Ficha Técnica**

Con la Multifuncional Officejet Pro 8610 de HP podrás disfrutar de la mejor herramienta para tener en tu casa o trabajo.

Esta impresora te ofrece la posibilidad de imprimir, copiar, escanear, enviar fax y realizar funciones web con gran facilidad, ayudándote a realizar todas tus trabajos con mucha agilidad.

**CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO**

- Impresora multifuncional de inyección
- Cuenta con conectividad Wi-Fi 802.11b/g/n y USB 2.0
- Cuenta con funciones de impresión, copia, escaneo, envío de fax y web
- Tecnología de impresión de inyección térmica de tinta HP
- 4 cartuchos de impresión (1 de cada color) magenta, negro, cian y amarillo
- Procesador con velocidad de 600MHz
- Cuenta con capacidad de impresión móvil (habilitación de HP ePrint, Apple AirPrint, SO Android y certificado Mopria)
- Bandeja de entrada de 250 hojas
- Bandeja de salida de 150 hojas
- 1 año de Garantía

**INCLUYE**

- Impresora multifuncional
- 2 tintas 950XL
- Manual de usuario

## Anexo J. Cotización teléfonos

HOMECENTER.COM.CO
Mostrar precio en: SANTANDER

Carro de compras  
0 productos

Inicio
Vive tu casa
Hogar Verde
Manitos a la obra
Servicios
Precios bajos siempre
Almacenes
Servicio al Cliente

Muebles
Baños y Cocinas
Pisos y Pinturas
Electrohogar
Aire Libre
Decoración y Hogar
Ferretería
Herramientas
Construcción
Ver todos

Si tienes algún problema con tu compra en nuestra página web, realizala a través de la línea gratuita nacional: 01 8000 12 7373.

**+ IMPERDIBLES**
Los productos que todos quieren en cantidades limitadas
Ver más >>

Válido para internet y venta telefónica con Tarjeta Crédito CMR Falabella

Homecenter.com.co > Teléfonos Inalámbricos > Motorola Teléfono Inalambrico 2auric Id Auri 2000-2ca

### Teléfono Inalambrico 2auric Id Auri 2000-2ca Motorola

SKU: 279426

☆☆☆☆☆

Sea el primero en escribir una reseña

Mostrar precio en: SANTANDER

\$79.900

222 Unidades disponibles para venta en Homecenter.com.co y Venta Telefónica

Acumula: 79 CMR Puntos

Métodos de envío y retiro:

✓ Despacho a Domicilio
[Ver Opciones](#)

✗ Retiro en Tienda
No Disponible

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de Cuotas

Valor cuota \$

CMR

6

14.326.85

Cantidad

1

+ Agregar al carro

+ Agregar a lista

Otros medios de pago

Enviar
Twitter
+1
Pinterest
Email

Comparte en tus redes

¿Por qué comprar en Homecenter.com.co?


- Tenemos todo un mundo de ideas para mejorar tu hogar y más de 30.000 productos disponibles para ti.
- Ahora puedes obtener tu compra de manera más rápida y segura incluso en 24 horas.
- Nuestro servicio de compra asistida te ayudará a realizar tu mejor compra online.

#### Ficha Técnica

Atributos	Detalle
Identificador	Si
Contenido	2 auriculares, base, manual de instrucciones
Observaciones	La foto de este producto ha sido ambientada, por lo cual no incluye ningún adorno, ni accesorios, ni piezas adicionales ni ningún otro elemento que lo acompañan, El color presentado en la fotografía es una aproximación al color real.
Uso	Teléfono inalámbrico
Tipo (alámbrico/inalámbrico)	Inalámbrico
Distancia operativa	50mt aprox
Beneficios	Los telefonos inalámbricos son perfectos para comunicaciones alámbricas o que no tengan conexión inalámbrica.
Tipo	Telefonos Inalámbricos
Función	Teléfono inalámbrico
Características	Telefono inalámbrico de 2 auriculares, ideal para hogares y oficinas, teclado iluminado e identificador de llamadas.
Recomendaciones	Se recomienda seguir las instrucciones del fabricante y controlar la capacidad del volumen asegurese de no dañar su audición no escuche sonidos altos durante periodos prolongados de tiempo.
Incluye	NO incluye auriculares adicionales, ni conectores adicionales.

Precios y cobros válidos sólo para la ciudad seleccionada por el cliente en Homecenter.com.co

## Anexo K. Cotización computador




Bolsa de compras  
0 productos

NOVIOS
Venta telefónica Bogotá 587 8008, Nacional 018000 958787
Tiendas
Servicio al cliente Nacional 018000 113252

Televisores y Tecnología
Computadores
Electrodomésticos
Dormitorio
Decoración
Muebles
Deportes
Infantil
Calzado
Moda

[COMPRA ONLINE](#)
[RETIRA EN TIENDA](#)
SIN COSTO DE DESPACHO
Otro servicio más de Falabella.com [Ver más](#)

Falabella.com > Computadores Portátiles Convertibles > **Lenovo Portátil Notebook 15,6" 1TB Blanco | Z50-70**



**Lenovo Portátil Notebook 15,6" 1TB Blanco | Z50-70**

Código producto: 2370323

★★★★★ [Ver comentarios \(11\)](#) [Hacer Comentario](#)

Compartir [f](#) [t](#) [p](#) [g](#)

Internet: \$ 1.799.900

Normal: \$2.599.900

Acumula: 1.799 CMR Puntos

**Opciones de despacho**

**Despacho a Domicilio**  
Envía tu compra a la dirección que escojas [Ver más](#)

**Retiro en Tienda**  
Despacho GRATIS a tu Tienda Falabella [Ver más](#)

**Punto de Retiro**  
Retira tu compra en el punto que más te acomode [Ver más](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

Nº de Cuotas

Valor cuota \$

Cantidad

+ Agregar a la bolsa

[Activar compra en 1 click](#)  
[+ Agregar a lista](#)

Otros medios de pago

Servicios Adicionales

Seguro Antirrobo por 1 año

\$683.625

Agregar

Garantía extendida

Selecciona una de estas opciones y extiende el tiempo de cobertura de tu garantía

- Garantía Extendida 1 Año \$333.490
- Garantía Extendida 2 Años \$569.490
- Garantía Extendida 3 Años \$797.990
- No, gracias

Descripción

Ficha Técnica
Comentarios

Todas las miradas estarán sobre ti con el **Portátil Notebook 15,6" 1TB Blanco Z50-70**. Un dispositivo que te ofrecerá soluciones para tus necesidades tanto laborales como de entretenimiento. Cuenta con un **disco duro de 1TB** para que lleves contigo todos tus archivos y su **procesador Intel Core i7** lo convierte en un computador potente y eficiente.

Cuenta con una **unidad óptica** con la que podrás ver películas o trabajar en archivos que estén guardados en un disco y su diseño compacto y estético, sumado a su bello color blanco, hacen que tenga un estilo único.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

- > Disponible en color blanco.
- > Pantalla de 15,6".
- > Procesador Intel Core i7.
- > Memoria RAM de 8GB, expandible hasta 16GB.
- > Tarjeta de video de 2GB.
- > Cuenta con sistema operativo Windows 8.1.
- > Tiene 1 puerto HDMI y 3 entradas USB.
- > Podrás compartir contenido con tus dispositivos mediante su conexión Bluetooth 4.0.
- > 1 año de garantía.

INCLUYE

- > Portátil Notebook 15,6" 1TB Blanco Z50-70.
- > Cable de conexión eléctrica.
- > Manual de usuario.