

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA
DE BOLSOS EN RETAZOS DE TELA EN EL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO -
CESAR**

**LEONARDO FABIO DOMINGUEZ JIMENEZ
LINDY PAOLA PRADA AGUDELO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DEL SANTANDER 'UIS'
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2014**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA
DE BOLSOS EN RETAZOS DE TELA EN EL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO -
CESAR**

**LEONADO FABIO DOMINGUEZ JIMENEZ
LINDY PAOLA PRADA AGUDELO**

**Proyecto de Grado presentado como requisito para optar el título de
GESTION EMPRESARIAL**

**ALEJANDRO MANTILLA CACERES
Ingeniero Industrial
Esp. Gerencia de Proyectos
Director**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DEL SANTANDER 'UIS'
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2014**

AGRADECIMIENTOS

Los autores expresamos agradecimientos a:

Dios, porque todos los esfuerzos y los sacrificios que se hicieron fueron encaminados para alcanzar el logro y llegar al punto en donde estamos; y que sin la ayuda de él no hubiese sido posible llegar.

ALEJANDRO MANTILLA CACERES Ingeniero Industrial y Esp. Gerencia de Proyectos y Director del proyecto; quien con su tiempo, dedicación, ética, conocimientos, motivación y profesionalismos lo hicieron idóneo para la orientación dentro de este proceso, y aun con dificultades que se nos presentaron nos supo transmitir una voz de aliento y de ánimo para seguir adelante hasta llegar a la meta.

Directivos, docentes y cuerpo administrativo de la Universidad Industrial de Santander, quien me dio la oportunidad de ser miembro de la comunidad estudiantil y ser egresados de tan prestigiosa entidad educativa a nivel nacional, quienes con sus conocimientos, experiencias y empeño han logrado en nosotros una formación integral tanto personal como profesional.

A nuestros padres, hermanos, hijo y demás familiares por el apoyo incondicional, la paciencia y el entendimiento, ya que fueron un pilar para mi triunfo.

A mis amigos, compañeros de trabajo, estudio y demás personas que de alguna u otra forma estuvieron involucrados en este proceso.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	26
1. GENERALIDADES.	29
1.1. PANORAMA DEL SECTOR	29
1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO	30
1.3. ASPECTOS LEGALES	34
1.3.1. LEY 36 1984. (Noviembre 19)	34
1.3.2. Decreto 1151 de 2008 (Programa Gobierno en Línea).	34
1.3.3. Ley 1562 del 11 de Julio de 2012 (Reforma a la Seguridad Social).	35
1.3.4. Ley 1010 de 2006 (Ley de Acoso laboral).	35
1.3.5. Ley 797 de 2003 (Sistema General de Pensiones).	35
1.3.6. Ley 527 de 1999 (Regulación Comercio Electrónico).	35
1.3.7. Ley 100 de 1993 (Régimen General de Seguridad Social).	35
1.3.8. Decreto 624 de 1989 (Estatuto Tributario	35
1.3.9. Ley 4 de 1992 (Régimen salarial y prestaciones de los empleados públicos).	36
1.3.10. Ley 1429 de 2010 (Ley del primer empleo).	36
1.3.11. Ley 1014 de 2006 (Ley de fomento a la cultura del emprendimiento).	36
2. ESTUDIO DE MERCADOS	37
2.1 OBJETIVOS	37
2.1.1 Objetivo General.	37
2.1.2 Específicos.	37
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO	38
2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto	38
2.2.1.1 Descripción.	38

2.2.1.2 Usos.	38
2.2.1.3 Especificaciones del producto.	39
2.2.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.	41
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	42
2.3.1 Mercado potencial.	42
2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS	43
2.4.1. La demanda	43
2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados.	43
2.4.1.2 Necesidades de información	44
2.4.1.3 Ficha Técnica	44
2.4.2. Tabulación y presentación y Análisis de Resultados	46
2.4.3 Estimación de la demanda.	61
2.4.4. Proyección de la demanda.	62
2.5. LA OFERTA	63
2.5.1 Necesidades de información	63
2.5.2 Ficha técnica de la oferta	63
2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta.	65
2.5.4 Análisis de la Situación Actual de la Competencia	75
2.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	75
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO	76
2.7.1. Estructura de los canales actuales.	76
2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales	76
2.7.3. Selección de los canales de comercialización	77
2.8. PRECIO	78
2.8.1. Análisis de precios de la competencia	78
2.8.2. Estrategias de fijación de precios	79
2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION	79
2.9.1 Objetivos	79
2.9.2 Logotipo	80
2.9.3 Slogan	81

2.9.4 Análisis de medios.	81
2.9.5 Selección de medios.	81
2.9.6 Estrategias Publicitarias.	82
2.9.7 Presupuesto De publicidad y promoción.	83
2.9.7.1 De lanzamiento	83
2.9.7.2 De operación.	84
2.10. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	84
3. ESTUDIO TÉCNICO	87
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	87
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	87
3.1.2. Factores que determinan el tamaño de un proyecto.	87
3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda	87
3.1.2.2. El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.	88
3.1.2.3. El tamaño del proyecto y La tecnología y equipos	89
3.1.2.4. El tamaño del proyecto y la localización.	92
3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento.	92
3.1.3. Capacidad del proyecto	92
3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto.	93
3.1.3.2. Capacidad instalada.	94
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	95
3.2 LOCALIZACIÓN	96
3.2.1 Macro localización.	96
3.2.2 Micro localización.	97
3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO	101
3.3.1 Ficha técnica del producto.	101
3.3.2 Descripción técnica del proceso	102
3.3.2.1 Diseño de los Bolsos	102
3.3.2.2 Compra de Materia prima	102
3.3.2.3 Producción del Bolso	103

3.3.2.4 Manejo de Desechos	104
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	105
3.3.4 Control de calidad.	106
3.3.5 Recursos	108
3.3.5.1 Recurso humano	108
3.3.5.2 Recurso físico	109
3.3.5.3 Recurso de insumos (M. prima, materiales, inventarios, proveedor)	
Por línea de producto	109
3.3.6 Análisis de Proveedores. MATERIA PRIMA (Retazos):	110
3.3.7 Distribución de planta.	112
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA	117
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	119
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.	119
4.1.1. Constitución Legal.	119
4.2. CULTURA ORGANIZACIONAL	120
4.2.1. Visión	120
4.2.2. Misión	121
4.2.3 Objetivos	121
4.2.4. Políticas	122
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	123
4.3.1. Organigrama	123
4.3.2 Descripción y Perfil de Cargos.	124
4.3.4 Asignación Salarial.	130
4.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO.	131
5. ESTUDIO FINANCIERO	133
5.1. INVERSIONES	133
5.1.1 Inversión fija.	133

5.1.1.1 Terreno.	133
5.1.1.2 Construcción y adecuación	134
5.1.1.3 Maquinaria y Equipo:	135
5.1.1.4 Muebles y Enseres	135
5.1.1.5 Equipos de Oficina	136
5.1.1.6 Herramientas	136
5.1.1.7 Total inversión fija:	136
5.1.2 Inversión en Activos Diferidos.	137
5.1.3 Inversión de Capital de Trabajo.	138
5.1.3.1 Costo de producción	138
5.1.3.2 Materias primas.	138
5.1.3.2.1 Mano de obra directa.	139
5.1.3.3. Costos Indirectos de fabricación	139
5.1.3.3.1 Total costos de producción	140
5.1.3.4. Gastos de administración y ventas.	140
5.1.3.5 Gastos Financieros	140
5.1.3.6 Total Capital de Trabajo	141
5.1.4. Inversión Total.	141
5.1.5 Fuentes de Financiación	141
5.2 COSTOS Y GASTOS	141
5.2.1 Costos Fijos	141
5.2.2 Costos Variables.	142
5.2.3 Costos Totales Unitarios:	142
5.3 PRECIO DE VENTA	142
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	143
5.4.1. Ingresos	144
5.4.2 Egresos	144
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	145
5.5.1 Estado de resultados Proyectados a 5 años	145
5.5.2 .Flujo de Caja Proyectado	145

5.5.3 Balance General Inicial y Proyectado	146
5.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	147
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO	149
6.1. EVALUACION SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	149
6.2. EVALUACIÓN AMBIENTAL	151
6.2.1. Matriz de evaluación de impactos (agua, suelo, aire, manejo de desechos, depredación de recursos naturales)	152
6.2.2. Plan de mitigación.	153
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.	153
6.3.1. Valor presente neto VPN	154
6.3.2. Tasa interna retorno TIR	154
6.3.3. Período de recuperación	155
6.3.4. Análisis de las Razones Financieras	155
6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO	156
7. CONCLUSIONES	157
8. RECOMENDACIONES	159
BIBLIOGRAFIA	161
ANEXOS	162

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. ¿Actualmente usted compra Bolsos?	47
Tabla 2. ¿Con qué frecuencia compra usted bolsos?	48
Tabla 3. ¿Qué Bolsos compra al año según el material?	49
Tabla 4. ¿Según el material cuánto pagó la última vez?	50
Tabla 5. ¿En qué sitio acostumbra a comprar estos productos?	51
Tabla 6. ¿Qué marca acostumbra a comprar?	52
Tabla 7. Seleccione 3 de los siguientes atributos a la hora de compra de un bolso	53
Tabla 8. ¿Le gustaría comprar Bolsos diseñados a su gusto?	54
Tabla 9. ¿Conoce alguna empresa en la localidad dedicada a la fabricación de bolsos a base de retazos en tela?	55
Tabla 10. Si en la localidad existiera una empresa dedicada a la elaboración de bolsos a base de retazos en tela, usted estaría dispuesto a apoyarla?	56
Tabla 11. Compraría usted bolsos elaborados en retazos de tela?	57
Tabla 12.Cuál de los siguientes tamaños se acopla a los gustos utilizados en los bolsos que compra?	58
Tabla 13. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un bolso elaborado en retazos de tela?	59
Tabla 14. A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la venta de este producto?	60
Tabla 15. Compra usted bolsos de tela para la venta en su establecimiento comercial?	66
Tabla 16. Que marcas acostumbra a comprar para la venta	67
Tabla 17. Cuantos bolsos vende en su local comercial al mes?	68
Tabla 18. Cuál es la frecuencia con la que hace las compras de estos productos para surtir el local comercial y cumplir con las necesidades del cliente?	69

Tabla 19. Cuál es el precio promedio de venta en su negocio?	70
Tabla 20. Cuál es el método aplicado por los proveedores a la hora de pagos?	71
Tabla 21. Cuál de los siguientes medios utiliza con más frecuencia para la realización de pedidos?	72
Tabla 22. Cuál de los siguientes factores es más importante para usted a la hora de escoger un proveedor?	73
Tabla 23. Estaría dispuesta a comprar a un proveedor de la localidad teniendo en cuenta la calidad, el servicio y los precios?	74

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Especificaciones del producto	40
Cuadro 2. Necesidades de información	44
Cuadro 3. Ficha Técnica	44
Cuadro 4. Demanda Total de Bolsos.	61
Cuadro 5. Calculo de la demanda efectiva del bolso elaborado en retazos de tela.	62
Cuadro 6. Proyección de la demanda.	62
Cuadro 7. Necesidades de información	63
Cuadro 8. Ficha Técnica de la oferta	63
Cuadro 9. Proyección de la oferta.	75
Cuadro 10. Demanda potencial insatisfecha	76
Cuadro 11. Precios de venta actuales locales comerciales.	78
Cuadro 12. De Lanzamiento	83
Cuadro 13. Presupuesto Operacional Mensual	84
Cuadro 14. Costos suministro de materia prima.	89
Cuadro 15. Características Maquina Plana	90
Cuadro 16. Características maquina Cortadora	90
Cuadro 17. Características maquina Fileteadora.	91
Cuadro 18. Características Plancha seco	92
Cuadro 19. Capacidad diseñada.	93
Cuadro 20. Capacidad Instalada	95
Cuadro 21. Capacidad utilizada	96
Cuadro 22. Capacidad Proyectada	96
Cuadro 23. Método de Puntos.	98
Cuadro 24. División y grados de los factores	98
Cuadro 25. Grados de cada factor	99
Cuadro 26. Análisis de factores para la Localización	100

Cuadro 27. Ficha Técnica Producto, Ref. 2012-05	102
Cuadro 28. Recurso de Insumo	110
Cuadro 29. Suministro materia prima (Retazos) por proveedores	111
Cuadro 30. Proveedores.	112
Cuadro 31. Asignación de Salarios personal de la empresa.	130
Cuadro 32. Liquidación de Prestaciones Sociales.	130
Cuadro 33. Adecuación y construcciones locativas de la planta física	134
Cuadro 34 Maquinaria	135
Cuadro 35 Muebles y Enseres	135
Cuadro 36 Equipos de Oficina	136
Cuadro 37 Utensilios y Herramientas	136
Cuadro 38 Total Activos	136
Cuadro 39 Inversión Diferida	137
Cuadro 40 Capital de trabajo	138
Cuadro 41 Materia Prima	138
Cuadro 42. Mano de Obra Directa	139
Cuadro 43 Costos Indirectos de Fabricación	139
Cuadro 44 Total Costos de Producción.	140
Cuadro 45 Presupuesto de Gastos de Admón. y Ventas	140
Cuadro 46. Gastos financieros intereses por año	140
Cuadro 47. Total de Capital de Trabajo	141
Cuadro 48. Inversión Total	141
Cuadro 49. Fuentes de Financiación	141
Cuadro 50. Costos Fijos.	142
Cuadro 51 Costos Variables	142
Cuadro 52 Costos Totales	142
Cuadro 53. Precio de Venta	143
Cuadro 54. Proyección de Ingresos	144
Cuadro 55. Proyecciones de Egresos	144
Cuadro 56. Estado De Resultados	145

Cuadro 57 flujos de caja	145
Cuadro 58 VPN	154
Cuadro 59 TIR	155
Cuadro 60. Punto de equilibrio	156

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Ubicación de San Alberto en el departamento del Cesar.	31
Figura 2. Canal seleccionado para la comercialización	78
Figura 3. Logotipo Retazos	80
Figura 4. Slogan de la empresa.	81
Figura 5. Localización geográfica del municipio de San Alberto –Cesar.	97
Figura 6. Casco urbano del municipio de San Alberto – Cesar	101
Figura 7. Proceso técnico para producción de un Bolso elaborado en retazos de tela.	105
Figura 8. Diagrama de flujo producción del bolso	106
Figura 9. Distribución según proceso	113
Figura 10. Distribución física de la empresa	116
Figura 11. Organigrama Retazos Ltda.	123

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Gráfico1. Cantidad de personas que adquieren bolsos	47
Gráfico 2. Cantidad de bolsos comprados al año	48
Gráfico 3. Compra de bolsos al año	49
Gráfico 4. Dinero destinado para la compra de bolsos	50
Gráfico 5. Lugares donde adquiere este producto	51
Gráfico 6. Cantidad según preferencia de bolsos por la marca	52
Gráfico 7. Características que se debe tener en cuenta para comprar un bolso	53
Gráfico 8. Porcentaje adquisitivo según el gusto	54
Gráfico 9. Existencia de empresas en la zona productoras de bolsos	55
Gráfico 10. Nivel de aceptación y apoyo del producto en la localidad	56
Gráfico 11. Cantidad de personas que adquirirían el producto	57
Gráfico 12. Tamaño preferido para un bolso elaborado en retazos de tela	58
Gráfico 13. Dinero destinado para la compra de un bolso	59
Gráfico 14. Medios de divulgación para la venta de bolsos	60
Gráfico 15. Provisión de bolsos para la comercialización en el establecimiento	66
Gráfico 16. Abastecimiento de bolsos según las marcas	67
Gráfico 17. Cantidad de bolso más vendido en locales comerciales.	68
Gráfico 18. Frecuencia de compra de bolsos para surtir el establecimiento comercial.	69
Gráfico 19. Precio promedio por tamaño para la venta	70
Gráfico 20. Forma de pago a los proveedores	71
Gráfico 21. Medios utilizados con frecuencia para realizar los pedidos	72
Gráfico 22. Factores relevantes por Ud. a la hora de escoger un proveedor.	73
Gráfico 23. Realizaría negocios con proveedores locales teniendo en cuenta factores relevantes para la adquisición de este tipo de productos.	74
Grafico 24. Canal de comercialización	76

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A: Formato encuesta demanda.	162
Anexo B.Formato encuesta Oferta.	165

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE PRODUCTORA DE BOLSOS EN RETAZOS DE TELA EN EL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO – CESAR*

AUTORES: DOMINGUEZ JIMENEZ, Leonardo Fabio.
AGUDELO PRADA, Lindy Paola.^{1**}

PALABRAS CLAVES: Diseño, exclusividad, únicos, calidad, innovación, económico.

CONTENIDO:

En la actualidad la adquisición de bolsos por el género femenino ha incrementado a grandes rasgos, pues la variedad, exclusividad y diseños han permitido que se incursionen en el mercado mundial con facilidad, permitiendo a su vez la diversidad de precios, marcas, materia prima, entre otros.

En Colombia, la producción de bolsos se mantiene estable, pero sin dejar de un lado la importación de bolsos extranjeros, en la localidad no existe una empresa que se dedique a la producción de bolsos, razón por la cual se plantea la creación de una empresa productora de bolsos a base de retazos de tela en la localidad que cumpla con los estándares de calidad, diseño y exclusividad.

En San Alberto Cesar, se comercializa bolsos en diferentes tipos de materia prima, procedentes de grandes empresas a nivel nacional que abarcan el mercado local y lo venden de manera informal, como son TOTTO, Pelanas, por catálogo, entre otros, contando que un 93% de la población objetivo está de acuerdo con el montaje de una empresa productora con la promesa de adquisición de este producto en la localidad.

Realizamos un estudio para determinar la factibilidad de la creación de una empresa productora de Bolsos a base de retazos de tela en la localidad de San Alberto Cesar, con personal calificado para satisfacer la demanda del mercado.

*Trabajo de grado

**Facultad: Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia- Gestión Empresarial,
Director: Alejandro Mantilla Cáceres In. Industrial UIS

SUMMARY

TITLE: FEASIBILITY FOR ON CREATION PRODUCER'S COMPANY OF PURSES IN REMNANTS OF FABRIC IN THE MUNICIPALITY SAN ALBERTO – CESAR.*

AUTHORS STOP: DOMINGUEZ JIMENEZ, Leonardo Fabio.
AGUDELO PRADA, Lindy Paola.**

KEY WORDS: Design, exclusivity, only ones, quality, innovation, economic.

CONTENT:

At present the acquisition of purses for the feminine kind has increased in outline, so the variety, exclusivity and designs have allowed that they should penetrate on the world market with facility, allowing in turn the diversity of prices, brands, raw material, between others. In Colombia, the production of purses is kept stable, but without leaving of a side the import of foreign purses, in the locality there does not exist a company that one dedicates to the production of purses, reason for which there appears the creation of a producing company of purses based on remnants of fabric in the locality that expires with the standards of quality, design and exclusivity.

In San Alberto To stop, purses are commercialized in different types of raw material, proceeding from big national companies that include the local market and sell it in an informal way, since they are TOTTO, Pelanas, for catalogue, between others, counting that I target 93 % of the population it agrees with the assembly of a producing company with the promise of acquisition of this product in the locality.

We realize a study to determine the feasibility of the creation of a producing company of Purses based on remnants of fabric in San Alberto's locality To stop, with personnel qualified to satisfy the demand of the market.

* Trabajo de grado

**Facultad: Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia- Gestión Empresarial,
Director: Alejandro Mantilla Cáceres In. Industrial UIS

GLOSARIO

ACTIVIDAD: es el conjunto de operaciones o tareas que le son propias a una empresa o a una persona se designa con el termino de actividad; actividad empresarial.

ARTESANÍA: actividad de transformación para la producción de bienes que se realiza a través de los oficios y que se llevan a cabo con predominio de la energía humana de trabajo, física y mental, complementada, generalmente, con herramientas y máquinas relativamente simples; condicionada por el medio ambiente físico y por el desarrollo histórico. Actividad con la que se obtiene un resultado final individualizado (producto específico), que cumple una función utilitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte que expresa valores culturales de un contexto social al cual contribuye a caracterizar.

ARTESANO: persona que ejerce una actividad profesional creativa en torno de un oficio concreto en un nivel preponderante manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas. Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes útiles su esfuerzo físico y mental.

BORDADOS: actividad que consiste en la decoración de textiles y cintas, mediante la ejecución de labrados y/o altos relieves hechos en hilo utilizando principalmente agujas y pequeñas herramientas de corte. Se destaca la especialidad del encaje, que es un tejido ligero y labrado elaborado principal o casi exclusivamente con hilos de seda. Dentro del bordado se pueden encontrar las técnicas del macramé, el bolillo y otros de menos difusión.

El equipo de trabajo es considerablemente elemental, representado básicamente por agujas, tijeras y cuchillas, todos muy finos; tambores (aros dobles que sirven de soporte). Actualmente, se están utilizando máquinas especializadas, que hacen más exigentes las expectativas respecto del diseño del acabado y su calidad estética.

CONFECCIÓN: la palabra confección, presenta un uso recurrente en nuestro idioma, en tanto, es empleada para expresar diversas cuestiones. Su uso es más general y amplio permite dar cuenta de la realización de cosas, actividades, tareas entre otras alternativas las cuales, mayormente, se armaran y harán mediante la unión de diferentes partes.

ELABORACIÓN: podemos decir que es el proceso de trabajo, construcción y preparación de materiales, objetos o cosas para transformarlas en elementos de mayor complejidad. La elaboración puede darse sobre materias primas u otros objetos, como también en espacios teóricos como cuando se habla de la elaboración hipótesis, discursos o teorías. La elaboración es entonces la primer instancia de construcción de cualquier tipo de producto humano ya que es en ella en la cual se da forma a lo que posteriormente se transformara en el resultado de la operación.

MATERIA PRIMA: la materia es una sustancia que componen los cuerpos físicos, la misma está conformada por partículas elementales. En tanto, la materia prima es cada una de las materias que empleara la industria para conversión de productos elaborados generalmente, las materias primas son extraídas de la misma naturaleza, sometiéndolas luego a un proceso de transformación que desembocara en la elaboración de productos de consumo.

MECANISMOS: se designa como el termino de mecanismo al aquel conjunto de elementos, mayoritariamente rígidos que tiene como razón de ser transmitir o comenzar un movimiento.

SECTOR: parte de una clase o grupo que presenta caracteres particulares. Ámbito en el que se desarrolla una actividad económica.

SOBRANTES: se aplica a la parte de una cosa que queda sin ser utilizada.

SUBSECTOR: sector económico o social integrado en otro más amplio.

INTRODUCCION

Es indudable que cada vez más los aspectos de la vida cotidiana del ser humano están diariamente relacionados con las empresas u organizaciones, estas modelan la vida de las personas y en muchos casos la vida dependen de ellas; Las empresas son unidades de producción, transformación, administración para prestar un servicio satisfaciendo así las necesidades humanas y esto conducirá a la obtención de alguna clase de utilidad para sus representantes. Estas nacen debido a las necesidades o condiciones económicas que conllevan a las personas a generar sus propias fuentes de ingreso. Una empresa requiere principalmente de una razón de ser, unas estrategias, misión, objetivos, tácticas y políticas de acción.

Así como dentro de este planteamiento nace la idea de realizar un estudio de “Factibilidad para la creación de una empresa productora de bolsos a base de retazos de tela en el municipio de San Alberto Cesar”, orientado ala población cuyo género es el femenino y sus edades oscilan entre los 14 – 50 años, como respuesta a los cambios de épocas, la moda y el estilo de vida de las mujeres en la actualidad, donde han incluido dentro de su forma de vestir los bolsos, siendo estos accesorios que van acorde a sus gustos y personalidad.

El proyecto se realizó teniendo en cuenta la estructura definida para la presentación del mismo, en donde el capítulo primero se contempla las generalidades base para el estudio, la situación histórica, el contexto geográfico del municipio de San Alberto Cesar y aspectos legales que son relevantes para la conformación de la empresa.

Por consiguiente en el capítulo segundo se condensa el estudio de mercado se encuentra los componentes fuertes en el mercado; la demanda y la oferta, se

definen las descripciones del producto principal y sus sustitutos. Para la recolección de la información se aplica un instrumento denominado la encuesta que permitió cuantificar la demanda y la oferta; arrojando datos relevantes para la viabilidad del proyecto en el mercado local, y a su vez se establece el canal de comercialización, la publicidad y mercadeo que se usara para promocionar el producto dentro y fuera de la localidad.

El capítulo tercero corresponde al estudio técnico y se identifica el tamaño del proyecto y los respectivos factores condicionantes, la macro y micro localización en el municipio de San Alberto Cesar; también se puntualiza el aspecto de la ingeniería del producto, realizando la descripción del bolso, sus procesos, insumos requeridos para el mismo y sus proveedores, y el control de calidad.

El estudio administrativo que corresponde al capítulo cuarto, comprende la estructura organizacional con que contaría la empresa, encuentra los diferentes aspectos legales, su constitución y razón social; se define también el organigrama, la misión, visión, los objetivos, la estructura salarial y las políticas de personal, compra y venta.

En el capítulo quinto se elabora el estudio financiero y se determinó cual es la inversión necesaria para la puesta en marcha de la empresa en tres aspectos fundamentales como son: la Inversión diferida, la fija y el Capital de trabajo, también se establecen los presupuestos de costos y gastos e ingresos de operación del proceso productivo, y estos permiten la elaboración de los estados financieros y el cálculo del punto de equilibrio.

La evaluación del proyecto integrada en el capítulo sexto, se realiza teniendo en cuenta factores como lo social, ambiental y financiero, por medio del VPN –Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno (TIR), y el tiempo de recuperación de la inversión sumado las razones financieras.

Por último se resumen de forma concreta las conclusiones las cuales se llegó una vez concluido el estudio y las recomendaciones sugeridas para llevar a cabo la creación de la empresa.

1. GENERALIDADES.

1.1. PANORAMA DEL SECTOR

En la localidad existen varias microempresas dedicadas a la fabricación de prendas para vestir sobre todo para el género femenino, sin embargo los avances tecnológicos han influido hoy en día en que la moda alcance unos niveles muy altos en cuanto a la innovación, diseño exigiendo productos de buena calidad y muy económicos. El problema está relacionado con el desaprovechamiento de sobrantes de tela de un proceso que sirven como materia prima para otro. Por lo cual se presenta la oportunidad de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de bolsos para dama en la localidad de San Alberto – Cesar.

El desconocimiento de procesos técnicos y tecnológicos en la localidad permite que el montaje, la localización y el tamaño sean de fácil atención. Para el mercado objetivo, como resultado de la investigación del estudio de mercado son muchas las personas que desconocen el aprovechamiento de esta materia prima y sus posibles usos, a parte de la falta de capacidad de emprendimiento y visión de negocio por los pequeños productores de la localidad.

Todos estos factores englobados tiene que ver con la identificación de las amenazas y oportunidades en las diferentes variables como en lo económico, social, demográfico, jurídico, tecnológico del entorno local y nacional, que trae consigo nuevos proyectos empresariales teniendo en cuenta los recursos naturales, materiales, financieros y humanos que a la vez permiten generar empleo, contribuciones al estado y la satisfacción de las necesidades de la localidad y la región.

Las mujeres no siempre usaron bolsos y llevaban sus cosas esenciales en una pequeña bolsita de tela que se ataba sobre el cuerpo, por debajo de la ropa. Esta se podía sacar a través de una abertura en un bolsillo de la falda. Pero en los años 1800, telas más finas y modelos más estrechos se pusieron de moda y era imposible esconder bolsitas sin que formara un feo bulto bajo la ropa por eso comenzaron a usarse bolsas de tela y de cuero que se llevaban colgadas de los brazos y las manos, así nació el bolso como tal como lo conocemos hoy en día.

En Colombia hay mucha demanda de bolsos de tela, la mayor parte de la población los prefieren de marcas de otros países; en el municipio de San Alberto – Cesar no hay fábricas o empresas que produzcan bolsos se puede decir que el mercado nacional y local está invadido de productos importados y los nacionales se encuentran en departamentos alejados, razones por las cuales se aumenta los costos debido al flete o transporte, ocasionando esto para el posible cliente un problema por tener que pagar más por este producto, por otro lado no existe gran variedad de diseños en los almacenes o locales comerciales limitando al cliente a comprar lo que hay en el momento convirtiéndose esto en una insatisfacción del cliente.

1.2. CONTEXTO GEOGRÁFICO

Espacial.² La presente investigación se realizará en el municipio de San Alberto - Cesar, puerta de oro del Caribe Colombiano que limita NORTE: Con el municipio de San Martín a través de las Quebradas Minas y Las Micas. SUR: Con los departamentos del Santander y Norte de Santander a través del Río San Alberto del Espíritu Santo. OCCIDENTE: Con el departamento de Santander a través del Río Lebrija. ORIENTE: Con el Municipio de Ábrego - Norte de Santander en la

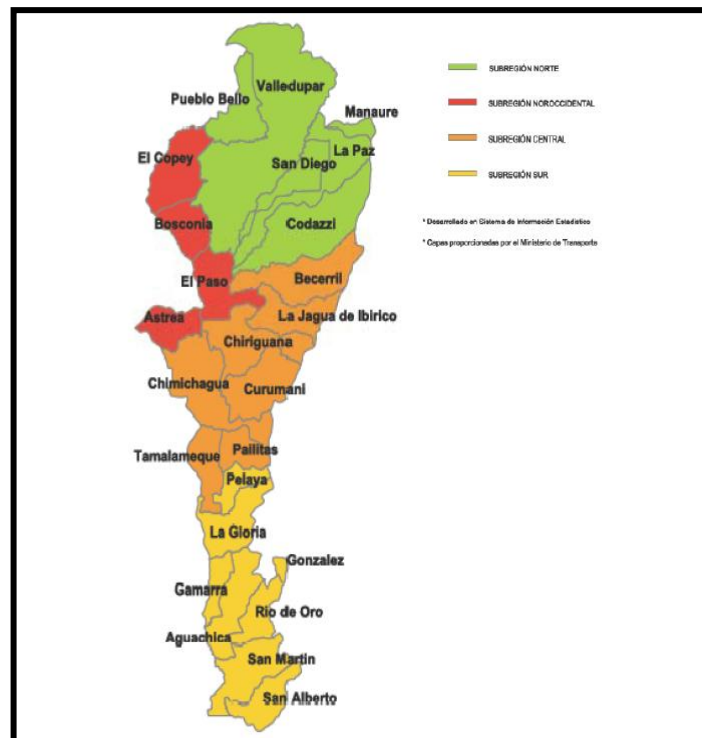
²<http://sanalberto-cesar.gov.co/nuestromunicipio.geografia> consultado abril de 2012.

división de aguas de la Loma de la Peña.

Posición Geográfica.³ San Alberto se encuentra en ubicada geográficamente con Latitud Norte: 07° 45' 09" Longitud Oeste: 73° 23' 21" al Oeste de Greenwich.

Características generales del territorio. Es considerado la puerta de oro del Caribe Colombiano, siendo paso obligatorio para cualquier viajero, bien sea que vayan hacia la costa o que vayan al interior del país, los municipios más cercanos son Aguachica, San Martín, La Esperanza (Norte de Santander), San Rafael y Sabana de Torres (Santander).

Figura 1. Ubicación de San Alberto en el departamento del Cesar.



Fuente El cesar en cifras 2009

³Ibid

Tiene comercio muy dinámico en la cabecera y en los principales núcleos poblados y esto se refleja en el número de establecimientos comerciales registrados en la municipalidad.

Dentro de las actividades de la ganadería, la producción y comercialización de leche es otra importante fuente de ingreso de la localidad. Aproximadamente existen en el Municipio 69.000 cabezas de ganado bovino, 5.200 porcinos, 1.200 ovinos, 450 equinos y 30.000 aves en galpones. La producción de leche por animal es de 4.5 litros; siendo quizás la más alta de el país.

Climatología y Superficie. San Alberto está ubicado a 125 m.s.n.m pero la parte más baja del municipio se encuentra localizada a 50 m.s.n.m. y la parte más alta se encuentra a una altura de 2600 m.s.n.m. al extremo occidente de la zona. Su temperatura media es 27°C.

Orografía. La topografía de San Alberto está conformada por las vertientes que se encuentran localizadas al oriente y ocupan aproximadamente un 30% del área; La zona de las Colinas y Piedemontes se encuentran en el centro de la zona y ocupan aproximadamente el 15% del área; Los Valles Planos y Depreciaciones aluviales se encuentran en el centro - Occidente ocupando aproximadamente el 55% del área total.

Hidrografía. Los principales ríos son: El Río Cáchira, y las subcuentas como El Río San Alberto, Caño Los Toches - Caño Doradas la Quebrada San Albertico o Pescado y las micro cuencas como San Alberto, Alto Qbda Jesús Belén, Qbda Aguas Caliente, Qbda San Francisco, San Alberto Medio, Caño Maceno, – Qbda La Llana, Alto Qbda Guaduas, - Las Burras (Reúne Los caños Guajiro, Chilacoa y Mono). ⁴

⁴ EOT Municipio San Alberto Cesar, consultado Agosto de 2012.

Población.⁵ El municipio de San Alberto cuenta con una población de 23.224 habitantes. En el que 11.724 son hombres y 11.500 son mujeres de todas las edades.

San Alberto Puerta de Oro del Cesar⁶

El municipio de San Alberto Cesar, fue fundado el 20 de mayo de 1.955 por el señor LUIS FELIPE RIVERA JAIMES. El proceso de poblamiento de buena parte del Magdalena Medio, hasta San Alberto y San Martín, está indisolublemente ligado a las migraciones que generó el proceso de la Violencia, en los años cincuenta.

La construcción de la vía férrea es sin embargo, el referente más importante para explicar cómo se ocupó ésta zona, que hasta los años cuarenta estaba prácticamente despoblada. Con el ferrocarril llegaron trabajadores que se apropiaron de “tierras bajas” y se convirtieron en colonos, que ocupaban los terrenos a través de una ganadería completamente extensiva y casi “cimarrona” (es decir, con ganado prácticamente salvaje, que se marca para reafirmar derechos de propiedad sobre el área en la que éstos pastan y beben).

Para entonces, un grupo de conservadores que había sido expulsado de sus tierras en Santander, ocupó y colonizó las zonas menos angostas en las que aún había bosque primario que talar, entre los 300msnm y los 800msnm, cercaron las fincas, introdujeron ganado de mejor calidad y crearon un núcleo poblado al que podía acceder por trocha desde Bucaramanga.

Con todo, estos colonos no llegaron a disputar la propiedad de tierras cuyos títulos de propiedad se venían transfiriendo de las concesiones que hizo el Estado a

⁵ http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72
consultado en Octubre de 2012

⁶ <http://sanalberto-cesar.gov.co/nuestromunicipio.shtml?apc=l-xx-1-&s=m&m=l>

comienzos de siglo y que a su vez estaban reconociendo títulos que tenían antecedentes muy remotos. Estos colonos contribuyeron poderosamente a civilizar la zona, creando una vía de acceso terrestre y una oferta de mano de obra adaptada a las condiciones del medio.

1.3. ASPECTOS LEGALES

Los aspectos legales de una organización en el mercado, requiere de varios procedimientos, que se constituye de permisos que se deben solicitar a varias entidades públicas, por medio de documentos o el diligenciamiento de formularios, los cuales, algunos tienen un costo y se deben de pedir en las instituciones especializadas.

Colombia está regulada por el Ministerio de Industria y Comercio principalmente por las políticas que están encaminadas a fomentar la creación de empresas y la formalización del sector empresarial en el país, las aplicadas al proyecto son las siguientes:

El Reglamento de la Ley N° 29073 - LEY DEL ARTESANO Y DEL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD ARTESANAL, tiene por objeto establecer las disposiciones para la implementación del mismo, Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal.

1.3.1. LEY 36 1984. (Noviembre 19) por el cual se reglamenta la profesión del artesano y se dictan otras disposiciones.

Leyes que rigen a la Entidad

1.3.2. Decreto 1151 de 2008 (Programa Gobierno en Línea). Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la

República de Colombia, se reglamenta parcialmente la Ley 962 de 2005, y se dictan otras disposiciones.

1.3.3. Ley 1562 del 11 de Julio de 2012 (Reforma a la Seguridad Social). "por la cual se modifica el sistema de riesgos laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional.

1.3.4. Ley 1010 de 2006 (Ley de Acoso laboral). Por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo.

1.3.5. Ley 797 de 2003 (Sistema General de Pensiones). Por la cual se reforman algunas disposiciones del sistema general de pensiones previsto en la Ley 100 de 1993 y se adoptan disposiciones sobre los Regímenes Pensionales exceptuados y especiales.

1.3.6. Ley 527 de 1999 (Regulación Comercio Electrónico). Esta ley define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, establece las entidades de certificación de firmas y dicta otras disposiciones frente al comercio electrónico.

1.3.7. Ley 100 de 1993 (Régimen General de Seguridad Social). Por medio de la Ley 100 se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones.

1.3.8. Decreto 624 de 1989 (Estatuto Tributario). Por el cual se expide el Estatuto Tributario de los impuestos administrados por la Dirección General de Impuesto Nacionales.

1.3.9. Ley 4 de 1992 (Régimen salarial y prestaciones de los empleados públicos). Mediante esta ley se señalan las normas, objetivos y criterios que debe observar el Gobierno Nacional para la fijación del régimen salarial y prestaciones de los empleados públicos, de los miembros del Congreso Nacional y de la Fuerza Pública y para la fijación de las prestaciones sociales de los Trabajadores Oficiales.

1.3.10. Ley 1429 de 2010 (Ley del primer empleo). La presente Ley tiene por objeto la formalización y la generación de empleo, con el fin de generar incentivos a la formalización en las etapas iniciales de la creación de empresas; de tal manera que aumenten los beneficios y disminuyan los costos de formalizarse.

1.3.11. Ley 1014 de 2006 (Ley de fomento a la cultura del emprendimiento). Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Realizar un estudio de mercados mediante la recolección de información que permita conocer las variables de la mercadotecnia, como la demanda, canales de comercialización, proveedores, competencia, fabricación, oferta, precios y demás, a través de las cuales se pueda crear una empresa de producción y comercialización de bolsos para damas a base de retazos de tela en el municipio de San Alberto – Cesar.

2.1.2 Específicos.

- Identificar los atributos del producto requeridos por el mercado objetivo, mediante la búsqueda de información con los usuarios potenciales y garantizar la creación de la empresa en el municipio de san Alberto (Cesar).
- Realizar un estudio de la demanda que tendrá la empresa dedicada a la producción de bolsos en el municipio de San Alberto Cesar, por medio de una encuesta aplicada directamente a la población femenina para identificar las variables controlables y no controlables relacionadas con el producto ofrecido y los gustos de los consumidores.
- Adelantar el estudio técnico teniendo en cuenta las necesidades de los clientes potenciales y poder estimar la capacidad de producción y los recursos necesarios para implementar el proyecto.
- Realizar un diagnóstico de la competencia de la empresa, mediante el análisis de la oferta actual para identificar algunas variables claves como la calidad del producto ofrecido, cantidad, servicio y sistemas de distribución usados por la misma.

- Estimar el precio de venta del producto mediante el cálculo de los costos totales y garantizar la viabilidad del proyecto.
- Determinar la población potencial y objetiva que usará el producto mediante la identificación de las características de gustos y necesidades que garantizara la viabilidad de creación de la empresa.
- Establecer los canales de distribución, estrategias publicitarias, promocionales, y las estrategias de ventas adecuados por medio de información primaria y secundaria que permitan el establecimiento y crecimiento de la empresa en el municipio.

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

2.2.1. Descripción, Usos y especificaciones del producto

2.2.1.1 Descripción.Bolsa, del latín Bursa, es una especie de saco de papel, plástico, tela u otro material, que se utiliza para guardar o trasladar cosas. Por lo general se puede llevar a mano o colgado de un hombro.⁷

Bolso elaborado en retazos de tela, combinado en diferentes tipos de tela. Novedoso y cómodo para mujeres modernas que prefieren la innovación y estar a la moda. Con cierres, forro y bolsillos internos para mayor seguridad, correa que sirve al mismo tiempo para cargarlo en la mano o al hombro brindando comodidad. Cabe recalcar que la finalidad de los diseños es que sean exclusivos y personalizados por lo cual pueden variar dependiendo de cada uno de los clientes, en cuanto a tipos de tela, accesorios y colores. (Ver cuadro 03).

2.2.1.2 Usos.El bolso, no es más que un simple accesorio, sino que es el complemento indispensable que acompaña a todas partes y en toda ocasión a las

⁷ <http://definicion.de/bolsa/>

mujeres, por lo cual su principal uso es transportar un número reducido de objetos que una mujer necesita en todo momento como cosméticos, perfumes, accesorios, guantes, entre muchas otras cosas.

Los bolsos independiente de su tamaño grandes, medianos o pequeños, o de cualquier tipo de material, siempre serán los compañeros ideales de las mujeres en cada una de las diferentes actividades diarias como para ir a trabajar, ir de compras , a la playa o como para asistir a una fiesta, otro factor para tener cuenta y que tiene un rol importante en la apariencia, por eso a la hora de elegir un bolso se las características para adquirir este producto son: Los colores cuyos tonos deben estar acorde a como se visten las mujeres para realizar la combinación ideal, no se puede pasar por alto la constitución en física de cada mujer ya que dependiendo de su cuerpo (tamaño, estatura, peso) debe usar un determinado tipo de bolso, en el caso de las mujeres delgadas el uso del bolso debe usar un tamaño mediano.

2.2.1.3 Especificaciones del producto. A continuación se describirá detalladamente el producto que se ofertará en el mercado; existirán inicialmente cinco referencias de diversos tamaños los cuales serán esbozados por un profesional:

Cuadro 1. Especificaciones del producto

	REFERENCIA	CASUAL 2012-01
	ESTILO	OVALADO
	MEDIDAS	
	BASE	80 Centímetros
	ANCHO	30 Centímetros
	MANIJA	95 Cm de largo x 3 cm de ancho
	REFERENCIA	INFORMAL 2012-02
	ESTILO	RECTANGULAR
	MEDIDAS	
	CUERPO	32 Cm de largo x 35 cm de ancho
	MANIJA	95 Cm de largo x 3 cm de ancho
	ENCAJE	50 Cm de largo x 3 cm de ancho
	REFERENCIA	TRAPITOS 2012-03
	ESTILO	OVALADO
	MEDIDAS	
	ANCHO	30 Centímetros
	BASE OVALADA	74 Centímetros
	MANIJA	108 Cm de largo x 3 cm de ancho
	REFERENCIA	ELEGANT 2012-04
	ESTILO	RECTANGULAR
	MEDIDAS	
	CUERPO	32 Cm de largo x 35 cm de ancho
	MANIJA	26 cm Elaborado en madera
	BASE	35 Centímetros
	REFERENCIA	DEPORTIVO 2012-05
	ESTILO	CUADRADO
	MEDIDAS	
	ANCHO	35 Centímetros
	MANIJA	85 Cm de Largo x 5 cm de ancho
	BASE	35 Centímetros

Fotografías tomadas de Bolsos Elaborados por proponentes del proyecto

2.2.2 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.

Las mujeres que adquirirían este producto lo harán por las siguientes razones que hacen la diferencia de los demás:

- **Innovador:** En la localidad no existe alguna empresa dedicada a esta actividad.
- **Diseños:** Encontraría bolsos de diferentes diseños apropiándose a cada una de las personas del mercado objetivo. Ofrece también la posibilidad de personalizar los bolsos, combinando colores con las especificaciones que deseen los clientes.
- **Calidad:** La excelente calidad en materiales y acabados son otro de los atributos diferenciadores de estos complementos fabricados de forma artesanal.
- **Servicio De Asesoría Técnica:** Se incluye este servicio en la medida que orienta al cliente respecto de los diseños, modelos y materiales con los cuales puede ser confeccionado, el tamaño, el color y las aplicaciones que podrían llevar, para conservar su estilo artesanal y a la vez contemporáneo, de acuerdo con las tendencias de la moda.
- **Servicios de reparación:** en caso de sufrir algún daño al momento de su uso como costuras sueltas, caída de etiquetas, daños que puedan ser catalogados como fallas de producción del bolso; se contará con este servicio de manera inmediata sin ningún costo. Teniendo en cuenta daños ocasionados que no sean de sobre peso, puesto que los bolsos están diseñados para cargar aproximadamente 2 kilos.
- **Económico:** teniendo en cuenta el poder adquisitivo de los clientes a los cuales va orientado, se tendrá la opción de escoger bolsos de diferentes precios, lo

cual facilitará la adquisición de los mismos, aclarando que este tipo de bolsos artesanales son más económicos que el resto de bolsos existentes en el mercado.

- Tiempo de Entrega: en caso de no tener en existencia un tipo de bolso escogido por un cliente, se procederá a confeccionar el mismo y se entregan en un plazo no mayor a las 72 horas.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. El mercado potencial de la empresa dedicada a la elaboración de bolsos a base de retazos de tela estará dirigido al género femenino de la localidad de San Alberto – Cesar, que según la información tomada del DANE de las estimaciones y proyecciones de población nacional, departamental y municipal por sexo al 2012 cuenta con una población de 11.500 mujeres.⁸

2.3.2 Mercado objetivo. El mercado objetivo que se pretende abarcar está determinado a las mujeres del municipio de San Alberto – Cesar, teniendo en cuenta que el 49.4% de la población son mujeres, cuyos roles son estudiantes, adolescentes, empleadas y amas de casa, conformada por 6.419 mujeres entre las edades de 15 – 50 años del municipio de San Alberto Cesar⁹, estas serán objetivo del estudio de mercado, puesto que son las personas que más compran este tipo de productos que hacen parte del diario vestir con las últimas tendencias de la moda.

⁸ http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72
Consultado en Octubre de 2012.

⁹ http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=72
Consultado en Octubre de 2012.

2.4. INVESTIGACION DE MERCADOS

2.4.1. La demanda

2.4.1.1 Descripción del problema de investigación de mercados. San Alberto cuenta con un comercio que se encuentra en constante crecimiento, debido a las diferentes empresas que hay y que llegan a la localidad haciendo que la demanda de diferentes productos se supla de una u otra forma para llegar a satisfacer las necesidades de los clientes. Con respecto a la comercialización de bolsos se encuentra muy limitada por la poca variedad de productos y la manera en que son comercializados; implementan el canal de distribución indirecta puesto que el fabricante deja en manos la venta a los distribuidores mayoristas para que estos lleguen a los pequeños establecimientos comerciales del municipio, por la cercanía este tipo de productos son traídos de la ciudad de Bucaramanga – Santander ya que se encuentra a 107 Km de distancia.

Los tipos de bolsos que se venden con más frecuencia son cartera, morrales, bolso de mano, de viaje, carriel, escolares, maletines, monederos y riñonera, de diferentes tamaños grandes, medianos y pequeños, elaborados en materiales sintéticos, cuero, tela, lona y otros.

Entonces, respondiendo a esta demanda, se observa que en el mercado local no hay variedad, funcionalidad, innovación en el tipo de materia prima a utilizar para la elaboración de bolsos, por lo cual se realiza un estudio de mercados que demuestre la aceptación del bolso a base de retazos de tela por medio de las características del producto, la frecuencia de compra, la demanda potencial y demás, que permitirá conocer la viabilidad de la creación de la empresa, además de los diferentes factores a tener en cuenta en el estudio técnico del proyecto e incorporar atributos diferenciadores al producto terminado.

2.4.1.2 Necesidades de información

Cuadro 2. Necesidades de información

Necesidad de Información	Fuente	Primaria	Secundaria
Conocer el número de establecimientos comercializadores de bolsos	Tesorería municipal – Industria y comercio.	X	
Conocer la demanda de bolsos a base de retazos de tela	Encuesta dirigida al género femenino	X	
Estudiar los precios de los productos ofrecidos.	Artículos Internet Boletines, periódicos.		X
Establecer los canales de distribución y los factores limitantes	Internet Libros		X
Aplicar plan con estrategias de publicidad.	Boletines, Folletos, Internet, Radio.		X
Estudio de comportamiento de los clientes de la empresa	Artículos Internet Libros		X

2.4.1.3 Ficha Técnica

Cuadro 3. Ficha Técnica

Tipo de Investigación	<p>Explorativa: Para tener una mejor idea del panorama y del escenario del problema, se ha realizado un pequeño sondeo, es decir una investigación exploratoria piloto en la localidad de San Alberto – Cesar, mediante el uso de pequeñas entrevistas, el cual permitirá determinar los sectores demográficos donde se encuentran los potenciales clientes para la compra de bolsos de retazos y el rango de la edad de las mimas.</p> <p>Descriptiva: Nos permite identificar los diferentes factores que se deben tener en cuenta como la conducta en el espacio haciendo posible la asociación</p>
------------------------------	--

	de las variables.
Método de investigación	<p>Se hará observación directa de las mujeres que frecuentan los locales que comercializan el bolso para saber cuáles son las preferencias de los consumidores en relación al producto, a los puntos de venta, la frecuencia de compra, para poder determinar las ventajas y desventajas competitivas de nuestro producto con el de la competencia.</p> <p>También se aplicara un análisis que nos permita cumplir con los objetivos propuestos por medio del comportamiento a la hora de adquirir este tipo de productos.</p>
Fuentes de Información	<p>Primaria: Se utilizará la encuesta para poder obtener información directa del segmento femenino del municipio, mediante el uso de un cuestionario formal que presentan las preguntas en un orden determinado acerca del nivel de predisposición a adquirir un bolso confeccionado con retazos de tela.</p> <p>Secundarias: Departamento Nacional de Estadística, DANE, Base de Datos del Sisbén Municipal. Revistas, proyectos de grado, Internet.</p>
Instrumentos para la recolección de la información	<p>Cuestionario: el cual contiene las preguntas encaminadas a conseguir información que permita cumplir con el objetivo de la investigación de mercados. Las preguntas serán concisas, las palabras utilizadas son de fácil comprensión para poder obtener información veraz y autentica generando disposición para responder en forma acertada las diferentes preguntas.</p>
Técnica de Investigación	Encuesta dirigida a la población objetivo.
Modo de aplicación	El Cuestionario se aplicará de manera directa.
Definición de Población	Según la información tomada del DANE de las estimaciones y proyecciones de población nacional, departamental y municipal por sexo de edades de 15 a 50 años al 2012 quienes se les aplicarán encuesta 6.419 mujeres de 15 a 50 años de estratos 1,2 y 3.
Proceso de muestreo	En este estudio se realizara un muestreo probabilístico aleatorio simple y se va a utilizar la formula finita.

	<p>La muestra poblacional será determinada mediante la aplicación de la siguiente fórmula: Dónde: N: Población = 6.419 mujeres (15-50 años) Base de datos de la web DANE Información estadística 2012. Z: nivel de confiabilidad del 95% e: Error estimado 5% p: Probabilidad de éxito q: Probabilidad de no éxito o fracaso n: Muestra (encuestas)</p> $n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{e^2 (N-1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$ $n = \frac{1.96^2 (0.5 * 0.5) 6.419}{0.05^2 (6.419-1) + (0.5 * 0.5) * 1.96^2} = 362$
Marco Muestral	Mujeres de los estratos 1,2 y 3 entre 15 a 50 años que frecuentan los establecimientos comerciales del municipio de San Alberto.
Alcance	Municipio de San Alberto-Cesar.
Tiempo de aplicación	Del 11-15 de Agosto de 2013.

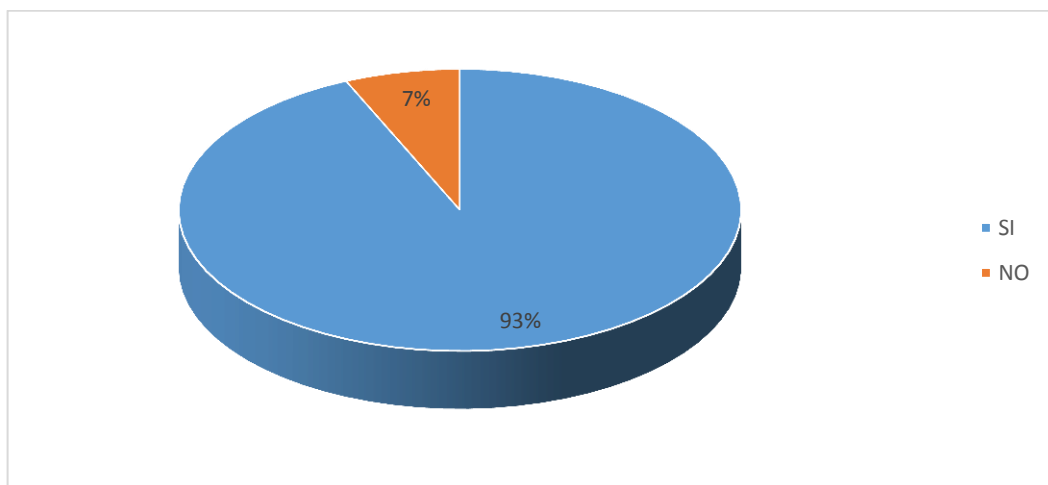
2.4.2. Tabulación y presentación y Análisis de Resultados. La información presentada en el presente análisis se recopiló a través de un trabajo de campo donde se les preguntó a 362 mujeres del municipio de San Alberto – Cesar, en edades comprendidas en un rango de 15-50 años, con profesiones que van desde las amas de casa, empleadas de empresas públicas y privadas, estudiantes de establecimientos de secundaria y universitario, docentes, madres comunitarias, comerciantes, entre otras. Esta información permitirá conocer la viabilidad del producto en el mercado, y la creación de la empresa propuesta.

Pregunta 1.

Tabla 1. ¿Actualmente usted compra Bolsos?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	338	93%
NO	24	7%
TOTAL	362	100%

Gráfico1. Cantidad de personas que adquieren bolsos



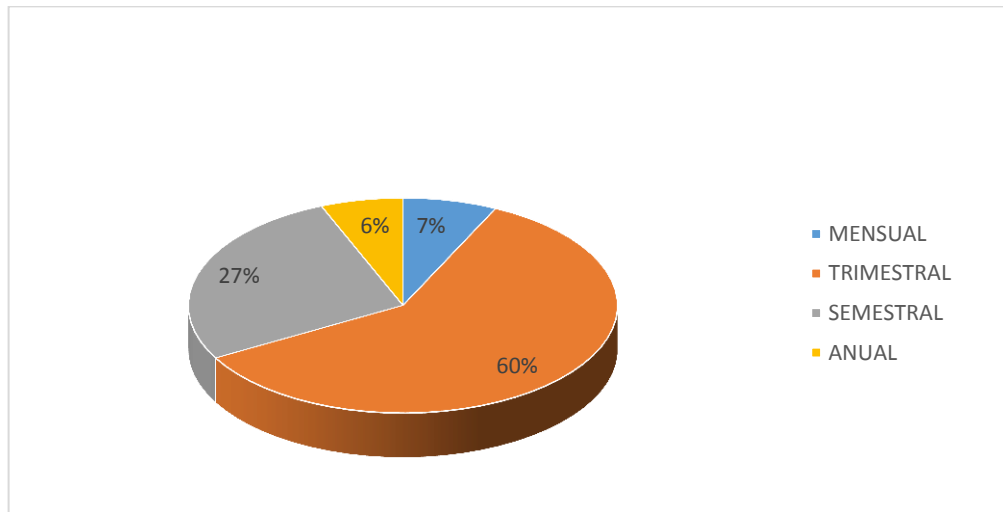
Según los resultados obtenidos de la muestra el 93% de las mujeres encuestadas compran bolsos y en una mínima cantidad el 7% no compran bolsos actualmente, por lo cual se presume que han comprado el producto con un alto nivel de adquisición y de aceptación, ya que es utilizado como un complemento a la hora de vestir para diferentes ocasiones en la vida que llevan a diario como en la parte social, laboral o estudiantil. La información obtenida muestra que en el municipio de San Alberto existe una necesidad por parte de la población femenina de comprar bolso

Pregunta 2.

Tabla 2. ¿Con qué frecuencia compra usted bolsos?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE	PONDERADO
MENSUAL	24	7%	0,07
TRIMESTRAL	202	60%	1,8
SEMESTRAL	91	27%	1,62
ANUAL	21	6%	0,72
TOTAL	338	100%	4,21

Gráfico 2. Cantidad de bolsos comprados al año



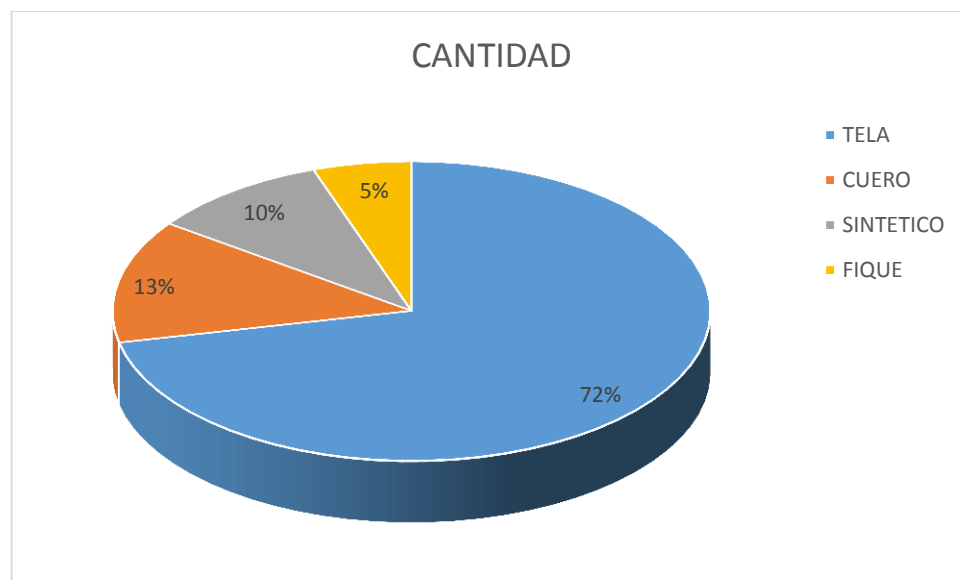
Se puede identificar que el 60% de las mujeres tiene una frecuencia de compra de bolsos trimestralmente; el 27% lo hace de forma semestral, mensual un 7% y anual un 6%, para un promedio ponderado de 4,21 meses (126 días). Esto permite estimar la producción mensual de bolsos en el municipio de los diferentes diseños y modelos requeridos por las mujeres con el objeto de estar a la moda en este producto.

Pregunta 3.

Tabla 3. ¿Qué Bolsos compra al año según el material?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
TELA	242	72%
CUERO	45	13%
SINTETICO	33	10%
FIQUE	18	5%
TOTAL	338	100%

Gráfico 3. Compra de bolsos al año



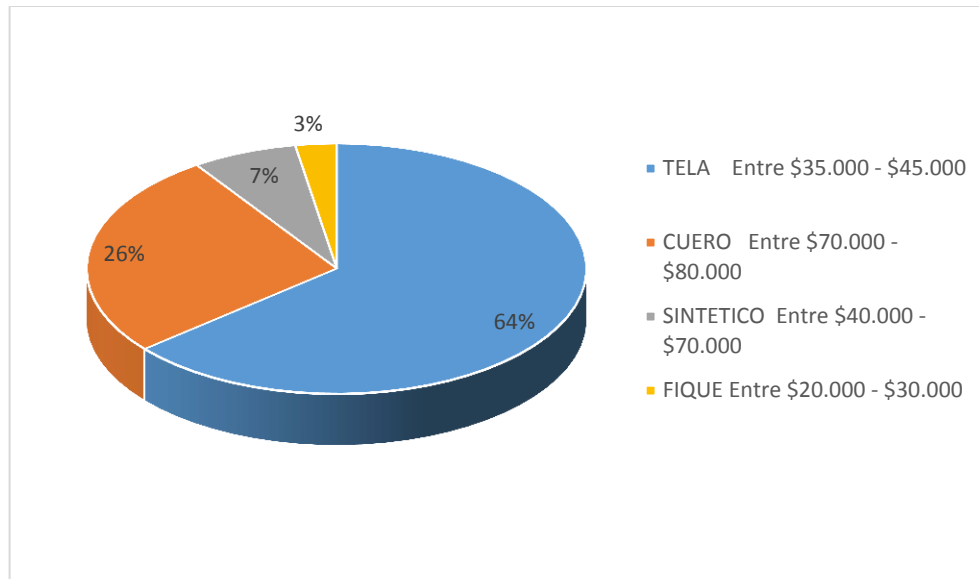
Se aprecia que dentro de los gustos a la hora de comprar un bolso el 72% de las mujeres prefieren que su materia prima sea la tela; el 5% en fique; el 10% sintético; y el 13% en cuero. Siendo esta una fortaleza para el desarrollo del proyecto, pues el material que se propone para la fabricación del bolso es el más se acopla a los gustos de las mujeres.

Pregunta 4.

Tabla 4. ¿Según el material cuánto pagó la última vez?

MATERIAL	RANGO \$	CANTIDAD	PORCENTAJE
TELA	Entre \$35.000 - \$45.000	216	64%
CUERO	Entre \$70.000 - \$80.000	90	27%
SINTETICO	Entre \$40.000 - \$70.000	23	7%
FIQUE	Entre \$20.000 - \$30.000	9	3%
TOTAL		338	100%

Gráfico 4. Dinero destinado para la compra de bolsos



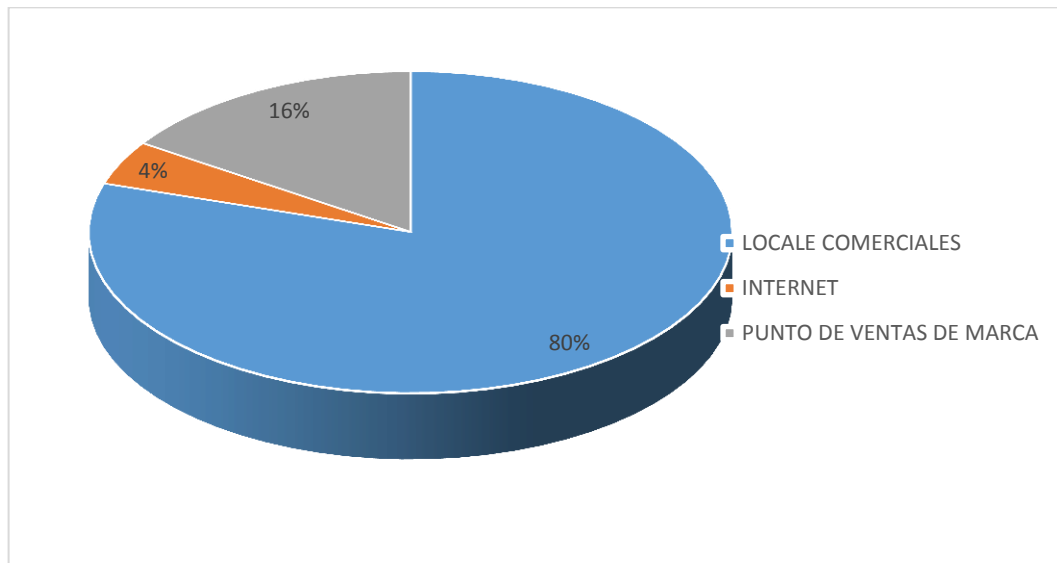
Según el material el 64% de las mujeres encuestadas de la localidad pagaron por un bolso elaborado en tela entre \$35.000 - \$45.000; el 26% pago por un bolso de cuero entre \$70.000 - \$80.000; el 7% por un bolso elaborado en material sintético entre \$40.000 - \$70.000 Y el 3% por un bolso elaborado en material Fique entre \$20.000 - \$30.000. Lo cual constituye una referencia para ser tomada en cuenta a la hora de establecer el precio de los bolsos con el fin de obtener utilidades en el desarrollo del proyecto.

Pregunta 5.

Tabla 5. ¿En qué sitio acostumbra a comprar estos productos?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
LOCALES COMERCIALES	270	80%
INTERNET	15	4%
PUNTO DE VENTAS DE MARCA	53	16%
TOTAL	338	100%

Gráfico 5. Lugares donde adquiere este producto



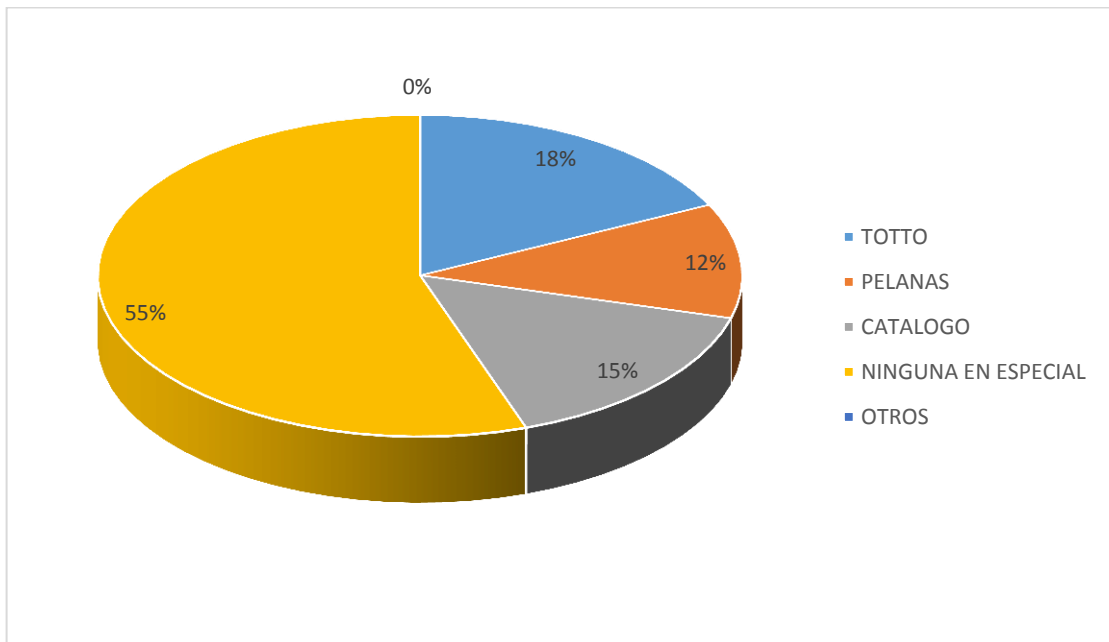
Recopilada la información las mujeres de la localidad acostumbra a comprar o adquirir este tipo de productos en locales comerciales ubicados estratégicamente donde sean de fácil localización; el 80% prefiere comprarlos en locales comerciales, el 16% en puntos de venta de la marca y el 4% en internet. Este resultado arroja que se debe implementar dentro de la empresa un punto de venta que le facilite al mercado objetivo su adquisición, y en segunda instancia ser distribuidos en locales comerciales de la localidad.

Pregunta 6.

Tabla 6. ¿Qué marca acostumbra a comprar?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
TOTTO	60	18%
PELANAS	39	12%
CATALOGO	52	15%
NINGUNA EN ESPECIAL	187	55%
OTROS	0	0%
TOTAL	338	100%

Gráfico 6. Cantidad según preferencia de bolsos por la marca



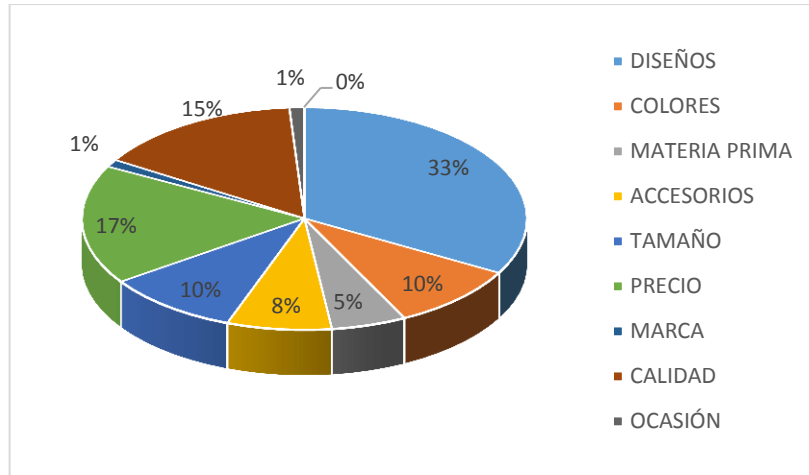
Se obtuvo que el 55% de las mujeres de la localidad de San Alberto que se les aplicó la encuesta manifiestan compra con frecuencia ninguna en especial; la marca TOTTO con un 18%; el 15% compra por catálogo y el 12% Pelanas; esto nos indica que la mayor parte de las mujeres compran bolsos de ninguna marca en especial siendo esta un punto a favor para incursionar en el mercado una nueva marca. La empresa debe competir estando al mismo nivel de estándares de calidad y servicio, siendo una ventaja para la viabilidad del proyecto.

Pregunta 7.

Tabla 7. Seleccione 3 de los siguientes atributos a la hora de compra de un bolso

ATRIBUTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
DISEÑOS	336	33%
COLORES	96	9%
MATERIA PRIMA	55	5%
ACCESORIOS	77	8%
TAMAÑO	99	10%
PRECIO	176	17%
MARCA	11	1%
CALIDAD	153	15%
OCASIÓN	11	1%
FORMA	0	0%
TOTAL	1014	100%

Gráfico 7. Características que se debe tener en cuenta para comprar un bolso



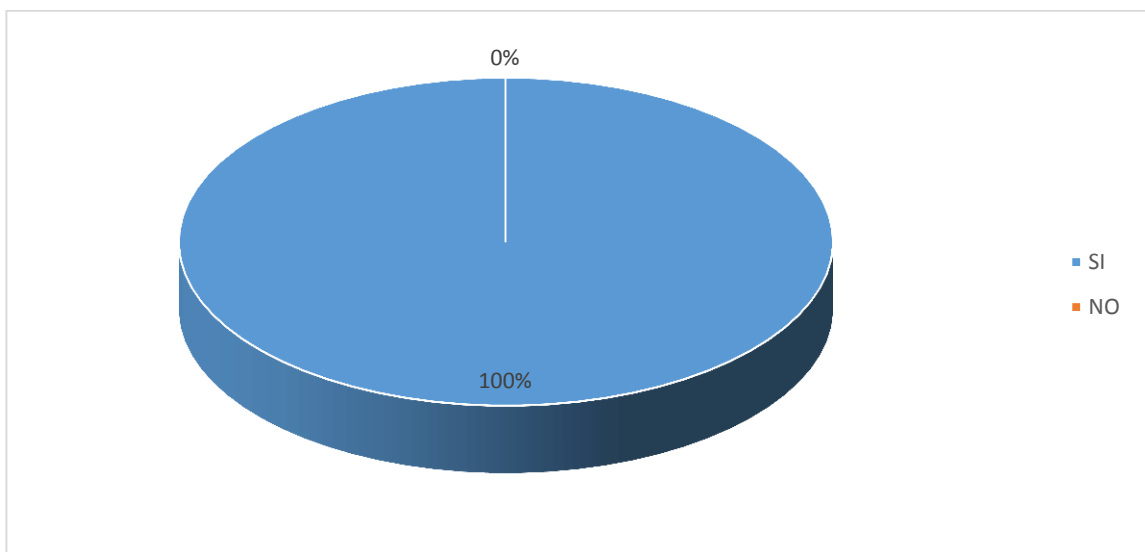
Los datos obtenidos arrojan que a la hora de comprar un bolso las mujeres prefieren tener en cuenta aspectos como los diseños con un 33%, el precio en un 17% y la calidad con en un 15%; y en un segundo plano los demás factores. Por lo tanto estos dos atributos de mayor porcentaje se tendrán en cuenta durante el diseño y elaboración del producto.

Pregunta 8.

Tabla 8. ¿Le gustaría comprar Bolsos diseñados a su gusto?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Gráfico 8. Porcentaje adquisitivo según el gusto



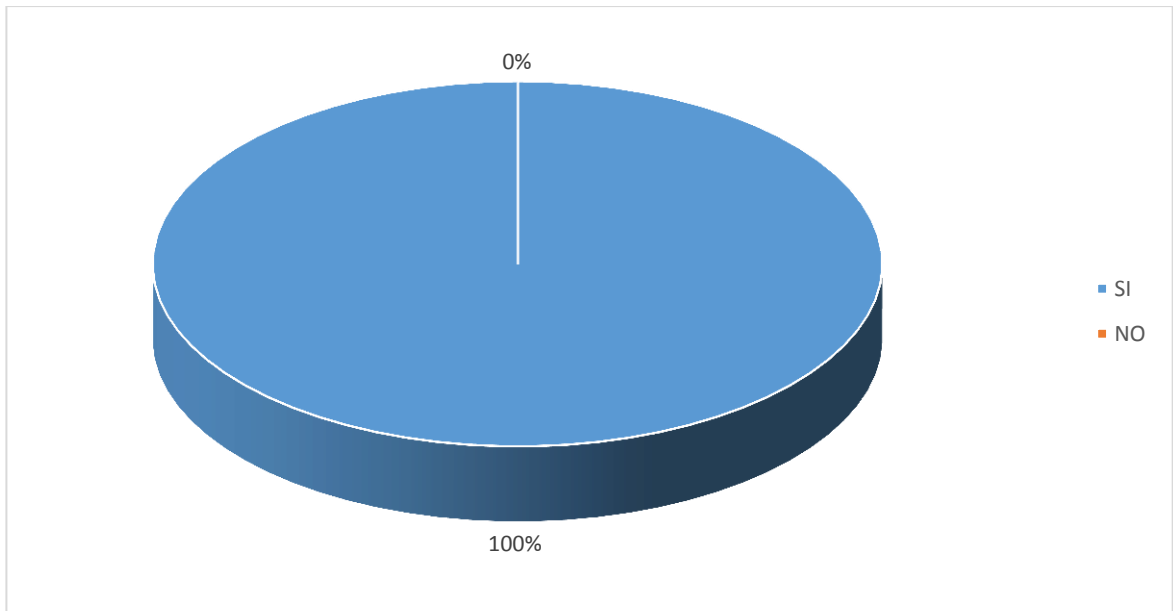
El 100% de las mujeres encuestadas manifiesta que le gustaría comprar bolsos a su gusto; indicándonos que lo mejor es cumplir con los gustos del cliente apoyándonos en la personalización del mismo. Ya que para ellas es importante la originalidad del mismo. Para esto se debe realizar un pequeño análisis del cliente en cuanto a su manera de ser, vestir, gustos, entre otros para cumplir con las necesidades del cliente.

Pregunta 9.

Tabla 9. ¿Conoce alguna empresa en la localidad dedicada a la fabricación de bolsos a base de retazos en tela?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	338	100%
TOTAL	338	100%

Gráfico 9. Existencia de empresas en la zona productoras de bolsos



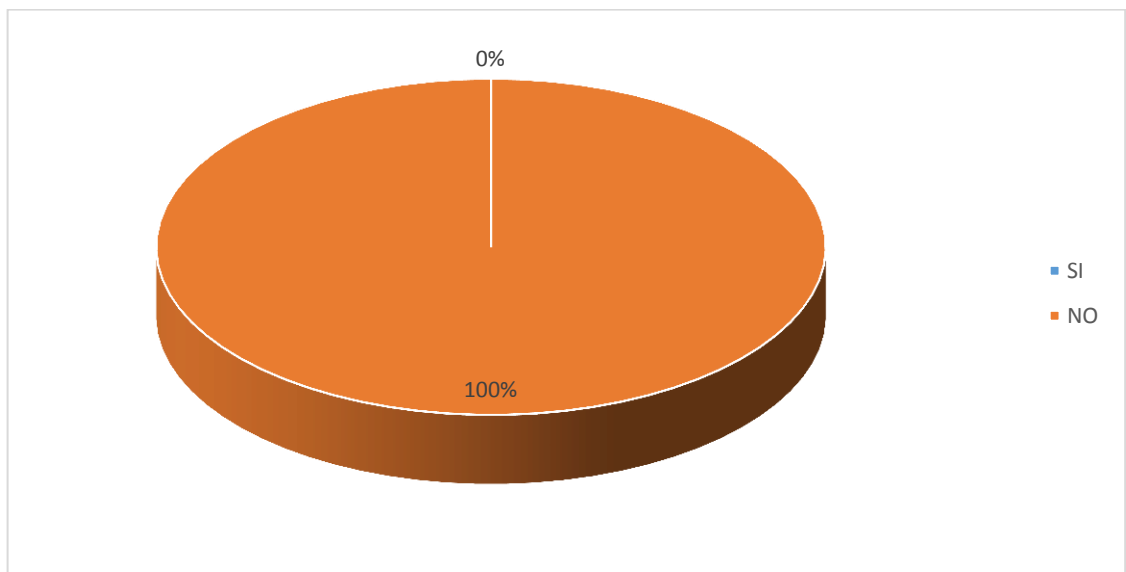
El 100% de las mujeres encuestadas respondieron que no conocen alguna empresa dedicada a esta actividad en la localidad, algunas manifiestan que es algo hecho por las abuelitas, pero como en ratos de ocio. Ventaja a favor ya que no entraríamos a competir con alguna empresa de la región haciendo que la puesta en marcha de este proyecto se viable, abarcando den primera instancia la demanda local y posterior extenderse a las localidades aledañas.

Pregunta 10.

Tabla 10. Si en la localidad existiera una empresa dedicada a la elaboración de bolsos a base de retazos en tela, usted estaría dispuesto a apoyarla?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Gráfico 10. Nivel de aceptación y apoyo del producto en la localidad



La grafica permite apreciar que el 100% de las personas encuestadas estarían dispuestos a apoyar la empresa productora de bolsos a base de retazos de tela en la localidad de San Alberto – Cesar, comprando los diferentes productos que se sacarían al mercado.

Pregunta 11.

Tabla 11. Compraría usted bolsos elaborados en retazos de tela?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	338	100%
NO	0	0%
TOTAL	338	100%

Gráfico 11. Cantidad de personas que adquirirían el producto



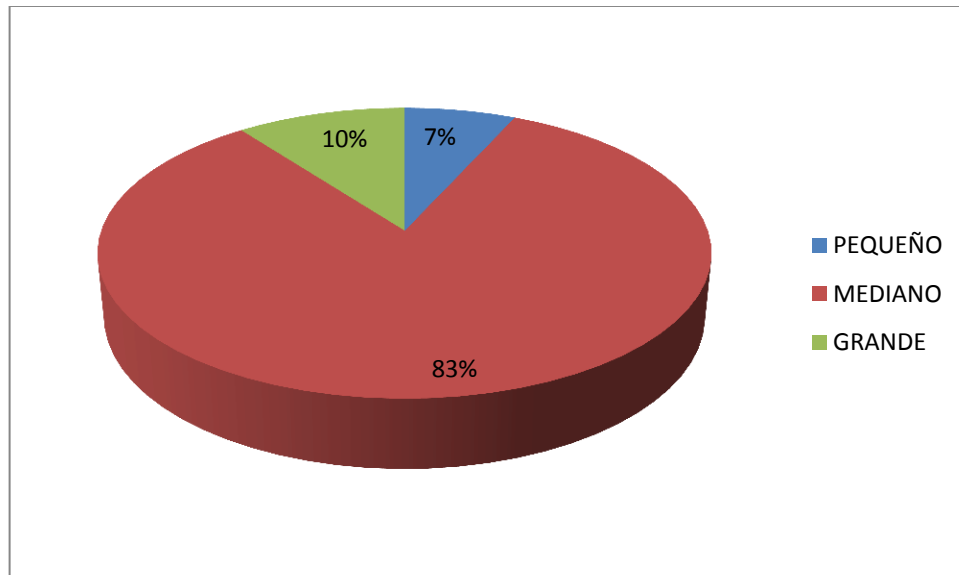
Los datos muestran que el 100% de las mujeres que se les aplicó la encuesta estarán dispuestas a comprar bolsos en retazos de tela, ya que sería un producto innovador, regional y de fácil adquisición para diferentes usos. Este hallazgo permite afianzar más las razones por las cuales es viable la ejecución del proyecto, permitiendo un porcentaje de personas de gran relevancia que estarán dispuestas a apoyar este proyecto.

Pregunta 12.

Tabla 12. Cuál de los siguientes tamaños se acopla a los gustos utilizados en los bolsos que compra?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
PEQUEÑO	23	7%
MEDIANO	279	83%
GRANDE	36	10%
TOTAL	338	100%

Gráfico 12. Tamaño preferido para un bolso elaborado en retazos de tela



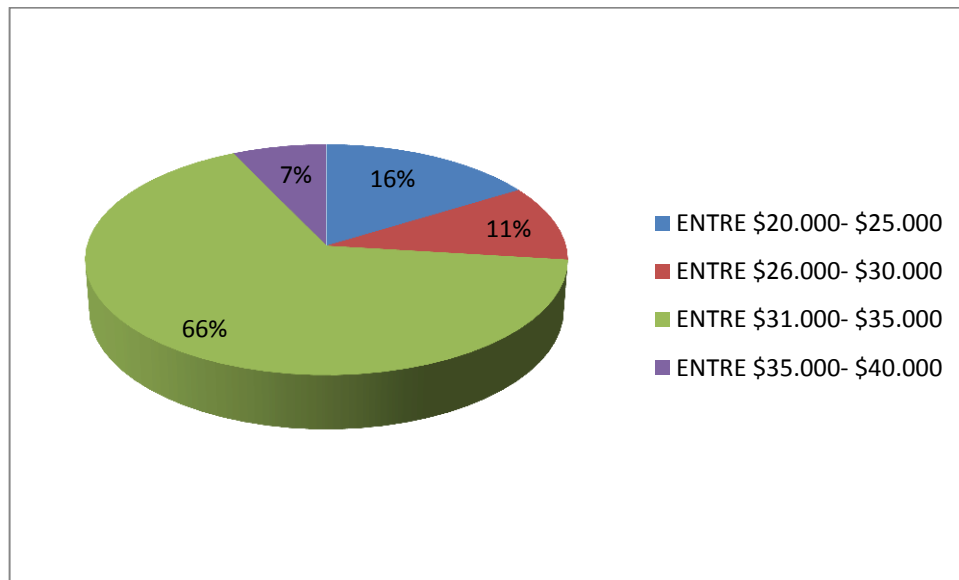
Según el Gráfico propuesto se obtiene que exista una alta tendencia a la compra de bolsos medianos con un 83%, caso contrario con el pequeño con un 7% y el grande con un 10%. Con este hallazgo permite a la empresa determinar que el tamaño que se deba sacar con mayor número de producción será el mediano.

Pregunta 13.

Tabla 13. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un bolso elaborado en retazos de tela?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE	PONDERADO
ENTRE \$20.000- \$25.000	55	16%	3.600
ENTRE \$26.000- \$30.000	36	11%	3.080
ENTRE \$31.000- \$35.000	223	66%	22.110
ENTRE \$35.000- \$40.000	24	7%	2.625
TOTAL	338	100%	31.415

Gráfico 13. Dinero destinado para la compra de un bolso



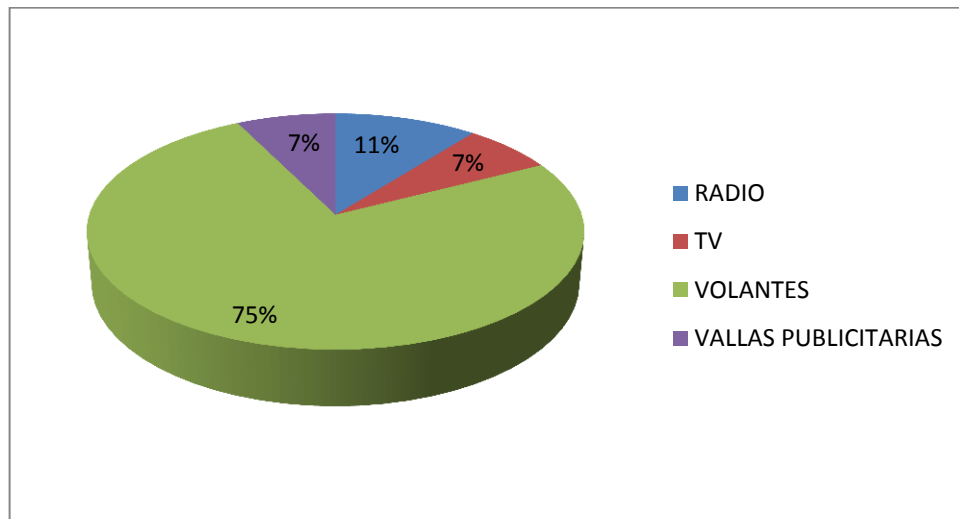
El 66% de las mujeres encuestadas estarían dispuestas a pagar por un bolso elaborado en tela entre \$31.000 y \$35.000, el 16% pagaría entre \$20.000 y \$25.000, y el 11% pagarían entre \$25.000 y \$30.000, para un promedio ponderado de \$31.415, lo cual sirve de guía a la hora de estimar o calcular el precio de los bolsos siendo asequible a la comunidad.

Pregunta 14.

Tabla 14. A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la venta de este producto?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
RADIO	36	11%
TV	23	7%
VOLANTES	254	75%
VALLAS PUBLICITARIAS	25	7%
TOTAL	338	100%

Gráfico 14. Medios de divulgación para la venta de bolsos



Se aprecia en la gráfica que el 75% prefiere que se divulgue la venta de estos productos por medio de volantes; el 11% por medio de la radio; con un 7% por medio de la televisión y en última instancia con un 7% por medio de las vallas publicitarias. Estos aspectos constituyen una fortaleza para la ejecución del proyecto, puesto que el producto tendría mayor acogida por los volantes ya que por lo general en el medio que se encuentren bien sea laboral, educativo o residencial les permite estar en contacto en el día a día con las principales vías transitables de la localidad siendo propicio para poder enterarse del producto a vender.

2.4.3 Estimación de la demanda. Teniendo en cuenta que el segmento de la demanda está conformado por el género femenino de la localidad de San Alberto, se considera que la demanda es satisfactoria ya que la tendencia que se pudo evidenciar en la compra de bolsos independientemente del tipo de materia prima los prefiere personalizados e innovadores siendo este producto único. Demanda actual. Para hallar la proyección de la demanda del producto se tiene en cuenta la información tomada del DANE de las estimaciones y proyecciones de población nacional, departamental y municipal por sexo de edades de 15 a 50 años al 2012. N= 6.419 mujeres cuyas edades están entre los 15 y 50 años de edad del municipio de San Alberto. (Mercado Objetivo).

De las mujeres de San Alberto de edades entre 15 y 50 años de edad el 93% compran bolsos, es decir que 5.969 mujeres han comprado algún tipo de bolsos en la localidad; en tela el 57%, en cuero el 22%, sintético el 19% y en fique el 1%.¹⁰ Asimismo se precisa que la compra promedio de un bolso de tela es de \$33.000 (promedio entre \$31.000,00 y \$35.000,00).

Cuadro 4. Demanda Total de Bolsos.

Tipos de Bolso	No. de Personas	%	Compra promedio por trimestre	Compra Trimestral	No. Trimestres	Total compra al año
Tela	3426,38	57%	\$ 33.000	\$ 113.070.495	4	\$ 452.281.980
Cuero	1342,29	22%	\$ 33.000	\$ 44.295.658	4	\$ 177.182.631
Sintético	1130,35	19%	\$ 33.000	\$ 37.301.607	4	\$ 149.206.427
Fique	70,65	1%	\$ 33.000	\$ 2.331.350	4	\$ 9.325.402
Totales	5969,67	100%	\$ 33.000	\$ 196.999.110	4	\$ 787.996.440

Definiendo esto, se encontró una demanda efectiva en unidades, al tomar como referencia los siguientes datos:

¹⁰Cuadro 07. Cantidad de mujeres que adquieren bolsos según el material

Total de Personas que compran bolsos: 5.969.

Total de personas que les gustaría adquirir los bolsos: 100%: 5.969

Cuadro 5. Calculo de la demanda efectiva del bolso elaborado en retazos de tela.

Presentación	No. Personas	Consumo promedio mujer	Demanda efectiva Uds./trimestre	Trimestre del año	Total demanda efectiva unds/año
Mediano	3426	1	3426	4	13.704
Total	3426	1	3426	4	13.704

2.4.4. Proyección de la demanda. Tomamos la tasa de crecimiento de la población del municipio de San Alberto que corresponde al 1,35%, para proyectar la demanda durante los próximos cinco años.¹¹

Cuadro 6. Proyección de la demanda.

	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda unidades tamaño mediano	13.704	13.889	14076	14.266	14.459	14.654

¹¹www.dane.gov.co

2.5. LA OFERTA

2.5.1 Necesidades de información

Cuadro 7. Necesidades de información

Necesidad de Información	Fuente	Primaria	Secundaria
Conocer el número de establecimientos comercializadores de bolsos	Tesorería municipal – Industria y Comercio		X
Conocer la demanda de bolsos a base de retazos de tela	Encuesta dirigida al género femenino	X	
Estudiar los precios de los productos ofrecidos.	Artículos Internet Boletines, periódicos.		X
Establecer los canales de distribución y los factores limitantes	Internet Libros Informes		X
Estudio de comportamiento de los clientes de la empresa	Buzón de sugerencias, encuestas de opinión	X	

2.5.2 Ficha técnica de la oferta

Cuadro 8. Ficha Técnica de la oferta

Tipo de investigación	Exploratoria, por medio de este tipo de investigación se puede identificar las marcas y modelos poseionados en el mercado local, la frecuencia y hábitos de compra y los hábitos de compra; de esta manera también se tornara concluyente permitiendo seleccionar las alternativas de mercado, las exigencias de los
-----------------------	--

	locales comerciales a la hora de adquirir este tipo de productos.
Método de investigación	Saber cuáles son las preferencias de los locales comerciales a la hora de comprar bolsos de otras marcas, la frecuencia, la fidelidad de los proveedores y los medios de pago, a través de una observación directa.
Fuentes de información	Primarias: Para determinar la viabilidad de mercado que puede tener nuestro producto se aplicara una encuesta, con el fin de adquirir información aproximada sobre las empresas que entraran a ser competencia determinando el grado de participación en el mercado local.
Técnicas de Investigación	Censo: se realizara para obtener datos precisos de cuantos establecimientos comerciales hay en la localidad.
Instrumento	Cuestionarios, cuya finalidad es la de obtener el objetivo de la investigación de mercados, implementando preguntas concisas, de fácil comprensión propiciando a responder en forma acertada a cada una de ellas.
Modo de aplicación	Directa: se visitara cada uno de los establecimientos comerciales llegando a la fuente brindándonos la información veraz.
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	De acuerdo al mercado objetivo se tendrá en cuenta el número de establecimientos o locales comerciales dedicados a esta actividad de comercialización de bolsos obtenidas en la oficina de recaudo del municipio de San

	Alberto Cesar.
Proceso de muestreo	Se realiza por medio de un censo ya que la localidad es relativamente pequeña ayudando a cuantificar estos establecimientos comerciales, para un total de 7.
Marco Muestral	Locales comerciales distribuidores de bolsos en el municipio.
Alcance	Municipio de San Alberto – Cesar.
Tiempo de aplicación	28-31 de Octubre de 2012.

2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta. En san Alberto – cesar, no se cuenta con organizaciones manufactureras en la producción de bolsos, las marcas que hay a disposición de los clientes potenciales son totto, pelanas y otras marcas poco reconocidas pero que son de un alto poder adquisitivo gracias a sus bajos valores económico, estos se pueden encontrar en los diferentes establecimientos comerciales ya que cumplen con estándares de calidad para su comercialización haciéndolas más asequibles para la comunidad en general, no llenando completamente las expectativas del cliente por pocos modelos a comercializar, una baja calidad del producto, convirtiéndose en modelos tradicionales.

TABULACIÓN. Se encuestaran los siete (7) establecimientos comerciales que se encuentran actualmente distribuyendo este tipo de productos en el municipio con una vigencia entre 3 - 10 años de estar posesionados en la localidad de san Alberto Cesar.

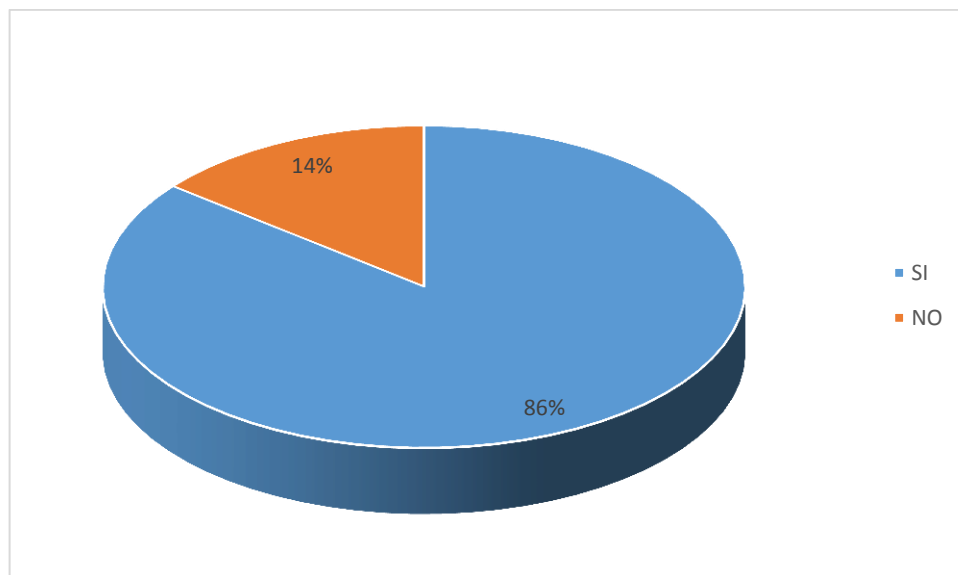
Teniendo en cuenta que la muestra utilizada es pequeña nos permitió realizarla manualmente.

Pregunta 1.

Tabla 15. Compra usted bolsos de tela para la venta en su establecimiento comercial?

COMPRA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	6	86%
NO	1	14%
TOTAL	7	100%

Gráfico 15. Provisión de bolsos para la comercialización en el establecimiento



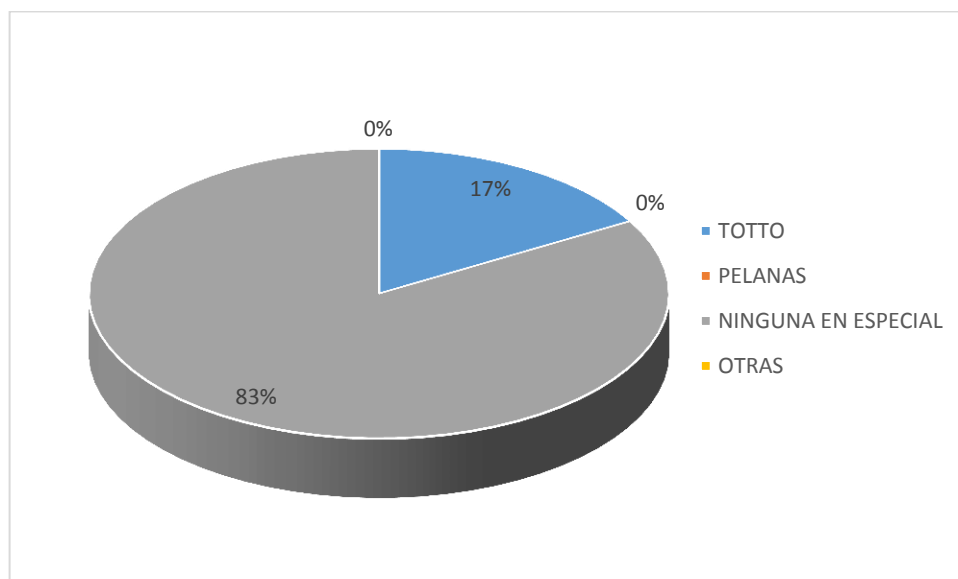
Terminada la aplicación de las encuestas se puede establecer que el 86% de los locales comerciales compran bolsos para la venta y el 14% no compra bolsos en tela, llegando a los sectores a quien va dirigida y en público en general. Este hallazgo es una fortaleza para la empresa pues permite establecer que el material utilizado en la producción de bolsos en tela es el más comprado por la comunidad de los establecimientos comerciales de la localidad.

Pregunta 2.

Tabla 16. Que marcas acostumbra a comprar para la venta

MARCAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
TOTTO	1	17%
PELANAS	0	0%
NINGUNA EN ESPECIAL	5	83%
OTRAS	0	0%
TOTAL	6	100%

Gráfico 16. Abastecimiento de bolsos según las marcas



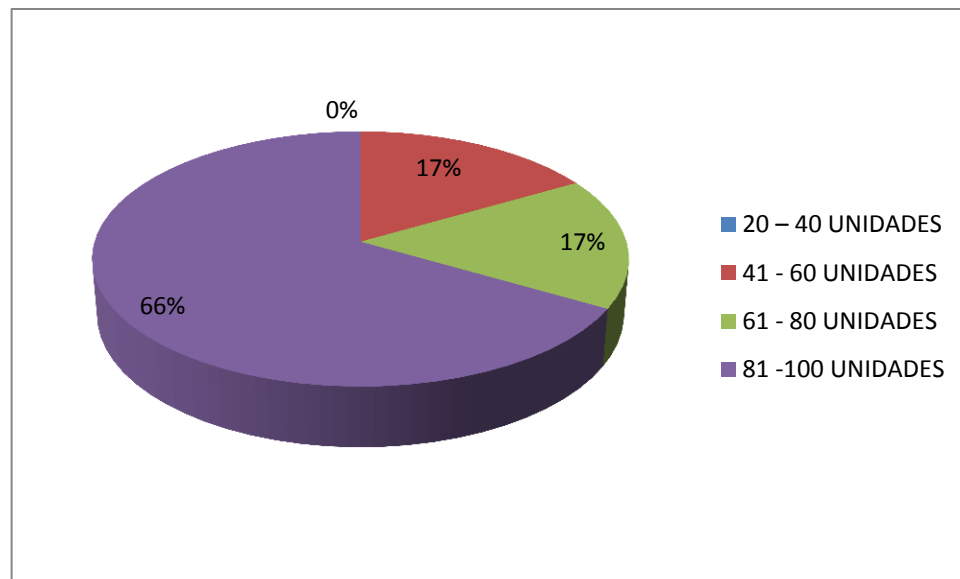
Por lo general los locales comerciales tienen un nivel de preferencia en cuanto a las marcas de TOTTO con un 17% y con un 83% ninguna en especial, que actualmente no son reconocidas a nivel nacional si no que gracias a sus precios cómodos han adquirido un gran auge en el mercado local. Se evidencia que hay un gran porcentaje de personas que adquieren bolsos no por la marca sino por el gusto punto a favor de la empresa pues se entraría a abarcar este tipo de personas cumpliendo con las necesidades y gustos.

Pregunta 3.

Tabla 17. Cuantos bolsos vende en su local comercial al mes?

VENTAS	CANTIDAD	PORCENTAJE	PONDERADO
20 – 40 UNIDADES	0	0%	0
41 - 60 UNIDADES	1	17%	8,5
61 - 80 UNIDADES	1	17%	11,9
81 -100 UNIDADES	4	66%	59,4
TOTAL	6	100%	80

Gráfico 17. Cantidad de bolso más vendido en locales comerciales.



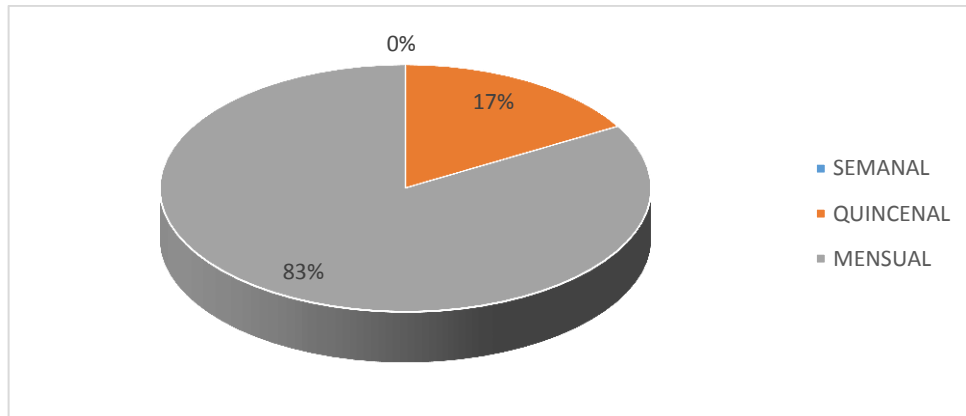
Calculado los datos y como se puede apreciar en el gráfico identificamos que en los locales comerciales se vende una cantidad de 80 bolsos mensuales.

Pregunta 4.

Tabla 18. Cuál es la frecuencia con la que hace las compras de estos productos para surtir el local comercial y cumplir con las necesidades del cliente?

FRECUENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE	PONDERADO
SEMANAL	0	0%	0
QUINCENAL	1	17%	2.55
MENSUAL	5	83%	24.9
TOTAL	6	100%	27.5

Gráfico 18. Frecuencia de compra de bolsos para surtir el establecimiento comercial.



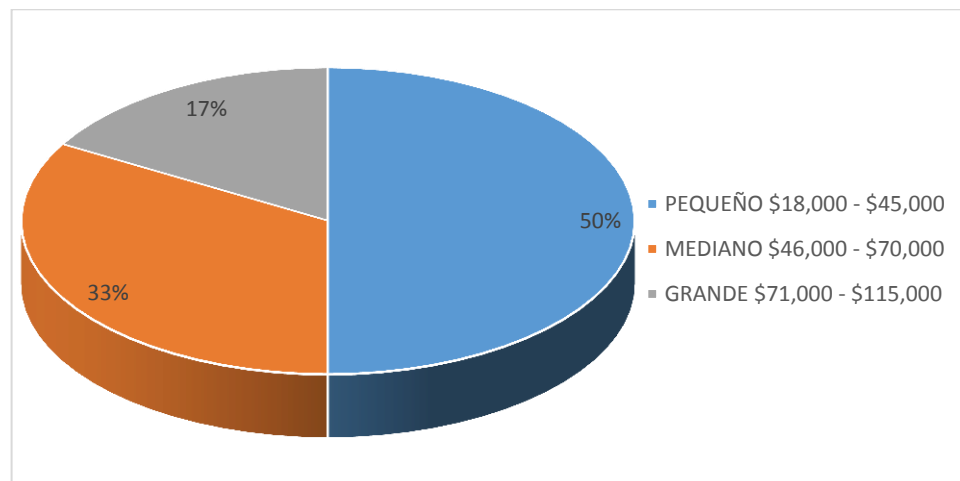
En la gráfica se aprecia que los propietarios de los establecimientos comerciales de la localidad prefieren realizar este tipo de pedidos para surtir y cumplir con los requerimientos del mercado local con una frecuencia mensual con un 83% ya que les da la posibilidad de vender para poder suministrar o surtir, en segunda instancia esta la compra a los proveedores quincenalmente con un 17%. Sería una fortaleza para la empresa puesto que nuestros productos como son personalizados se debe estar entregando en el menos tiempo posible y para los locales comerciales si estaríamos entregando este requerimiento en menos de un mes.

Pregunta 5.

Tabla 19. Cuál es el precio promedio de venta en su negocio?

PRECIOS	CANTIDAD	PORCENTAJE	PONDERADO
\$18,000 - \$45,000	9	50%	\$15.750,00
\$46,000 - \$70,000	6	33%	\$19.140,00
\$71,000 - \$115,000	3	17%	\$15.810,00
TOTAL	18	100%	\$50.700,00

Gráfico 19. Precio promedio por tamaño para la venta



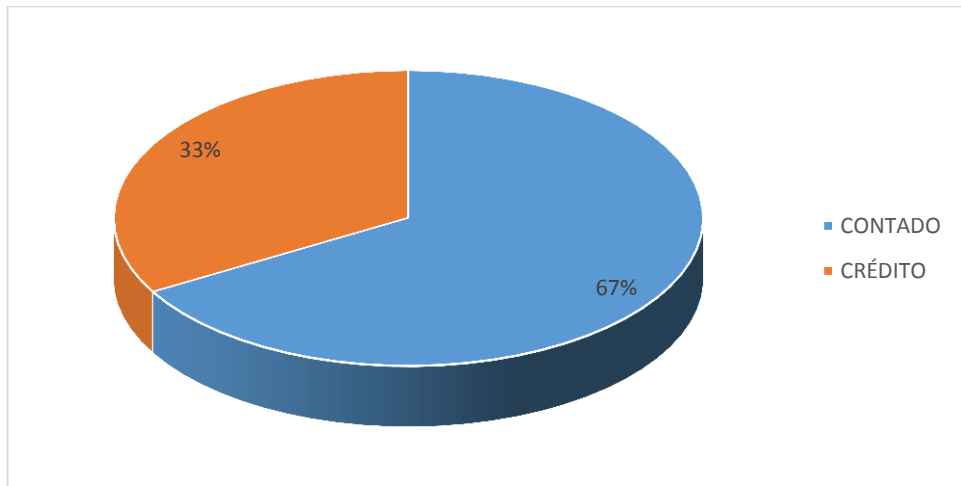
La encuesta a arrojado que los precios promedio para la venta en los locales comerciales de la localidad de San Alberto – Cesar; se encuentra con un 50% para los bolsos tamaño pequeño entre \$18.000 y \$45.000; el mediano con un 33% entre \$46.000 y \$70.000 y el grande en un 17% oscilando entre \$71.000 y \$115.000. Dato relevante para el establecimiento de precios para la comercialización del producto.

Pregunta 6.

Tabla 20. Cuál es el método aplicado por los proveedores a la hora de pagos?

FORMA PAGO	CANTIDAD	PORCENTAJE
CONTADO	4	57%
CRÉDITO	2	43%
TOTAL	6	100%

Gráfico 20. Forma de pago a los proveedores



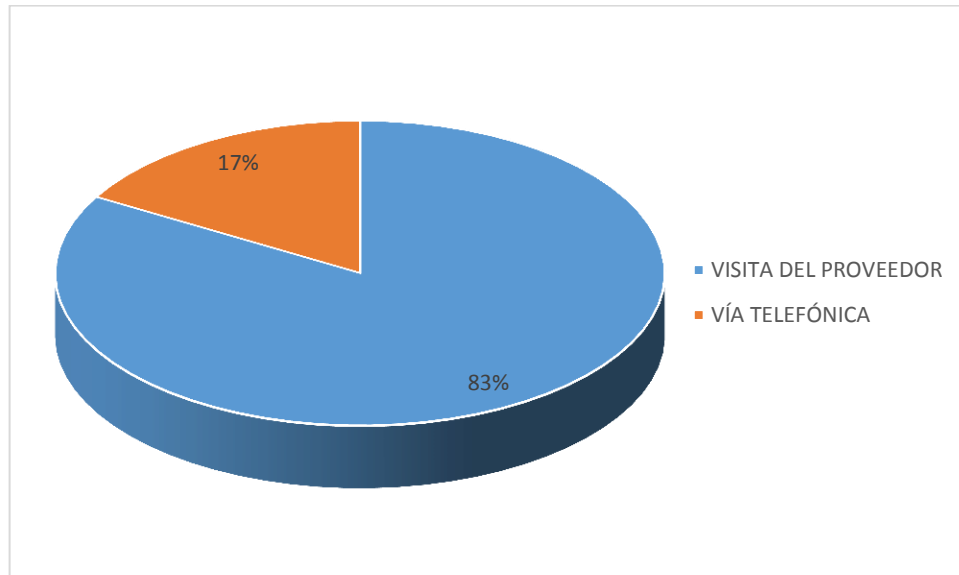
La grafica muestra que la forma de pago más utilizada por los proveedores la hora de cancelar el pedido por parte de los clientes es a contado con un 67%, en algunos casos es a crédito el 33% según el monto del pedido. Este dato es una ventaja para la empresa ya que estaríamos recibiendo los ingresos oportunamente dando la posibilidad de mantener capital y recursos para el pago de la inversión, de costos, gastos operacionales y no operacionales de la organización.

Pregunta 7.

Tabla 21. Cuál de los siguientes medios utiliza con más frecuencia para la realización de pedidos?

MEDIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
VISITA DEL PROVEEDOR	5	86%
VÍA TELEFÓNICA	1	14%
TOTAL	6	100%

Gráfico 21. Medios utilizados con frecuencia para realizar los pedidos



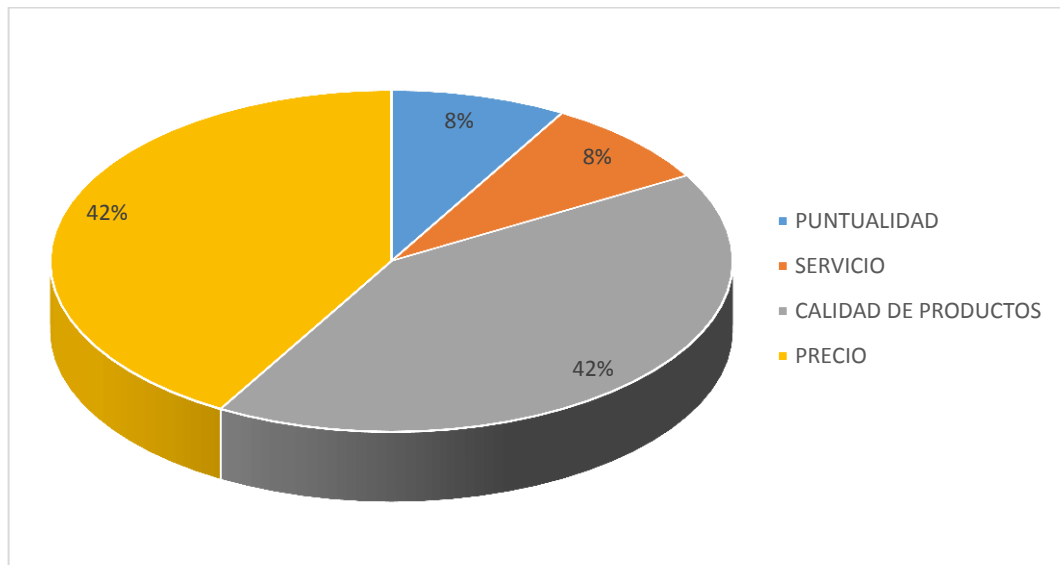
La tabulación nos indica que los propietarios de los locales comerciales del municipio quienes se dedican a la comercialización de bolsos son realizados por medio de visitas del proveedor con un 83%, ya que les da la seguridad y confiabilidad del contacto para realizar estos pedidos, y en segunda instancia se encuentra con un 17% la realización por medio de vía telefónica. Para mayor confiabilidad de los negocios se debe tener en cuenta a la hora de contactar con los clientes de este tipo de establecimientos comerciales dedicados a la venta de este tipo de productos.

Pregunta 8.

Tabla 22. Cuál de los siguientes factores es más importante para usted a la hora de escoger un proveedor?

FACTORES	CANTIDAD	PORCENTAJE
PUNTUALIDAD	1	8%
SERVICIO	1	8%
CALIDAD DE PRODUCTOS	5	42%
PRECIO	5	42%
TOTAL	12	100%

Gráfico 22. Factores relevantes por Ud. a la hora de escoger un proveedor.



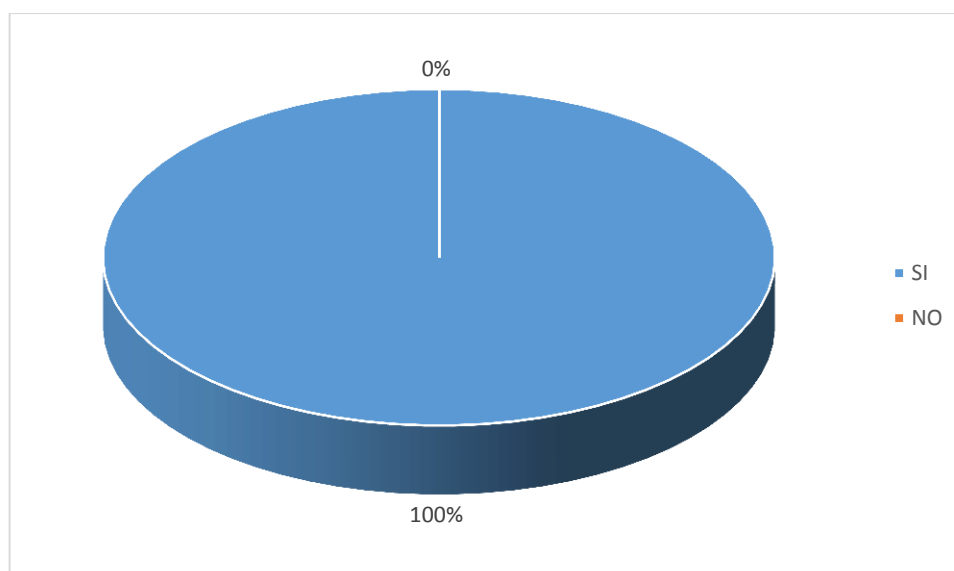
En la tabulación se encuentra que los factores que más prevalecen son la calidad del producto y el precio con un 42% en común; por otra parte se encuentra el servicio y la puntualidad con un 8%. Se cumplirá con estos aspectos para darle mayor seguridad a los negocios que se generaran con estos establecimientos y con las necesidades del consumidor final.

Pregunta 9.

Tabla 23. Estaría dispuesta a comprar a un proveedor de la localidad teniendo en cuenta la calidad, el servicio y los precios?

DISPOSICIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Gráfico 23. Realizaría negocios con proveedores locales teniendo en cuenta factores relevantes para la adquisición de este tipo de productos.



Teniendo en cuenta las respuestas dadas por los locales comerciales, el 100% de los encuestados manifiestan que si comprarían este tipo de productos si en la localidad existiera una empresa dedicada a esta labor, siempre y cuando cumplan con los requisitos mínimos exigidos que son calidad, precio e innovación. Y servicio. Estos aspectos se deben tener en cuenta para poder cumplir con las exigencias de los futuros clientes que se dedicarían a la comercialización de nuestros productos llegando al consumidor final.

2.5.4 Análisis de la Situación Actual de la Competencia: En el municipio de San Alberto Cesar , no existe una empresa que elabore este diseño de bolsos a base de retazos de tela , aunque Bucaramanga una de las Ciudades más Cercanas del Municipio la encontramos a 107 km es muy reconocida por su gran desarrollo manufacturero , en relación con la producción de artículos elaborados de tela y otros materiales como bolsos calzados entre otros, que se comercializan dentro y fuera de la Ciudad y algunos llegan a ser exportados. En este mercado también existen otros tipos de bolsos que han obtenido una cobertura nacional sin embargo su materia prima no es la tela y según resultados arrojados de la obtención de la información se puede identificar que a las mujeres entre las edades de 15 a 50 años les es indiferente la marca del bolso por lo cual entrarían a un mercado permisible.

2.6. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para poder hacer una proyección de la oferta actual de bolsos en el municipio, se tendrá en cuenta los resultados de la pregunta tres de la oferta, por medio de la cual se estima que en promedio cada vendedor pone en el mercado la suma de 80 bolsos mensuales y que al año serían la suma de 960 unidades. Al tener en cuenta el número de vendedores actuales obtendremos una cantidad base de venta de 5.760 bolsos. En el cuadro 9 se muestra una proyección de las ventas, tomando como base de proyección el crecimiento de la población que es del 1,35%

Cuadro 9. Proyección de la oferta.

	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Oferta de bolsos	5.760	5.837	5.916	5.996	6.077	6.159

En el cuadro 10, observamos que existe una demanda potencial insatisfecha y es por esta razón que el presente proyecto es viable y factible.

Cuadro 10. Demanda potencial insatisfecha

	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda unidades	13.704	13.889	14076	14.266	14.459	14.654
Oferta de bolsos	5.760	5.837	5.916	5.996	6.077	6.159
Demanda insatisfecha	7.944	8.052	8.160	8.270	8.322	8.495

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

2.7.1. Estructura de los canales actuales. Actualmente los locales comerciales de la localidad de San Alberto – Cesar quienes se dedican a la comercialización de bolsos son visitados de manera directa por los proveedores enviando un vendedor a cada uno de estos establecimientos por lo menos una vez cada quince días.

Grafico 24. Canal de comercialización



2.7.2. Ventajas y desventajas de los canales actuales

- Una ventaja que se ha identificado en la localidad actualmente es que este tipo de comunicación se realiza de manera directa con el cliente , el productor recibe una mayor ganancia y el producto llega al consumidor mas económicamente.

- Cuando el producto pasa del productor al mayorista y esta al minorista, el consumidor final tendrá la facilidad de escoger el producto que se acople a sus ingresos.
- Permite una mejor comprensión de las preferencias, necesidades y gustos de los clientes.

Las desventajas es que el canal de comercialización existente con los establecimientos de la localidad es:

- El productor ya tiene una venta fija haciendo que este comprometida con algunos intermediarios y lo más probable es que no cuente con disponibilidad de modelos, estilos y colores.
- Los productos que pasan por varios intermediarios se corre el riesgo de que se venda más costoso.
- No cuentan con una sucursal o punto de venta de la marca en la zona.
- Ventas limitadas.
- Menor cobertura del mercado; esto facilitaría que al momento de requerir o abastecerse del producto lo pudiera hacer inmediatamente al acabarse la existencia en el inventario.

2.7.3. Selección de los canales de comercialización. Los parámetros que se utilizaran para la selección del canal de distribución son la minimización de costos y reducción de gastos como uno de los principales objetivos de la empresa y como otro punto determinante para la realización del proyecto es la ubicación de la población la cual se encuentra en el Municipio de San Alberto, Cesar y sus alrededores , en base a esto se ha considerado como mejor opción la cadena de Fabricante a Consumidor final es decir el canal directo.

Figura 2. Canal seleccionado para la comercialización



2.8. PRECIO

2.8.1. Análisis de precios de la competencia. Se realiza con el fin de obtener los precios que actualmente se encuentra en el mercado, Con el estudio aplicado y los resultados obtenidos en la pregunta 5 de la oferta, se identifica que el precio promedio ponderado de venta en los establecimientos comerciales de la localidad es de \$50.500,00.

Cuadro 11. Precios de venta actuales locales comerciales.

Nº	LOCAL COMERCIAL	VALOR VENTA		
		Pequeño	Mediano	Grande
1	COSMETICOS DANNY	\$ 28.000,00	\$ 48.000,00	\$ 75.000,00
2	PAPELERIA TOBY	\$ 24.000,00	\$ 45.500,00	\$ 62.000,00
3	PAPELERIA TIGGER	\$ 25.000,00	\$ 43.000,00	\$ 63.000,00
4	VARIEDADES GERALDIN	\$ 35.000,00	\$ 66.500,00	\$ 87.000,00
5	FRESITAS	\$ 32.000,00	\$ 55.000,00	\$ 65.000,00
6	PAPELERIA SAN DIEGO	\$ 28.000,00	\$ 47.500,00	\$ 60.000,00
7	PAPELERIA GARFIELD	\$ 27.000,00	\$ 48.000,00	\$ 56.000,00
PROMEDIO PONDERADO		\$ 50.500,00		

Como se observó en la tabulación de la información obtenida en el estudio de mercados encontramos gran variedad de precios teniendo en cuenta el mercado, sus competidores y la demanda, razones que ayudaran a la empresa para la fijación del precio del producto y que estarían dispuestos a pagar el mercado objetivo, estando acorde con el nivel socioeconómico de los clientes.

2.8.2. Estrategias de fijación de precios. Partiendo desde los atributos diferenciadores o valores agregados que serán aplicados a los bolsos elaborados en retazos de tela cumpliendo con los gustos y necesidades de los clientes, se plantea que la estrategia a utilizar para posesionarse en el mercado local y tener precios asequibles al mercado objetivo se basara en los costos , gastos y utilidades, se establecen estrategias como ofertar al igual que los existentes en el mercado, una buena ubicación del local a exhibir los bolsos que facilite tanto la venta directa a los clientes y a locales comerciales.

2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION

A continuación se describirá los objetivos de la publicidad y la promoción que implementara la empresa productora de bolsos a base de retazos de tela; pero no sin antes conocer la razón social de la organización quedara como RETAZOS, se escogió por unanimidad de los proponentes del proyecto ya que su materia prima principal son los retazos.

2.9.1 Objetivos

- Dar a conocer una marca que identifique al producto y a la empresa, desde el inicio de las operaciones.
- Persuadir a los locales comerciales como boutiques, tiendas de ropa, bazares, tiendas de regalos y de artesanía, para llegar a más clientes y posicionar la marca.
- Cultivar la frecuencia de venta de los bolsos afianzando el concepto del valor agregado del producto, que es elaborado según las especificaciones que proporcione el cliente.

- Asegurar la buena presentación y exposición de los bolsos artesanales en las instalaciones de la tienda, así como una amplia variedad de diseños, lo que atraerá al consumidor.
- Utilizar adecuadamente y dirigir la promoción al público objetivo por medios como: volantes, tarjetas personalizadas, participación en desfiles de modas y publicidad por medio del canal y la radio local.
- Persuadir al consumidor para que actúe favorablemente frente a la idea, creando lealtad hacia la marca.

2.9.2 Logotipo

Figura 3. Logotipo Retazos



Los cuatro cuadros de diferentes colores utilizados como fondo del logo de la empresa suponen las principales direcciones o rumbos que son la proyección, rentabilidad, compromiso y responsabilidad, y cada unidad diferente que hay en la superficie recibe evaluación de acuerdo al color **VERDE**: significa vida, naturaleza, equilibrio, armonía y estabilidad, en la empresa una de sus finalidades es contribuir con el medio ambiente reduciendo los índices de contaminación que producen estas materia al ecosistema en general, el **AMARILLO**: simboliza la riqueza que vendría siendo las utilidades de la empresa aparte que denota alegría

y felicidad, es de alta visibilidad y que hoy en día por parte de las mujeres es usado como signo de esperanza, el **AZUL**: Denota tranquilidad, amistad y poder, transmite importancia que es lo que se busca en la empresa ser reconocida a nivel local y regional y por último el **ROJO**: significa poder, alerta, prosperidad y es utilizada para atraer la riqueza que es una razón de ser de la empresa generar utilidades para los proponentes del proyecto. La letra R mayúscula le da más fuerza y es llamativa, ocupa el centro del campo ya que se hizo con la finalidad de identificar a primera vista y con facilidad la marca a imponer en el mercado.

2.9.3 Slogan

Figura 4. Slogan de la empresa.

Bolsos... Tus gustos con estilo...!!!

En el lema se puede identificar con claridad a quien va dirigido el producto a comercializar, aparte de que uno de los atributos diferenciadores es que son elaborados según los gustos de los clientes, se escogen los colores amarillo y rojo haciendo una combinación intermedia llegando al naranja, colores que lo hacen llamativo e iluminado y que ayuda a ser recordada la marca.

2.9.4 Análisis de medios. Teniendo en cuenta el mercado objetivo y los resultados de la prueba de campo se identifica que el mejor medio escogido por los futuros clientes es que sea un medio de fácil adquisición y que se pueda implementar para el plan de publicidad y la divulgación del producto en la localidad.

2.9.5 Selección de medios. Para la empresa Retazos, inicialmente uno de los medios a utilizar es la emisora del municipio, ya que tiene una extensa cobertura

tanto en la zona urbana como rural, es un medio que cuenta con una alta lealtad por parte de la población y a bajos costos.

En segunda instancia y para reforzar la visualización de los clientes, se utilizara el canal de televisión este medio llega a todas las categorías demográficas y se alcanzan fuertes impactos, en este caso se utilizara el canal comunitario existente en la localidad llegando a todos los hogares de la zona.

El otro medio que implementaremos serán los volantes y folletos, pues entre sus ventajas se encuentra su cobertura y su flexibilidad para los diseños que sean coloridos y llamativos siempre y cuando suministren información concisa de la marca.

Por otro lado se cuenta con otros medios aprovechando las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación) que son envío de publicidad por medio de correos electrónicos y las redes sociales, con este se podría llegar por lo general a la mayor parte de los estudiantes y empleados de la localidad que día a día están conectados a estas redes y que se les facilita el acceso a la Internet.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. Existen varios tipos de estrategias publicitarias, las más usadas son las estrategias competitivas dentro de las cuales se pueden señalar las comparativas, financieras, de posicionamiento, promocionales, de imitación. En las estrategias de lanzamiento al iniciar la actividad comercial el producto se ofrecerá a menor precio, a parte se donaran algunos bolsos como muestras para darlo a conocer, por medio de ofertas como por ejemplo compras grandes y le obsequiamos uno pequeño, entre otras.

La entrada del establecimiento contara con un anuncio donde aparecerá el nombre de la empresa y su respectivo lema.

Los volantes: Serán distribuidos en el centro de la localidad y contarán con medidas de 9 cm x 12.5 cm de largo. Los cuales contendrán la información básica de la empresa, del producto, los horarios de atención y los servicios adicionales que se prestarán como valor agregado del producto.

En este caso lo que la empresa busca es que el consumidor final sea el más beneficiado al ofrecer un mejor producto y a un precio competitivo, mediante un servicio integral, para que se establezca un punto de comparación con el servicio que vienen recibiendo.

2.9.7 Presupuesto De publicidad y promoción. La publicidad es efectiva para darse a conocer en el mercado local e incrementar el volumen de compras de los futuros clientes; El gasto publicitario ideal, es la cantidad que hace máxima la rentabilidad empresarial. Si se pudiera conocer a los distintos niveles de gasto en publicidad qué ventas les corresponden, se podría calcular el gasto publicitario idóneo. Sin embargo, para la puesta en marcha de la empresa se realiza un presupuesto de publicidad proyectado para un período de seis meses.

2.9.7.1 De lanzamiento

Cuadro 12. De Lanzamiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V/R UNITARIO	V/R TOTAL
Volantes	5.000	\$50	\$250.000
Tarjetas de	2.000	\$80	\$160.000
Portafolio de	8	\$50.000	\$400.000
Vallas Publicitarias	6	\$180.000	\$1.080.000
Personal para	15	\$100.000	\$1.500.000
Donación de	40	\$15.000 aprox.	\$600.000
TOTAL			\$5.490.000,00

2.9.7.2 De operación. La divulgación de la empresa en la parte interna va a ser a través de obsequios, herramientas del trabajo diario para los vendedores, tales como: camisetas, lapiceros y libretas.

Cuadro 13. Presupuesto Operacional Mensual

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	V/R MENSUAL	V/R ANUAL
Medios Sonoros (Emisora La Palma Estéreo)	5	\$ 2.000,00	\$ 10.000	\$ 50.000,00
volantes	1000	\$ 17	\$ 17.000	\$ 204.000,00
Tarjetas de Presentación	2000	\$ 80,00	\$ 13.333	\$ 160.000,00
Pendón Fotográfico	2	\$35.000,00	\$ 75.000	\$ 150.000,00
Camisetas	20	\$ 7.600,00		\$ 152.000,00
Lapiceros	100	\$ 500,00		\$ 50.000,00
Libretas	50	\$ 2.500,00		\$ 125.000,00
Total				\$ 891.000,00

2.10. CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

- Después de realizado este estudio aplicado a la idea emprendedora sobre la factibilidad de creación de una empresa dedicada a la producción de bolsos en la localidad de San Alberto – Cesar, se identificó cada uno de los pasos para la creación de la misma, hay 6.419 mujeres número significativo de personas en el mercado a los cuales ofrecer los bolsos que satisfagan dichas necesidades del mercado.
- El 93% de la población encuestada, han comprado bolsos, en tela y conocen el producto, por lo que se buscará dar una imagen de confianza y seguridad en la información que se dará al público con estrategias de publicidad efectiva.

Con respecto a las variables de mercadeo se puede concluir que:

- Se cuenta con un producto que cumple con los estándares de calidad y expectativas del cliente. El mercado potencial es muy alto se estima entre aproximadamente 11.500 y el mercado objetivo con 6.419 mujeres de la localidad que oscilan en edades entre 15 y 50 años de edad dedicadas a estudiar, empleadas y amas de casa.
- Con la información obtenida de las encuestas, se puede decir que hay una alta probabilidad que la ejecución de este proyecto sea viable ya que el 100% compraría este tipo de productos si se llega a crear en la localidad. El producto les llama la atención, les gusta la idea, es innovador, económico y que a su vez está contribuyendo a la conservación del medio ambiente.
- No existe una empresa dedicada a esta producción o comercialización de bolsos en retazos de tela en la localidad, siendo una ventaja para la viabilidad, la oferta actual de los establecimientos comerciales es poca y se cuenta con buenos canales de comercialización.
- Para la fijación del precios nos da la posibilidad de incurrir en valores que son de accesibilidad a todos los niveles socioeconómicos de la localidad, ya que en lo evidenciado existe una importante diferenciación de la calidad de vida de los habitantes de la región; permitiendo así a la organización a establecer un precio promedio para la venta del producto.
- En la publicidad y promoción del producto a comercializar se identifica que la localidad cuenta con un nivel de culturización y de apoyo a lo regional o local, es así que la empresa tiene la posibilidad de dar a conocer el producto por los diferentes medios de comunicación existentes en la región como el canal comunal, la emisora local y otros medios como los folletos y pasacalles.

- Con esta y todas las conclusiones dichas anteriormente se llega a la síntesis final de que el presente proyecto tiene buenas posibilidades en el mercado de los bolsos, especialmente los artesanales.

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende la identificación y determinación del tamaño del proyecto, los requerimientos técnicos de ingeniería, los métodos y técnicas para diseñar e identificar el proceso que se llevara a cabo para la producción de lo que se venderá y así mismo determinar la viabilidad de un nuevo modelo de operación dentro de la organización, por otro lado provee la información necesaria para cuantificar el monto de las inversiones y costos de la operación, que se reflejara en el análisis de la viabilidad financiera del proyecto.

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Es la capacidad de producción máxima de cierto periodo, definida en unidades, este proyectado está determinado en presentaciones de diseños únicos en diferentes tipos de tela. A continuación se describirán las diferentes capacidades a tener en cuenta en la ejecución del proyecto.

3.1.2. Factores que determinan el tamaño de un proyecto.

3.1.2.1 El tamaño del proyecto y la demanda. Teniendo en cuenta los resultados arrojados en el estudio de mercado y las proyecciones se determina que para una población de 6.419 mujeres de 15 a 50 años estarían dispuestas a comprar bolsos elaborados en retazos de tela.

Teniendo en cuenta el índice de crecimiento de la población del municipio de San Alberto Cesar correspondiente al 1.35%, se proyecta que para el año 2014 existirá una demanda de 24.201 unidades por lo tanto la nueva empresa puede

aprovechar esta oportunidad para abarcarla y de igual forma incursionar en el mercado local.

3.1.2.2. El tamaño del proyecto y los suministros e insumos. La materia prima requerida por la empresa para la producción de bolsos se compraran a las modistas o costureras de la localidad y sus alrededores y en la actualidad existen 15 microempresas legalmente constituidas y 9 confecciones informales en el municipio de San Alberto – Cesar; por lo cual se convertirían en un total de 24 proveedores posibles de la empresa. En comparación con la materia prima de primera nos da indudablemente una disminución del costo ya que al adquirirla al por mayor en la localidad de San Alberto – Cesar, el valor asciende a \$4.000 metro del tipo de tela que es la más usada por los proveedores, este valor fue suministrado por el único local cuya actividad comercial es la venta de telas denominado “Telas Col tejer” de propiedad de la señora María Doris Reyes Villalba ubicado en la calle 6 # 6-235 Del Barrio el Centro.

Por otro lado al adquirir esa materia prima en el proceso de clasificación realizada por el súper numerario, nos encontraremos con diferentes inconvenientes como son:

- Diferentes tipos de tela; en parte nos pueden ocasionar inconvenientes de demora para la transformación del producto, como por ejemplo telas que al entrar en contacto con el agua para su lavado disminuya el nivel cromático, se encojan, o sean de difícil manipulación a la hora de ensamble de las partes.
- Tamaño de retazos: Como se ha hablado anteriormente que la materia prima es considerada como desperdicio para los proveedores de la empresa, encontraremos diferentes tamaños, diámetro y forma. Es aquí donde juega un papel importante el diseño del bolso, pues teniendo en cuenta los moldes se

debe tener claro por parte de las operarias las diferentes características que va a tener el producto, como colores y tamaño de los retazos a utilizar.

- Logística de almacenamiento: La materia prima llega en primera instancia a la empresa donde serán ubicadas en la Zona de Almacenamiento y con la experiencia por parte del diseñador, facilitará las indicaciones a la hora de realizar la clasificación permitiendo así una buena selección de materia prima, y las condiciones necesarias para el almacenamiento permitiendo la fácil ubicación para la agilización del proceso de producción del bolso.


Cuadro 14. Costos suministro de materia prima.

COSTOS DE INSUMOS (Materia Prima)		
DETALLE	TIPO	VALOR
Materia prima	Retazos de tela kilo	\$ 2.000
Materia prima	Tela de primera metro	\$ 4.000

3.1.2.3. El tamaño del proyecto y La tecnología y equipos. La empresa productora de bolsos a base de retazos de tela para el desarrollo y buen funcionamiento de sus operaciones requiere máquinas industriales, que pueden tener las especificaciones indicadas en los cuadros del 15 al 18, así:


La máquina plana: para la puesta en marcha se piensa en una maquina industrial tipo plana porque se adecua a una amplia gama de telas y materiales.

Cuadro 15. Características Maquina Plana

MAQUINA	CARACTERISTICAS
<p data-bbox="306 373 699 407">Maquina Plana Motor servo</p> 	Cose fácilmente para adelante y para atrás ajustando el sistema de alimentación de retroceso.
	Ancho de puntada ajustable
	Largo de puntada de ajuste sencillo
	Sistema de arrastre simple con retroceso
	Puede ser regulada para bordado, zigzag o costura recta (excepto 20U-309)
	Sistema de control de la posición de aguja para ojales (Excepto 20U- 309)
	Devanador de bobina integrado
TIPO DE LABOR	Pesado

La cortadora: Inicialmente el proceso de corte se realizara manualmente por medio de herramientas como tijeras exclusivamente para corte de tela, pero a medida que la demanda incrementa se pensara en adquirir una cortadora de tipo industrial.

Cuadro 16. Características maquina Cortadora

MAQUINA	CARACTERISTICAS
Cortadora SINGER 9060C	Manejo simple de la maquinaria por su bajo centro de gravedad y óptima relación potencia peso.
	Sistema concentrado de lubricación y de uso sencillo.
	Sistema de enfriamiento a base de aire por succión en la parte trasera de la máquina.
	Afilador automático integrado de accionamiento sencillo.
	Base de perfil bajo, pulido y afilado para disminuir la fricción y distorsión.
TIPO DE LABOR	Pesado

La Fileteadora: se escoge este tipo de maquina ya que es de tipo portátil y permite su desplazamiento a cualquier lugar de la planta física, además que se adecua a los diferentes tipos de tela y a su vez retiran los sobrantes de la costura a la hora de realizar el proceso de fileteado del producto.

Cuadro 17. Características maquina Fileteadora.

MAQUINA	CARACTERISTICAS
	Maquina portátil de sobrehilado
	Brazo libre
	Selector de largo de puntada
	Antena guía hilos
	Luz (Ilumina el área de costura)
	Regulador de arrastre diferencial que permite realizar diferentes funciones como plisados, ojales, fruncidos y para coser distintos tipos de tela.
	Asa retráctil (Permite transportar de un lugar a otro).
	Regulador de tensión de hilos con guías de colores, según el tipo de tela.
	Cubierta abatible, en su interior muestra un diagrama ensartado.
Cuchillas (móviles y fijas) cortan el sobrante de la tela al mismo tiempo que cose.	
TIPO DE LABOR	Pesado

La Plancha tipo Seco: Se requiere de este equipo de maquinaria ya que permitirá alisar los bolsos terminados quitándoles las arrugas y marcas, por medio del calor aflojando existentes en el material aportándole mejor presentación al bolso.

Cuadro 18. Características Plancha seco

MAQUINA	CARACTERISTICAS
PLANCHA UNIVERSAL REF. L40600	Selector de temperatura graduable para fácil planchado según el tipo de tela.
	Suela de Aluminio para mejor deslizamiento
	Cordón flexible para planchado ambidiestro con sistema protector reforzado
	Cable de 180 cm de longitud, resistencia integrada para la distribución del calor.
	ancho 26 x alto 13,5, profundo 10, Peso producto 1 Kl.
	especificaciones Técnicas 1000 vatios
	Tipo de superficie antiadherente (Suela de Aluminio)
TIPO DE LABOR	Tipo de Planchado Seco Pesado

3.1.2.4. El tamaño del proyecto y la localización. La empresa estará ubicada en un local con un área mínima de 400 m² para desarrollar sus labores de producción según las condiciones fijadas en el Plan de Ordenamiento territorial.¹²

3.1.2.5 El tamaño y el financiamiento. Para la puesta en marcha de la empresa se contara con recursos propios de los proponentes del proyecto, quienes aportaran el capital inicial requerido, en caso de necesitar más recursos económicos para aumentar la producción se contempla la posibilidad de adquirir un crédito con alguna entidad financiera de la localidad o en su defecto de la participación de un tercero interesado en la organización con inversión de capital.

3.1.3. Capacidad del proyecto La capacidad del proyecto está determinada por tres variables que son la jornada laboral, el número de operarios y la capacidad de

¹² <http://sanalberto-cesar.gov.co/planeacion.shtml?apc=plPlan%20de%20Ordenamiento%20Territorial-1-&x=1364263>

las máquinas a usar en el proceso. En el proyecto se iniciará con dos máquinas planas las cuales son las que permiten calcular la capacidad inicial de producción y que se presenta más adelante en cada una de las capacidades solicitadas en el documento.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto. En general la capacidad diseñada, corresponde al máximo posible de producción con el que son diseñados los equipos. Generalmente los expertos sugieren no trabajar al máximo la capacidad diseñada, por cuanto es difícil lograr unificar la capacidad de todas las máquinas del proceso y se obtendría como resultado una ineficiencia en el mismo, salvo la realización de balanceos de las líneas de producción. De acuerdo a lo manifestado en el estudio de mercados y la demanda estimada, se tendrá en cuenta la siguiente capacidad diseñada:

Total horas por turno: 8 horas

Total turnos: 2

Total operarios de máquinas planas: 3 por turno

Bolsos por máquina por hora: 2 bolsos (ver diagrama de proceso Figura 07)

Bolsos por turno por maquina: 16 bolsos

Días por mes: 30

A continuación se presenta la información del cálculo de la capacidad diseñada:

Bolsos por mes = 2 turnos X 2 máquinas X 16 bolsos X 30 días = 1920 bolsos

El cálculo anterior se indica en el cuadro 19.

Cuadro 19. Capacidad diseñada.

JORNADA LABORAL	NUMERO OPERARIOS	NUMERO DE MAQUINAS	CAPACIDAD MAQUINAS	TOTAL BOLSOS MES	TOTAL BOLSOS AÑO
24 HORAS	6	2	32	1.920	23.040

3.1.3.2. Capacidad instalada. Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanentemente de la empresa. Aquí ya se ha hecho un proceso de armonización de todos los equipos y se llega a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo, estimado generalmente en 8 horas. Esta capacidad se puede determinar en un porcentaje de la diseñada, teniendo en cuenta el tiempo disponible para atender a la población objetivo estimada en el estudio de mercados y teniendo además en cuenta factores como el cumplimiento, calidad del servicio y eficiencia del proceso para poder cumplir con los pedidos solicitados.

Por efectos prácticos y reales del cálculo de la capacidad instalada se trabajará a 2 turnos con las mismas dos máquinas planas que son las que limitan la producción de bolsos. Se toman dos turnos para satisfacer las necesidades de compra de la población objetivo que según la pregunta 1 de la demanda corresponde a un 93% que equivale a 5.970 mujeres.

Los criterios de producción de la capacidad instalada son:

Total horas por turno: 8 horas

Total turnos: 2

Total tiempo efectivo por turno: 7,2 horas (descontando el 10% por suplementos que incluye descanso, contingencias e imprevistos)

Total operarios de máquinas planas: 3 por turno

Bolsos por máquina por hora: 2 bolsos (ver diagrama de proceso Fig. 07)

Bolsos por turno por maquina: 14,4 bolsos (2 bolsos X 7,2 horas)

Días por mes: 30

A continuación se presenta la información del cálculo de la capacidad instalada:

Bolsos por mes = 2 turnos X 2 máquinas X 14,4 bolsos X 30 días = 1.728 bolsos

El cálculo anterior se indica en el cuadro 20.

Cuadro 20. Capacidad Instalada

JORNADA LABORAL	NUMERO OPERARIOS	NUMERO DE MAQUINAS	CAPACIDAD MAQUINAS	TOTAL BOLSOS MES	TOTAL BOLSOS AÑO
16 HORAS	3	2	28,8	1.728	20.736

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Es la fracción de la capacidad instalada que se utiliza y se mide en porcentaje se aconseja que las empresas no trabajen con un porcentaje de capacidad instalada superior al 90% porque en condiciones normales, no podrá atender pedidos extraordinarios y si los hace puede verse alterado significativamente se estructura de costos, especialmente por la participación de los costos fijos, salvo que acuda al proceso de maquila, que es concentrar parte de producción con otras personas.

Para el cálculo del porcentaje de inicio de la capacidad utilizada se tendrá en cuenta variables que hacen parte de todo proceso como son la eficiencia del proceso o línea y la utilización que es el porcentaje efectivamente alcanzado de la capacidad proyectada. Teniendo en cuenta lo anterior se estima que la capacidad utilizada es el 85% de la capacidad instalada con lo cual se puede cumplir con la demanda inicial del producto y de esta forma participar en el mercado de bolsos de tela en el municipio de san Alberto.

Los criterios de producción de la capacidad instalada son:

Total horas disponibles: 6,8 horas

Total operarios de máquinas planas: 3 por turno

Bolsos por máquina por hora: 2 bolsos (ver diagrama de proceso Figura 07)

Bolsos por turno por maquina: 13,6 bolsos

Días por mes: 30

A continuación se presenta la información del cálculo de la capacidad utilizada:

Cuadro 21. Capacidad utilizada

JORNADA LABORAL	NUMERO OPERARIOS	NUMERO DE MAQUINAS	CAPACIDAD MAQUINAS	TOTAL BOLSOS MES	TOTAL BOLSOS AÑO
8 HORAS	3	2	27,2	816	9.792

Cuadro 22. Capacidad Proyectada

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA	INCREMENTO ANUAL CAPACIDAD	INCREMENTO ACUMULADO
1	9.792	20%	20%
2	11.750	20%	40%
3	14.100	20%	60%
4	16.921	20%	80%
5	20.305		100%

3.2 LOCALIZACIÓN

La localización de la empresa está determinada por las siguientes variables:

- Origen, ubicación y disponibilidad de materias primas e insumos (proveedores).
- Ubicación y disponibilidad de infraestructura propia.
- Políticas fiscales y financieras.
- Comunicaciones.
- Disponibilidad y ubicación de mano de obra.
- Condiciones económicas.

3.2.1 Macro localización. La microempresa de elaboración y producción de bolsos estará ubicada en Colombia en el departamento del Cesar, en el municipio de San Alberto, por su ubicación geográfica es de fácil acceso tanto para los proveedores, los clientes y a los intermediarios que quieran comercializar el producto en otras localidades del país.

Figura 5. Localización geográfica del municipio de San Alberto –Cesar.



3.2.2 Micro localización. Para la selección del micro localización de la empresa RETAZOS LTDA, se tomaron en cuenta los aspectos más relevantes, los cuales fueron elegidos y determinados como factores que podrían beneficiar o perjudicar la ubicación del local.

Mediante el método de localización de puntos ponderados, se establecieron los siguientes factores con su respectiva ponderación como se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro 23. Método de Puntos.

Factor	Ponderación Conceptual	Asignación de puntos
Accesibilidad de los clientes	20%	60
Disponibilidad de materia prima e insumos	20%	60
Zona Comercial	15%	45
Servicios básicos	15%	45
Arriendo	30%	90
TOTAL	100%	300

Cuadro 24. División y grados de los factores

Grado	Descripción
1	Opción que menos favorece a la empresa RETAZOS LTDA
2	Opción aceptable para la empresa RETAZOS LTDA
3	Opción que mayor posibilidad tiene para la creación de la empresa RETAZOS LTDA

Repartición de los puntos de los grados a cada factor:

Expresión aritmética:

$$R = \frac{P. \text{ Max} - P. \text{ Min.}}{N - 1}$$

Equivalente:

P. Máx. = Puntuación máxima de cada factor

P. Min. = Puntuación mínima de cada factor.

N = Numero de grados de cada factor.

a. Accesibilidad a los clientes

$$R = \frac{60 - 20}{3 - 1} = 20$$

b. Disponibilidad de materia prima e insumos

$$R = \frac{60 - 20}{3 - 1} = 20$$

c. Zona Comercial

$$R = \frac{45 - 15}{3 - 1} = 15$$

d. Servicios básicos

$$R = \frac{45 - 15}{3 - 1} = 15$$

e. Arriendo

$$R = \frac{90 - 30}{3 - 1} = 30$$

Cuadro 25. Grados de cada factor

Factor	Grado 1	Grado 2	Grado 3
Accesibilidad de los clientes	20	40	60
Disponibilidad de materia prima e insumos	20	40	60
Zona Comercial	15	30	45
Servicios básicos	15	30	45
Arriendo	30	60	90

Para la micro localización de la empresa productora de bolso a base de retazos de tela en el municipio de San Alberto – Cesar y teniendo en cuenta los factores relevantes se tiene en cuenta 3 lugares posibles:

1. Local antiguo Tijuana (Zona 1)
2. Local Parque Principal (Zona 2)
3. Carrera 4 vía primero de Mayo (Zona 3)

Cuadro 26. Análisis de factores para la Localización

Factor	Zona 1		Zona 2		Zona 3	
	Grados	Puntos	Grados	Puntos	Grados	Puntos
Accesibilidad de los clientes	3	60	3	60	1	20
Disponibilidad de materia prima e insumos	3	60	1	20	2	40
Zona Comercial	3	45	2	30	1	15
Servicios básicos	3	45	3	45	1	15
Arriendo	3	90	1	30	1	30
TOTAL	300		185		120	

Se selecciona la zona 1 denominada “antiguo Tijuana”, pues cuenta con todos los servicios necesarios para la ubicación de la empresa productora de bolsos a base de retazos de tela; siendo este una zona comercial y su fácil accesibilidad permite captar un mayor número de clientes, además no existe dificultades en la disponibilidad de materia prima ni en el acceso para los clientes, y cuenta con una valorización mayor que la de otros lugares.

Figura 6. Casco urbano del municipio de San Alberto – Cesar



3.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto. Para producir cada tipo de bolso según su estilo y tamaño se hace necesario la siguiente cantidad por insumos por producto, para ello se hizo necesario tomar los tiempos de elaboración con una operaria y medidas de un bolso modelo “Bolso Deportivo REF 2012-05” en el cual se requiere media hora de trabajo del operario en su jornada laboral, con la ayuda del supernumerario iniciando con la clasificación de la materia prima (retazos) y utilizando los equipos requeridos para la producción del mismo.

Cuadro 27. Ficha Técnica Producto, Ref. 2012-05

MATERIAL	UNIDAD	
Tela forro	35 cm x 36 cm	
Tela espaldar	35 cm x 33 cm	
Retazos de tela	6 de 12 x 11cm	
	1 de 35 cmx 11cm	
Hilo de tubino	1 Tubino	
Encaje	35 cm x 2 cm	
Accesorios(botón)	Mediano	
MANO DE OBRA	EQUIPOS REQUERIDOS	TIEMPO DE PRODUCCION Y EMPAQUE
1 Operario y 1 supernumerario	Maquina Plana, Plancha, Corte manual con tijeras	30 minutos

3.3.2 Descripción técnica del proceso. El proceso principal de la empresa va directamente relacionado con la generación de valor para ofrecer un bolso en retazos de tela a los clientes potenciales, es importante recalcar que el proceso inicia con la compra de la materia prima, la transformación y la puesta en venta del producto terminado. A continuación detallamos el proceso:

3.3.2.1 Diseño de los Bolsos: Este proceso será realizado por un diseñador quien será el encargado de plasmar la mayor parte de las ideas de los clientes y gustos en las plantillas de cada uno de los modelos y posterior explicarle a las operarias el proceso de la elaboración del bolsos.

3.3.2.2 Compra de Materia prima: este proceso consiste en la compra y recepción de retazos de tela como también el de los accesorios y del resto de insumos necesarios para la producción de los bolsos. Los retazos de tela serán comprado por kilos, luego pasa a un proceso de clasificación por tipo de tela y posterior pasan a contabilidad para el correcto manejo de inventarios.

3.3.2.3 Producción del Bolso: En este proceso consta de cada una de las actividades a realizar por parte de las operarias a la hora de confeccionar un bolso, dicho proceso se seguirá independientemente del modelo que se elabore con base a los gustos del cliente. A continuación se detalla cada una de las actividades que se realizan para la producción de un bolso elaborado a base de retazos en tela:

Atendiendo desde la recepción del diseño del bolso plasmado en los moldes e indicaciones suministrados por el diseñador, se procede a la confección del producto.

- a. **Clasificación de la materia prima,** En esta etapa inicial del proceso de producción del bolso es una de las más importantes y de cuidado, puesto que se requiere de la agilidad y habilidad del supernumerario en la clasificación de la materia prima por algunas razones como son: tipo de tela, Colores, tamaños.
- b. **Unir los retazos de tela:** al realizar esta acción nos permite obtener una porción de tela dependiendo de las medidas del bolso en donde se procede a cortar según el molde. Tiempo: 06 minutos.
- c. **Cortar las telas:** En esta actividad se procede a cortar las telas de primera como la de la unión de los retazos de acuerdo a las plantillas del diseño del bolso, Base, en este proceso se demoran aproximadamente 3 minutos) corte de la tela para el forro (05 minutos), y el corte de las manijas, (05 minutos). Para un total en el proceso de corte de las partes del bolso 13 minutos.
- d. **Unir partes del Bolso:** Terminado el corte de la tela, se procede a coserlas todas y cada una de las partes según el orden que el modelo exija. Tiempo: 04 minutos.

- e. **Colocar accesorios:** Cuando ya haya sido cocida cada una de las partes del bolso, se procede al aplique de los accesorios dependiendo del modelo (2 minutos), se adjunta la etiqueta (1 minuto), se realiza la actividad de planchado y despeluzado (2 minutos). En este proceso el total de Tiempo: 05 minutos.
- f. **Inspección:** En este proceso después de terminado el producto se procede a la inspección detallada y minucioso a de cada una de las partes del producto como son costuras, acabados, pegados de accesorios y sobre todo la prueba de peso máximo (2 Kilos) en donde se revisa la resistencia del mismo. Tiempo: 01 minutos.
- g. **Empaquetado:** Proceso en el que se recibe después de la inspección se inicia el empaquetado y etiquetado del producto terminado. Tiempo: 01 minutos.
- h. **Almacenamiento:** Terminado su empaquetado, estos productos terminados son recibidos y almacenados en la bodega donde van a estar mientras llegan los clientes en busca del producto. **TOTAL TIEMPO DE PRODUCCION DE UN BOLSO: 30 minutos.**

3.3.2.4 Manejo de Desechos: Principalmente la empresa estará disminuyendo la mayor parte de los desechos generados por las modistas o costureras de la región, pero aun así no dejan de existir y estos serán reutilizados en pequeños accesorios implementados en los bolsos.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Figura 7. Proceso técnico para producción de un Bolso elaborado en retazos de tela.

Entrada de MP: (retazos de Tela)	0:1	Se procede a unir los retazos de tela para obtener una porcion de tela uniforme (6 Minutos)
Entrada de moldes base del bolso (01 minuto)	0:2	Se colocan los moldes del bolso a producir. (1 minuto)
	0:3	Se ajustan con alfileres los moldes y tela de retazos para proceder al corte (1 minuto)
	0:4	Se cortan las partes de la base del bolso (1 Minutos)
Entrada de Materia Prima de primera para el forro. (1 minuto)	0:5 1:1	Se extiende tela en el meson para obtener el forro del bolso. Se revisa que quede bien extendida para su buen aprovechamiento. (1 minuto)
Entrada de moldes para el forro (1 minuto)	0:6	Se colocan los moldes para obtener el forro (1 minuto)
	0:7	Se ajustan con alfileres los moldes a la tela de primera para obtener el bolso (1 minuto)
	0:8	Se procede a cortar la tela para obtener el forro.(2 minutos)
Entrada de telas para Manija.	0:9 1:2	Se extiende tela en el meson para obtener la manija. Se revisa que quede bien extendida. (1 Minuto)
Entrada de moldes para la manija.	0:10	Se colocan los moldes para obtener la manija. (1 minuto)
	0:11	Se ajustan con alfileres los moldes a la tela de primera para obtener la manija. (1 minuto)
	0:12	Se procede a cortar la tela para obtener la manija. (2 minutos)
Entrada de las partes del bolso	0:13	Se realiza el ensamble de cada una de las partes del bolso.
	0:14	Se cose la base del bolso, despues el forro y por ultimo la manija. (4 minutos)
Entrada de accesorios	0:15 1:3	Se pegan los accesorios dependiendo del modelo, como encajes, botones. (2 minutos)
	0:16	Se plancha y se despeluza (2 minutos)
	0:17	se procede a la revision e inspeccion del producto terminado. (1 minutos)
Entrada de Etiqueta	0:18	Colocaciòn de la etiqueta (1 minuto)
Entra Bolsa empaque	0:19	Se empaca en bolsas plasticas (1 minuto)
	▽	Se almacena

Figura 8. Diagrama de flujo producción del bolso

DESCRIPCION DEL METODO	ACTIVIDAD					TIEMPO - (minutos)
	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenaje	
1. ENTRADA DE LA MATERIA PRIMA (Retazos de Tela)			➔			
2. CLASIFICACION DE LA MATERIA PRIMA Y REVISION (Colores - Tamaños - Cantidad)	●					4,0
3. COSER RETAZOS DE TELA (unir retazos de tela)	●					8
4. LLEVAR A ZONA DE CORTE (Corte de los Moldes y forros)			➔			2
5. LLEVAR A ENSAMBLE (Cosér y unir las partes del bolso)	●					10
6. ACABADOS (Pegado de accesorios y Planchado)	●					4
7. INSPECION DEL PRODUCTO (Revision del producto terminando - Bolso)		■				4
8. EMPAQUETADO (Se realiza el empaquetado y etiqueteado)	●		➔			1,0
9. ENVIAR A ALMACEN (Almacen)			➔		▼	1
TOTAL TIEMPO PRODUCCION DE UN BOLSO						30,00

Fuente: Diseñado por autores.

3.3.4 Control de calidad. El control de calidad es un proceso dinámico y continuo en el que se requiere conocer todas las condiciones de la operación de cada actividad del proceso productivo del bolso donde involucra a cada una de las personas de la organización en el alcance de los logros, objetivos y metas, permitiendo así la solución a los requerimientos de los clientes y consumidores con relación al producto y sus procedimientos. Por tal razón se implementara los exigidos por las siguientes normas:

- ISO 9000:2000: Establece los términos y definiciones de Sistema de Gestión de Calidad.
- ISO 9001:2000: Establece los requisitos de Sistema de Gestión de Calidad.
- ISO 18001:2007 Seguridad y Salud Ocupacional (OHSAS).
- ISO 14001: 2004 Sistemas de Gestión Ambiental, requisitos con orientación para su uso.

Las normas anteriormente descritas serán aplicadas para evitar la presencia de algunos defectos y en la calidad del producto. Se tendrá en cuenta los PQR – Peticiones –quejas y reclamos por parte de los clientes en pro de mejorar la calidad del producto y el funcionamiento de la organización. Indudablemente el producto es la carta de presentación de la empresa en el mercado y la calidad que es la que satisface las necesidades, deseos, valores y expectativas del cliente, ya que “cliente satisfecho comprara nuevamente”.

Así mismo para garantizar el control de los procesos en la fabricación del bolso, se tendrá en cuenta:

- Control de Calidad de la Materias Primas:** En este control inicial del proceso de producción la empresa cuenta con un supernumerario quien será el que se encargara de realizar la clasificación de la materia con el fin de asegurar buenos materiales.
- Control del Proceso de Producción:** La calidad del proceso parte inicialmente del operario que es quien mayor incidencia tiene por ella, por tanto, el control de calidad se debe iniciar en y por los operarios, para evitar que se presenten defectos la empresa realizara un proceso de entrenamiento del personal operativo sobre el conocimiento específico del trabajo y desarrollo de destrezas en la que se refiere a la calidad de producción. Las secciones

más complejas a revisar son: La costura, el fruncido, la tela, el tipo de costura, el hilo.

c) **Control Calidad del Producto terminado:** Se realizara una inspección exhaustiva, minuciosa y detallada de cada producto inmediatamente después de la sección de terminado el bolso, cumpliendo con las especificaciones dadas previamente por parte del cliente y del diseño, para determinar que estos se cumplan. En la operación del planchado se debe aprovechar al máximo esta actividad ya que en esta etapa suele ser donde se identifican la mayor parte de los defectos de producción antes de que el bolso salga a la venta, pues la operaria que lleve a cabo este proceso puede encontrar manchas, sucios, cortes, falta de algún elemento en el bolso, o defectos muy notorios. Algunos factores a controlar en la inspección serán:

1. Las medidas de los bolsos
2. Puntadas interiores y exteriores
3. Hilos sin pulir.
4. Posición de la marquilla.
5. Revisión de la prenda al derecho y al revés.
6. Colocación de botones, cierres, hebillas, encajes, u accesorios según el bolso.
7. Perforaciones de agujas, tijeras, etc.

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Recurso humano (M. O. D., M. O. I. D de producción). Este es un factor importante en este tipo de producción pues para este negocio la confección de bolsos personalizados requiere de ciertas habilidades y cualidades como lo son: concentración, dedicación, paciencia, creatividad y delicadeza gusto por la moda y el servicio al cliente .para este se requiere:

Mano De Obra Directa. El recurso humano de mano de obra directa operativo está conformado por dos operarios que estarán encargados de la producción, el producto un Supernumerario encargado de la clasificación de la materia prima, demás procesos que se requieran para la elaboración del bolso, y el diseñador quien realizara los moldes a aplicar en la producción de los bolsos según los requisitos o características que especifiquen los clientes.

Mano De Obra Indirecta. En el área administrativa se contará con uno de los autores del proyecto para gerente, la cual será encargada de dirigir la empresa mientras la otra persona realiza las funciones administrativas y contables asignadas a la secretaria, también el diseñador será contratado por orden de prestación de Servicios. En la Parte contable se tendrá un contador externo quien llevara los registros contables de la organización.

3.3.5.2 Recurso físico. Los recursos físicos para la puesta en marcha del proyecto, se requieren en primera instancia de un local en arrendamiento que cuente con los servicios de energía, agua, que tenga buena ventilación y que se pueda acondicionar para la instalación de un taller de producción de bolsos a base de retazos de tela. El área estará distribuida de la siguiente manera: contara con una sal de exhibición y venta, área de producción, área administrativa y de almacén. Dentro de la maquinaria para el proceso de producción se tendrán de última tecnología, dos (02) maquinas planas, una (01) cortadora y una (01) Fileteadora.

3.3.5.3 Recurso de insumos (M. prima, materiales, inventarios, proveedor)

Por línea de producto. El proyecto cuenta con la materia prima que son los retazos de tela y que en la mayor parte de los casos se pueden encontrar en gran cantidad en las diferentes entidades dedicadas a la confección y que para ellos es un desperdicio; para la empresa es una verdadera oportunidad de negocio porque se contribuye al aprovechamiento de los desechos de tela..

En la localidad cuenta con establecimientos que suministran los insumos para la producción de bolso el cual se toma como referencia costos en el suministro de retazos de tela con las modisterías más reconocidas en la región; el cual brindan un costo de los retazos de tela de \$50.000 pesos por bulto que comprende de 25 kilos con un promedio de \$2.000 de costos por bolso, y otros insumos con la cachachearía Magaly brindando bajos costos los cuales tenemos como el Hilo de 2.000 yardas y accesorios como botones, cintas y encajes, alfileres En el cuadro 19. Se puede evidenciar los recursos de insumos necesarios y sus costos mensuales y anuales para la producción, tomando como ejemplo el bolso REF 2012-05.

Cuadro 28. Recurso de Insumo

MATERIAL	MEDIDA	CANT	VALOR MEDIDAS	UNIDAD DE BOLSO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Tela forro	35cm x 36cm	6	\$4.000 mt	$\$4000/6=666$	\$ 639.360	\$ 7.672.320
Tela Espaldar	35cmx 33cm	6	\$2.000 mt	$\$4000/6=666$	\$ 639.360	\$ 7.672.320
Retazos de tela	6 de 12x 11cm	18	\$ 2.000	$\$2000/18=67$	\$ 64.320	\$ 771.840
	1 de 35cmx 11cm	9	\$ 2.000	$\$2000/9=133$	\$ 127.680	\$ 1.532.160
hilo de tubino	1 2.000 yardas	200	1.200 yardas	$\$1200/200=6$	\$ 5.760	\$ 69.120
Encaje	35cmx2cm	4	\$ 200		\$ 192.000	\$ 2.304.000
Accesorios(Botón)	Mediano	1	\$ 50		\$ 48.000	\$ 576.000
TOTAL						\$ 20.597.760

Para calcular el valor de los recursos de insumos tuvimos en cuenta la capacidad utilizada de 11.520 unidades a producir en el año dividiéndola en 12 meses permitiéndonos hallar el valor de producción mensual de 960 bolsos y este lo multiplicamos por cantidad de materiales utilizados por unidad arrojándonos a el valor mensual de costos de insumos por producto terminado.

3.3.6 Análisis de Proveedores. MATERIA PRIMA (Retazos): En la localidad existen aproximadamente unos 24 proveedores dentro de la región algunas se

encuentran legalmente constituidas y otras laboran de manera informal, ya que se han conformado como pequeñas empresas familiares dedicadas a la confección de ropa para niños y adultos. Pero solo 16 están dispuestas a convertirse como proveedores de la empresa.

Cada uno de estos posibles proveedores dependiendo del nivel de producción en su actividad comercial, cada uno produce aproximadamente entre 4 y 6 Kilos por día de retazos de tela y a la semana un bulto que pesa 25 Kilos aproximadamente, por lo cual podemos decir que nos estarán proveyendo unos 26.640 Kilos al año como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 29. Suministro materia prima (Retazos) por proveedores

PROVEEDOR	UBICACIÓN	CANTIDAD POR DIA (KILOS)	TOTAL MES (KILO)	TOTAL AÑO (KILOS)
Confecciones Mayo	Calle 4 · 2n-27	4	120	1440
Confecciones Ana Fajardo	Calle 2D # 3-208	5	150	1800
Modistería Rosalba	Cra 4, Esq. Fonda Paisa	6	180	2160
Modistería pantalones y mas	Calle 2D # 3-125	4	120	1440
Confecciones Ellas y Ellos	Calle 1E # 4-326	6	180	2160
Confecciones Lidetex	Cra 4 # 4 - 237	5	150	1800
Confecciones Karen	Calle 6 # 5-59	4	120	1440
Modistería Luz	Cra 10 # 8-243	6	180	2160
Modistería Tobón	Cra 4 # 5-124	3	90	1080
Modistería Trinidad	Calle 7A # 7A- 39	4	120	1440
Sastrería Don Jorge	Calle 1D # 3-146	4	120	1440
Diseños y modas Alfa	Calle Vía La palma	5	150	1800
Modistería Yesy	Calle 2ABIS # 15-35	5	150	1800
Sastrería Jerusalén	Cra 7 # 11 - 344	4	120	1440
Confecciones Zulema	Calle 8 # 3N-56 B.1Mayo	5	150	1800
Modistería Yokas	Calle 2 # 2N-21	4	120	1440
TOTALES		74	2.220	26.640

Para la adquisición de la materia prima (Tela de Primera), Equipos de cómputo y comunicación, suministro de papelería y otros insumos como Hilos, botones, encajes serán adquiridos en la localidad ya que existen entidades reconocidas en el municipio que nos pueden vender dichos;

pero para la adquisición de la Maquinaria requerida para la transformación del producto y los muebles y enseres serán comprados en la ciudad de Bucaramanga, como lo describimos en el siguiente cuadro de proveedores:

Cuadro 30. Proveedores.

DESCRIPCION	PROVEEDOR	DIRECCION	CIUDAD
Materia prima (Tela Primera)	TELAS COLTEJER	CI 6 # 6-325	San Alberto - C
Muebles y Enseres	COMPUMUEBLES	Cra 33 # 55-50	Bucaramanga-S
Maquinaria Producción	Multimaquinas de coser	CI 37#19-10	Bucaramanga-S
Equipos de Computo	SERVICOMPUTO LTDA	Cra 3 # 5-35	San Albert - C
Papelería y Útiles de Oficina	PAPELERIA SAN DIEGO	CI 3 La Palma	San Alberto- C
Otros Insumos (hilos, botones, encajes, etc)	CACHARRERIA MAGALY	CI 1E - 3-278	San Alberto - C

3.3.7 Distribución de planta. la distribución de la planta de producción tiene una distribución por proceso ya que cada una de las operaciones requeridas en la elaboración del bolso se hace por secciones o áreas que están indicadas en la figura 9; por esta razón la maquinaria se encuentra ubicada estratégicamente de manera que permita la secuencia cronológica del proceso sin llegar a alterar los tiempos establecidos para cada una de ellas.

- Oficina de Secretaria y área de Caja: Espacio destinado para la ubicación de la secretaria y a su vez la encargada de la venta del producto terminado. 4 metros de Largo x 6 metros de ancho = 24 m².
- Área de Exhibición del producto: Zona donde se pueden apreciar los diferentes tipos y modelos de bolsos. 6 metros de Largo x 6 metros de ancho = 36 m².
- Área de Cafetería: Aquí se encuentra la zona de preparación de alimentos o bebidas como café, agua aromática, agua, para atención y bienestar de los trabajadores en el tiempo de receso. 4 metros de Largo x 3 metros de Ancho = 12 m².
- Zona de Lockers y Descanso: Espacio donde los trabajadores pueden dejar sus objetos personales como celulares, bolsos y demás que no son necesarios a partir de inicio de sus labores habituales; a parte de un espacio para descansar. 3 metros de Largo x 4 metros de ancho = 12 m².
- Pasillo: Espacio que permite transitar libremente por la zona de administrativa de la empresa, sirviendo de acceso o comunicación con la gerencia, oficina de la secretaria, la caja, el lugar de exhibición del producto terminado o modelos, lockers y la cocina. 10 metros de Largo x 3 metros de ancho = 30 m².

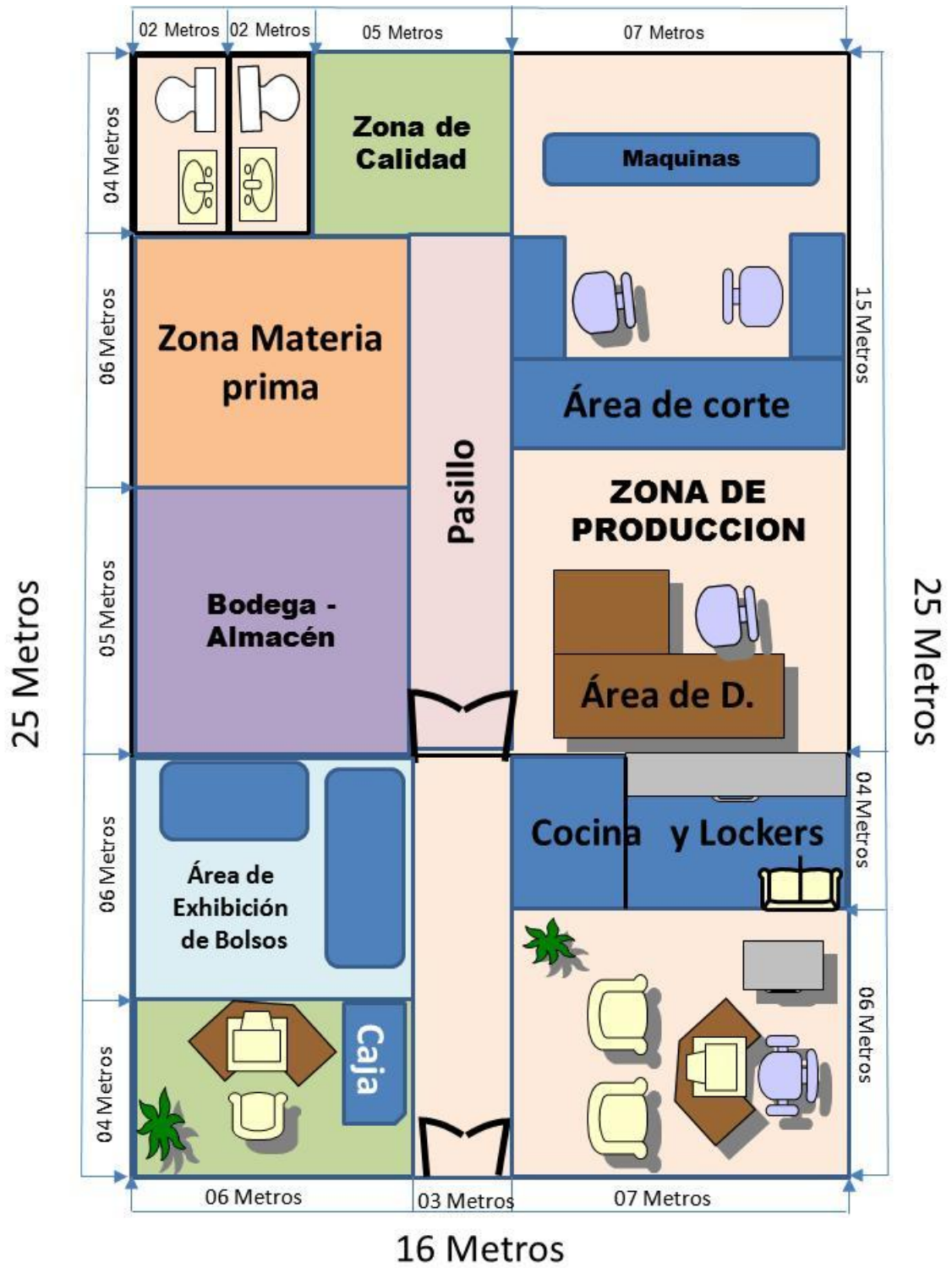
ÁREA DE PRODUCCIÓN:

- Área de trabajo: Zona de producción y transformación de la materia prima, estarán ubicadas las maquinas, las mesas de corte, la zona de diseño y la zona de calidad. 15 metros de Largo x 7 metros de ancho = 105 m².
- Área de Servicio de Baños: estará ubicado en la parte final del local, permitiendo solo el uso de personal de la empresa, se dispondrán de dos

baños uno para hombres y otro para mujeres. Los dos baños tiene las mismas medidas. 4 metros de Largo x 2 metros de Ancho = 8 x 2 baños = 16 m².

- Zona de Materia Prima: En este lugar es en donde permanecerá almacenada la materia prima y donde se realiza el proceso de clasificación de la misma para facilitar la utilización en la transformación del producto, a parte espacio donde se guardarán los diferentes insumos como hilos, tela de primera, entre otros. 6 metros de Largo x 6 metros de Ancho = 36 m².
- Bodega o Almacén: Sitio donde se almacenarán los respectivos bolsos terminados para su entrega. 5 metros de Largo x 6 metros de Ancho = 30 m².
- Pasillo: Cuenta con un espacio donde se puede transitar libremente por la zona de producción todos los trabajadores de la empresa, sirviendo de acceso a la zona de diseño, corte, ensamblado, calidad. Baños, bodega y Almacén. 11 metros de Largo x 3 metros de ancho = 33 m².
- Zona de Calidad: En este lugar llegarán los productos terminados para su respectivo proceso de revisión detallada y minuciosa de la calidad del bolso identificando no encontrar imperfecciones y que estén listos para sacarlo al mercado. 4 metros de Largo x 5 metros de Ancho = 20 m².

Figura 10. Distribución física de la empresa



Fuente: Diseñado por autores.

3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA

Mediante el método de localización de puntos ponderados, la empresa estará ubicada en el Municipio de San Alberto departamento del Cesar, en el antiguo local denominado “Tijuana”, lugar que se considera favorable dado a los medios de comunicación y transporte con los que se cuenta, permitiendo que el producto se dé fácil adquisición a la población objetivo. Además de favorecer la economía del proyecto, dada la infraestructura de los servicios públicos domiciliarios, el valor del arrendamiento y zona de influencia del mercado potencial como son empresas reconocidas, instituciones educativas, entre otros.

El proyecto contara maquinarias y equipos industriales, apropiados para trabajar las diversas clases de telas y/o accesorios que lleven los bolsos a producir. Las capacidades diseñada, instalada y utilizada, se calcularon teniendo en cuenta además de las especificaciones técnicas de las máquinas, la demanda estimada de la población objetivo, que le permitirá al proyecto ser factible y alcanzar la productividad requerida. La capacidad instalada es de 20.736 bolsos anuales o 1.728 bolsos mensuales; por otra parte la capacidad utilizada que corresponde a 9.792 bolsos anuales o 816 bolsos por mes corresponde aproximadamente al 47,5% de la capacidad instalada, cantidad suficiente para satisfacer la demanda inicial de bolsos en el municipio de san Alberto, Esta capacidad se incrementara un 20% durante cada año, hasta llegar al 100% de la capacidad diseñada que corresponde a 23.040 unidades.

Le suministros de los equipos como la maquinaria para la producción serán adquiridos con proveedores de la ciudad de Bucaramanga y los equipos de cómputo y otros insumos para la transformación del producto se contara con proveedores de la localidad de San Alberto – Cesar.

Por otra parte para puesta en marcha de la empresa contara con el recurso humano calificado capaz de realizar cada uno de las actividades de la transformación del bolso a base de retazos de tela. Se iniciara con dos operarios que realizaran el proceso de corte, ensamble y acabados, un supernumerario quien laborara solo medio tiempo realizando labores como clasificación de la materia prima y actividades de mantenimiento de la maquinaria y limpieza de la zona de producción, además de incluirlo dentro de los mismos procesos de la transformación del producto terminado. Se tendrá un diseñador encargado de realizar las actividades de diseños según los requerimientos del cliente; permitiendo a la empresa la reducción de costos evitando pagar prestaciones sociales. La calidad constituye un factor importante para el desarrollo del proyecto y funcionamiento de la empresa, por lo cual se tendrá en cuenta las normas de calidad contempladas en la ISO 9000.

Las distribuciones de la planta física de la empresa se plantean una distribución locativa para cada una de las aéreas el punto de fábrica y de comercialización, la zona de producción y la zona administrativa, estos se encuentran ubicados estratégicamente permitiendo agilidad, presentación y comodidad a los trabajadores para cada uno de los procesos que se realizaran en la organización.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro del plan de negocios, ayuda a comprender la forma en que se operará la estrategia de dentro de la organización. A continuación conoceremos el direccionamiento estratégico de la organización, su estructura organizacional, perfil de cargos, el marco jurídico legal y el desarrollo del talento humano que nos permitirá ver de una manera más clara la funcionalidad interna y nos ubicará dentro de la empresa.

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN.

La empresa se constituirá como una sociedad limitada de acuerdo al capital suscrito, para su constitución se requiere escritura de constitución, la empresa se registrará por las disposiciones legales estipuladas en la cámara de comercio.

4.1.1. Constitución Legal. Toda actividad empresarial debe encontrarse constituida legalmente proporcionándoles una mayor autonomía y un mejor desenvolvimiento en el campo económico en el cual se constituyó los pasos más importante de la constitución de una empresa son:

Confirmación del nombre.

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

Inscripción en la Cámara de Comercio. En la cámara de comercio se tramita el registro Mercantil; para tal propósito se diligencian unos formularios suministrados por la cámara adjuntando copias de las escrituras de constitución.

Obtención del Nit. Se realiza ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales, para que otorguen el número de identificación tributaria. Debe ir acompañada de una copia de certificado de constitución y el nombre del representante legal de la empresa. Una vez recibido el NIT así será incluido en el certificado de existencia y representación.

Permiso de Funcionamiento. Legalizado todo lo relativo a la constitución de la empresa, se procede a obtener permisos de funcionamiento de la unidad económica.

Inscripción ante la ASEGURADORA DE RIESGOS PROFESIONALES carácter privado (ARP – MAPFRE).

Afiliación al Sistema de Seguridad Social (EPS – AFP) Caja de compensación – Cajasan, Fondo de Cesantías PORVENIR.

Registrar ante el Ministerio De Protección Social El reglamento de trabajo.

Elaboración del panorama de riesgos, programa de seguridad Industrial y de Salud Ocupacional, contando con la respectiva asesoría de la ARP MAPFRE.

4.2. CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1. Visión “En el 2017 RETAZOS LTDA, Será la empresa modelo en la comunidad y a nivel nacional en todos los procesos de elaboración y

producción de bolsos a base de retazos cumpliendo con la normatividad vigente, manteniendo el crecimiento continuo, integrando nuevos sistemas de gestión de calidad para dar cumplimiento a las exigencias de los clientes”.

4.2.2. Misión “La Misión de RETAZOS es confeccionar y comercializar Bolsos, que complementan el vestuario y satisfagan las necesidades del mercado en forma competitiva, implementando buenas prácticas de manufactura en todos sus procesos, mediante el apoyo de nuestros colaboradores altamente capacitados y en constante capacitación cumpliendo con ética las obligaciones para con sus clientes, proveedores, empleados, socios, el Estado y la comunidad en la que se desarrollan las actividades de la empresa”.

4.2.3 Objetivos

- Contribuir en la generación de empleo brindando un ambiente próspero para el desarrollo laboral y humano de los empleados.
- Alcanzar independencia económica para los socios.
- Formar un equipo de trabajo con personal idóneo responsable y con alto sentido de pertenencia logrando posicionar la empresa en el mercado local.
- Brindar capacitación laboral al talento humano de tal forma que permitan desarrollarse integralmente en su vida laboral y personal.
- Crear una cultura de servicio al cliente será una estrategia fundamental para la empresa.
- La empresa RETAZOS Ltda. obtendrá niveles que aseguren su permanencia crecimiento y competitividad, por ello velará por la productividad en términos de eficiencia en la aplicación de sus recursos mediante estrategias claramente definidas.

4.2.4. Políticas

De personal Debido acuerdo a la particularidad de constitución de la empresa la selección de personal se hará de acuerdo a al procedimiento indicado Convocatoria, Selección y Contratación.

- Convocatoria: se realiza por medio de agencias de empleo.
- Selección: Se realizará la respectiva verificación de la información suministrada tanto de personal educativo, experiencia laboral, aplicación de pruebas tanto psicotécnicas como de la labor a realizar.
- Contratación: Se efectuara un contrato de obra o término de labor especificando horario de trabajo, salario y demás prestaciones de ley con todo lo reglamentado por el Ministerio de la Protección Social, con un periodo de prueba de dos meses.

De compras Realizar una evaluación periódica de proveedores estableciendo el cumplimiento calidad de insumos y demás aspectos que permitan perfilar lo más adecuado para la organización.

La empresa comprara los insumos necesarios a los proveedores que ofrezcan buenos productos a precios competitivos.

Al proveedor que ofrezca buenas condiciones de negociación, como garantías y plazos para el pago de los insumos, será el que se le compre todo lo necesario para la producción.

La materia prima se adquirirá a los proveedores de la región.

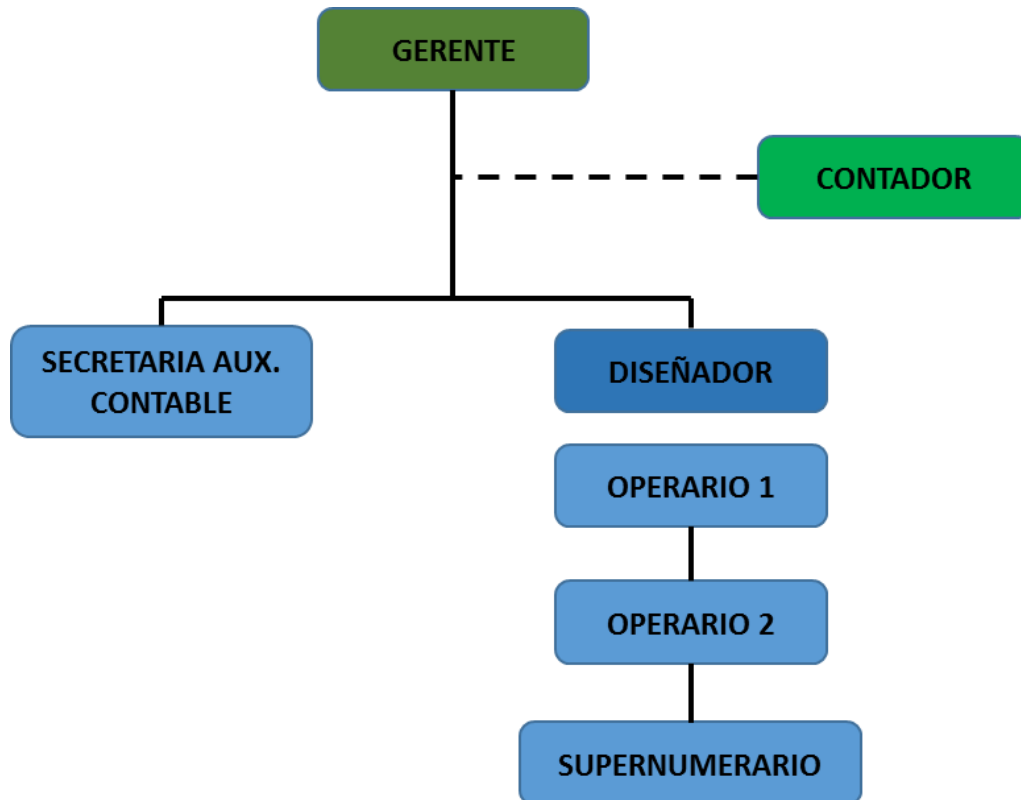
De ventas En la empresa se realizara la venta en forma directa al consumidor en el punto de exhibición y ventas.

- Las ventas serán de contado a los clientes de la localidad.
- Los establecimientos que soliciten crédito se les hará en primera instancia un estudio del cumplimiento de obligaciones, se referenciarán y su verificación de la legalidad y constitución de la empresa.
- Se efectuara descuentos especiales a los establecimientos que demanden grandes volúmenes.
- Mantendrá un contacto continuo con los clientes y su respectivo seguimiento posventa y posibles compradores.

4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1. Organigrama

Figura 11. Organigrama Retazos Ltda.



4.3.2 Descripción y Perfil de Cargos. Analizando el proyecto emprendedor según las características establecidas y los productos que brindara a la comunidad se definieron los siguientes cargos para el buen funcionamiento de la empresa. Para el debido funcionamiento de la organización se debe contar con un factor humano altamente calificado por lo cual se requiere cumplir con una serie de requisitos y perfiles acorde a la actividad a realizar que se le asignaran dentro de la empresa por lo cual describimos a continuación:

RETAZOS LTDA			
Nombre del cargo	GERENTE	Fecha:	
Código	001		
Supervisa a:	TODOS	Nº de cargos iguales	NINGUNO
FUNCION PRINCIPAL			
Representar legalmente a la empresa vigilando el buen funcionamiento de la organización a través de la planeación, organización, control y supervisión de cada una de las actividades que desarrolla la empresa.			
DETALLES DE LAS FUNCIONES			
a. Representar la empresa como persona jurídica, ante terceros y toda clase de personas o autoridades del orden administrativo político o jurisdiccional.			
b. Función que se ocupad de fijar el plan de acción de la empresa, coordinar las finanzas, la producción y la distribución, estableciendo os límites de actuación, la marcha de toda la organización interna de la empresa y ejercer el control final del ejecutivo.			
c. Verificar que se lleve correctamente la contabilidad.			
d. Control sobre las actividades que desarrolla cada individuo opera en la empresa.			
e. Prestar apoyo técnico y logístico a todas las áreas de la empresa.			
REQUISITOS DEL CARGO			
ESTUDIOS: Profesional en Gestión Empresarial, Ingeniero Industrial, Administrador de empresas o carreras afines.			
EXPERIENCIA: Mínimo 6 meses en administración de empresas productivas			
CONDICIONES ESPECIALES: Responsabilidad, Honestidad, capacidad administrativa y liderazgo, sentido de pertenecía y excelentes relaciones humanas.			
HABILIDAD MENTAL	Alta	HABILIDAD MANUAL	Media
ESFUERZO			
MENTAL	El cargo no exige concentración mental durante la jornada		
VISUAL	Las funciones no requieren mayor esfuerzo visual		

RETAZOS LTDA			
Nombre del cargo	SECRETARIA AUX. CONTABLE		Fecha:
Código	002		
Supervisa a:		Nº de cargos iguales	01
FUNCION PRINCIPAL			
Responsabilidad en realizar y manipular documentos en relación del departamento administrativo de la empresa.			
DETALLES DE LAS FUNCIONES			
<p>a. Llevar el manejo de caja, Bancos y demás funciones contables.</p> <p>b. Recibir, elaborar y archivar la correspondencia de la empresa de conformidad con los procedimientos establecidos para ello.</p> <p>c. Atender oportunamente los pagos de las obligaciones de la empresa con los proveedores.</p> <p>d. Manejar la agenda de la gerencia a fin de que se cumplan los compromisos de forma pronta y oportuna; las demás funciones que le delegue por parte de la gerencia.</p> <p>e. Mantener al día la información disponible para cuando se requiera.</p> <p>f. Velar por el buen uso y mantenimiento de los equipos de la oficina y la buena presentación de la misma.</p> <p>g. Mantener discreción y reserva sobre los asuntos confidenciales tramitados en la empresa y asuntos que conozca por razón de su empleo.</p>			
REQUISITOS DEL CARGO			
ESTUDIOS: Técnico Auxiliar Administrativo; conocimientos en Office			
EXPERIENCIA: Mínimo 1 año desempeñando labores administrativas			
CONDICIONES ESPECIALES: Responsabilidad, honestidad, destreza, manejo de programas informáticos.			
HABILIDAD MENTAL	Alta	HABILIDAD MANUAL	Baja
ESFUERZO			
MENTAL	El cargo exige concentración mental.		
VISUAL	Las funciones que realiza exigen un menor esfuerzo visual.		

RETAZOS LTDA			
Nombre del cargo	OPERARIO	Fecha:	
Código	003		
Supervisa a:	NINGUNO	Nº de cargos iguales	02
FUNCION PRINCIPAL			
Realizar las actividades de la elaboración de bolsos a base de especificaciones que se dé por parte del diseñador y seguir con los procedimientos para optimizar el tiempo, así como el uso de recursos y utilizar las máquinas de la manera más adecuada según las indicaciones que se determinen.			
DETALLES DE LAS FUNCIONES			
<p>a. Elaboración de los bolsos durante el proceso de la transformación, corte, ensamble.</p> <p>b. Ser responsable con el inventario entregado tanto materia prima como maquinaria y herramientas.</p> <p>c. Entregar el bolso en el tiempo que se haya establecido.</p> <p>d. Informar sobre cualquier contratiempo al gerente que se presente en el momento de la producción del bolso.</p>			
REQUISITOS DEL CARGO			
ESTUDIOS: Técnico en Operación de maquinaria para confecciones (<u>plana, Fileteadora , cortadora</u>) con certificación de actitud profesional del SENA			
EXPERIENCIA: Mínimo 1 año			
CONDICIONES ESPECIALES: Responsabilidad, organización, destreza manual en el manejo de la producción del producto.			
HABILIDAD MENTAL	ALTA	HABILIDAD MANUAL	ALTA
ESFUERZO			
MENTAL	El cargo exige concentración mental durante la producción		
VISUAL	Las funciones que realiza exigen un menor esfuerzo visual.		

RETAZOS LTDA			
Nombre del cargo	SUPERNUMERARIO	Fecha:	
Código	004		
Supervisa a:	NINGUNO	Nº de cargos iguales	01
FUNCION PRINCIPAL			
Realizar las actividades iniciales para la elaboración del producto, además del manejo de los inventarios e insumos para la transformación del producto.			
DETALLES DE LAS FUNCIONES			
<p>a. Responsable de la recepción, clasificación y almacenamiento de la materia prima teniendo en cuenta las especificaciones del diseñador.</p> <p>b. Ser responsable con el inventario entregado.</p> <p>c. Realizar los respectivos mantenimientos de la maquinaria y de las instalaciones de la empresa.</p> <p>d. Informar sobre cualquier contratiempo al gerente que se presente en el momento de la producción del bolso.</p>			
REQUISITOS DEL CARGO			
<p>ESTUDIOS: Técnico en Operación y mantenimiento de maquinaria para confecciones (<u>plana, Fileteadora, cortadora</u>) con certificación de actitud profesional del SENA.</p> <p>EXPERIENCIA: Mínimo 1 año.</p> <p>CONDICIONES ESPECIALES: Responsabilidad, organización, destreza manual y esfuerzo físico en el manejo de la producción del producto.</p>			
HABILIDAD MENTAL	ALTA	HABILIDAD MANUAL	ALTA
ESFUERZO			
MENTAL	El cargo exige concentración mental durante la producción		
VISUAL	Las funciones que realiza exigen un menor esfuerzo visual.		

RETAZOS LTDA			
Nombre del cargo	DISEÑADOR	Fecha:	
Código	005		
Supervisa a:	OPERARIOS	Nº de cargos iguales	01
FUNCION PRINCIPAL			
Realizar el diseño de los modelos de bolsos teniendo en cuenta los requerimientos y necesidades de la empresa, entregándolos en plazos determinados brindando exclusividad de uso de los modelos a la empresa.			
DETALLES DE LAS FUNCIONES			
<p>a. Diseñar los modelos de los bolsos.</p> <p>b. Elaborar plantillas para la elaboración de los bolsos.</p> <p>c. Capacitar o indicar los procedimientos respectivos de cada modelo a los operarios.</p> <p>d. Brindar soporte necesario en cualquier incertidumbre con respecto a los modelos.</p> <p>e. Presentar el listado de accesorios y cantidad de tela necesaria para cada modelo por escrito</p> <p>f. Brindar asesoría en los procesos de almacenamiento y clasificación de la materia prima.</p>			
REQUISITOS DEL CARGO			
ESTUDIOS: Estudiantes de últimos niveles de Diseño de Modas.			
EXPERIENCIA: Mínimo haber realizado sus respectivas horas de pasantías en el área.			
CONDICIONES ESPECIALES: Responsabilidad, confianza, y asertividad en el manejo de producción de bolsos.			
HABILIDAD MENTAL	Alta	HABILIDAD MANUAL	Baja
ESFUERZO			
MENTAL	El cargo exige ALTA concentración mental.		
VISUAL	Las funciones que realiza exigen un menor esfuerzo visual.		

RETAZOS LTDA			
Nombre del cargo	CONTADOR	Fecha:	
Código	006		
Supervisa a:	AUXILIRA CONTABLE	Nº de cargos iguales	NINGUNO
FUNCION PRINCIPAL			
Avalar con firma los estados financieros que tenga la empresa en cada periodo contable determinado y encargarse de proyectar los que se esperan obtener para el periodo posterior.			
DETALLES DE LAS FUNCIONES			
<p>a. Revisar los asientos contables elaborados y avalar el proceso de conformación de los estados acumulados.</p> <p>b. Presentar ante la gerencia los estados financieros proyectados.</p> <p>c. Liquidar diferentes impuestos que se tengan que hacer por la empresa y presentarlos a la gerencia para ser cancelados oportunamente y así evitar sanciones de tipo legal.</p> <p style="padding-left: 40px;">a. Elaborar y firmar todos los informes contables que se requiera ya que contengan información específica del área contable.</p> <p style="padding-left: 40px;">b. Revisión de las nóminas del personal al servicio de la empresa, elaboradas por la secretaria auxiliar contable.</p> <p style="padding-left: 40px;">c. Dar respuesta a los requerimientos de la DIAN</p> <p style="padding-left: 40px;">d. Asesorar al gerente en los estados financieros y sus rendimientos en capital.</p> <p style="padding-left: 40px;">e. Realizar los documentos (Formulario de IVA – Rete fuente- Declaración De Renta).</p>			
REQUISITOS DEL CARGO			
ESTUDIOS: Contador Público con T.P. Vigente.			
EXPERIENCIA: Mínimo 2 años en cargos similares.			
CONDICIONES ESPECIALES: Responsabilidad, confianza, honestidad, organización, manejo contable, financiero y tributario.			
HABILIDAD MENTAL	Alta	HABILIDAD MANUAL	Baja
ESFUERZO			
MENTAL	El cargo exige ALTA concentración mental.		
VISUAL	Las funciones que realiza exigen un menor esfuerzo visual.		

4.3.4 Asignación Salarial. Los salarios se definen de acuerdo al salario mínimo legal vigente (Salario básico más prestaciones sociales y seguridad social).

Cuadro 31. Asignación de Salarios personal de la empresa.

CARGO	SALARIO	Nº DE PERSONAS	TIPO DE VINCULACION
GERENTE	\$ 1.000.000	1	DIRECTA
SECRETARIA	\$ 600.000	1	DIRECTA
OPERARIO	\$ 589.500	2	DIRECTA
SUPERNUMERARIO	\$ 294.750	1	DIRECTA
DISEÑADOR	\$ 800.000	1	DIRECTA
CONTADOR	\$ 300.000	1	INDIRECTA

Política Contractual: La empresa establece dentro su política contractual cumplir cabalmente con la normatividad del Código Sustantivo de Trabajo de la Republica de Colombia.

Los cargos de Gerencia, secretaria Auxiliar contable, los operarios, recibirán los respectivos salarios discriminados anteriormente como pago de sus funciones realizadas; el Supernumerario recibirá la suma de medio SMMLV, ya que su labor es requerida solo por medio tiempo, y sus prestaciones sociales serán calculadas sobre el SMMLV. Es de anotar que los empleados contratados directos, tendrán derecho a sus respectivas prestaciones sociales legales y vigentes, como lo muestra el siguiente cuadro:

Cuadro 32. Liquidación de Prestaciones Sociales.

PRESTACIONES SOCIALES	%
Seguridad Social	
Aportes a EPS	8,50%
Aporte A.F.P	12,00%
Aporte A.R.L	0,52%

PRESTACIONES SOCIALES	%
PRESTACIONES	
cesantías	8,33%
Intereses de la cesantías	1,00%
Vacaciones anual	4,16%
Prima de servicio	8,33%
APORTES PARAFISCALES	
Caja de Compensación familiar	4,00%
SENA	2,00%
ICFB	3,00%
TOTAL LIQUIDAR	51,84%

El personal directo laborará 8 horas diarias y 48 a la semana; y el personal vinculado por OPS (Orden de Prestación de Servicios) Establecerán Horarios de asistencia que se adecuen a las jornadas laborales, la producción y cumplimiento de entrega de informes de diseño – producción, legales y contables.

4.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA DEL PROYECTO.

Se contara con una estructura organizada con una jerarquización que permite al conducto regular ser eficiente y cómodo para cada miembro de la organización.

La Misión, Visión Y Objetivos se convierten en una herramienta para los empleados y un reto para los inversionistas del proyecto convirtiéndose estos elementos en bases solidad para la nueva empresa.

La constitución legal de la nueva empresa como sociedad de Responsabilidad Limitada y el tipo de contrato ofrecido para los futuros empleados, ofrece confianza para cada miembro de la organización garantizando una motivación para desempeñar sus funciones con compromiso y responsabilidad.

Por los anteriores puntos se infiere que el proyecto es administrativamente viable por cuanto su forma de constitución y su estructura organizacional es la más adecuada para este tipo de empresa que se desea conformar.

5. ESTUDIO FINANCIERO

En el siguiente estudio se presenta la viabilidad económica que tiene el proyecto de la empresa Industrial Productora y Comercializadora de bolsos en el Municipio de San Alberto departamento del Cesar. En el mismo contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo así como su estructura financiamiento, gastos, costos, proyección de ingresos, estado de resultados, balances generales que tendrá el proyecto durante su vida útil.

Una vez conocidas las necesidades de los recursos financieros deberán estudiarse y definirse las fuentes que los aportaran y examinarse las condiciones en que lo harán.

5.1. INVERSIONES

5.1.1 Inversión fija. Se encuentran todos los activos fijos que requiere la empresa productora de bolsos a base de retazos de tela para su funcionamiento y operación, los valores invertidos en la maquinaria Muebles y enseres, equipos de oficina utilizada y equipos de producción, reflejados en los cuadros detallados que se presentan a continuación.

5.1.1.1 Terreno. Para la puesta en marcha de la producción de bolsos de tela No se requiere hacer inversión en terrenos, dado que se arrendara un local que se ha identificado estratégicamente para que sea de fácil acceso y reconocimiento del mercado objetivo.

5.1.1.2 Construcción y adecuación: El proyecto contempla hacer inversiones en este rubro, debido que inicialmente el sitio escogido para su funcionamiento no está acondicionado para iniciar labores, se encuentra solo un salón con un área de 400 m². Por lo cual se diseña la distribución locativa de la planta de la empresa en dos zonas, una que es la Administrativa y la otra de producción como se puede apreciar en el ítem 3.3.7 Distribución Planta. Es así que se realizaran adecuaciones y construcciones locativas para la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa por valores de \$54.800.000; los valores cotizados en mano de obra incluido materiales para las adecuaciones y construcción oscilan en \$137.000= el metro cuadrado, distribuidos así

Cuadro 33. Adecuación y construcciones locativas de la planta física

ADECUACION INSTALACION PLANTA FISICA				
DETALLE	MEDIDAS	TOTAL AREA (metros cuadrados)	VALOR METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
ZONA ADMINISTRATIVA				
Oficina de gerencia	7m x 6m	42	\$ 137.000	\$ 5.754.000
Oficina de Secretaria	4m x 6m	24	\$ 137.000	\$ 3.288.000
Zona de Exhibición	6m x 6m	36	\$ 137.000	\$ 4.932.000
Cafetería y zona descanso	4m x7m	28	\$ 137.000	\$ 3.836.000
Pasillo	10m x 3m	30	\$ 137.000	\$ 4.110.000
ZONA DE PRODUCCION				
Área de Producción	15m x 7m	105	\$ 137.000	\$ 14.385.000
Área de Servicios (baños 2)	4m x 2m	16	\$ 137.000	\$ 2.192.000
Almacenamiento Materia Prima	6m x 6m	36	\$ 137.000	\$ 4.932.000
Bodega Almacén	5m x 6m	30	\$ 137.000	\$ 4.110.000
Pasillo	11m x 3m	33	\$ 137.000	\$ 4.521.000
Área de Calidad	4m x 5m	20	\$ 137.000	\$ 2.740.000
TOTALES		400		\$ 54.800.000

5.1.1.3 Maquinaria y Equipo:

Cuadro 34 Maquinaria

CONCEPTO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Maquinaria Plana Industrial Motor Servo	2	\$ 1.000.000	\$ 2.000.000
Fileteadora	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Cortadora	1	\$ 1.700.000	\$ 1.700.000
Mesa Corte y Diseño	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
Plancha Normal - Seca Universal	1	\$ 65.000	\$ 65.000
SUBTOTAL MAQUINARIA			\$ 7.065.000

5.1.1.4 Muebles y Enseres

Cuadro 35 Muebles y Enseres

CONCEPTO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vitrinas	2	\$ 300.000	\$ 600.000
Mesón Diseñador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Mesón Mesa Calidad	1	\$ 850.000	\$ 850.000
Módulos Gerencia	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Módulos Administrativo	2	\$ 350.000	\$ 700.000
Sillas de espera	1	\$ 140.000	\$ 140.000
Silla Gerencia	1	\$ 179.900	\$ 179.900
Sillas de oficina sin brazos(Secretaria y Diseñador)	2	\$ 59.000	\$ 118.000
Sillas Operarios y Supernumerario	3	\$ 79.900	\$ 239.700
Estantes Metálicos Almacenamiento Bolso Terminado	10	\$ 550.000	\$ 5.500.000
Estantes metálicos para insumos	2	\$ 550.000	\$ 1.100.000
Estantes Metálicos Bolsos Defectuosos	1	\$ 550.000	\$ 550.000
Góndolas para exhibición bolsos Terminados al público.	4	\$ 800.000	\$ 3.200.000
Canastas Plásticas Industriales almacenamiento MP	10	\$ 130.000	\$ 1.300.000
Lockers personal de 6 casilleros	1	\$ 450.000	\$ 450.000
sillón zona de descanso	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Archivador	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Ventilador	3	\$ 100.000	\$ 300.000
SUBTOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 17.727.600

5.1.1.5 Equipos de Oficina

Cuadro 36 Equipos de Oficina

CONCEPTO	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono Inalámbrico detec 6.0	2	\$ 200.000	\$ 400.000
Caja Registradora	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Escritorios multifuncionales	3	\$ 180.000	\$ 540.000
Computador	3	\$ 1.850.000	\$ 5.550.000
Impresora	1	\$ 679.000	\$ 679.000
Nevera	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Cafetera	1	\$ 80.000	\$ 80.000
SUBTOTAL EQUIPOS DE OFICINA			\$ 8.749.000

5.1.1.6 Herramientas

Cuadro 37 Utensilios y Herramientas

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tijeras	3	\$ 25.000	\$ 75.000
Regla	2	\$ 14.000	\$ 28.000
Molde Papel	100	\$ 500	\$ 50.000
TOTAL HERRAMIENTA			\$ 153.000

5.1.1.7 Total inversión fija: El valor total de la inversión es de \$ 87.954.600

Cuadro 38 Total Activos

DETALLE	VALOR
MAQUINARIA	\$ 7.065.000
ADECUACION Y CONSTRUCCIONES LOCATIVAS	\$ 54.800.000
HERRAMIENTA	\$ 153.000
MUEBLES Y ENSERES	\$ 17.727.600
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 8.209.000
TOTAL INVERSION ACTIVOS FIJOS	\$87.954.600

5.1.2 Inversión en Activos Diferidos.

a) Constitución legal de la empresa. En este concepto se incluye el notario, el Registro Mercantil y el de Industria y Comercio. Las erogaciones correspondientes a este concepto se estiman en \$1.800.000,00= .

b) Elaboración de estudios. Se consideró la elaboración de estudios con un tiempo estimado de cuatro meses y un costo total de: \$1.200.000,00=

c) Instalación, arranque y capacitación del personal. Este rubro incluye las pruebas que se realizan antes de que la empresa inicie a operar formalmente, así como la capacitación del personal que será proporcionada por la proveedora de maquinaria y equipo. El costo por estos conceptos es de: \$650.000,00.

d) Seguro de transporte y flete. El costo de transportación de maquinaria y equipo, así como el flete suma un total de \$150.000,00=

e) Publicidad y Promoción. Se incluye el valor de la publicidad en los medios de comunicación masiva de la localidad, como TV comunitaria, Volanteo, Emisión de cuñas radiales, por un valor de \$1.600.000,00=

Cuadro 39 Inversión Diferida

DESCRIPCION	VALOR TOTAL	VALOR DIFERIDO POR AÑO
Constitución Legal de la empresa	\$ 1.800.000	\$ 600.000
Elaboración de Estudios	\$ 1.200.000	\$ 500.000
Capacitación del Personal	\$ 650.000	\$ 400.000
Seguros de transporte y Flete	\$ 150.000	\$ 100.000
Publicidad y Promoción	\$ 1.600.000	\$ 800.000
TOTAL	\$ 5.400.000	\$2.400.000

5.1.3 Inversión de Capital de Trabajo. Para este proyecto el monto de dinero necesario para iniciar las labores de producción y comercialización de bolsos tendremos discriminado el valor de inversión, hasta el momento en que la empresa es capaz de generar buenos ingresos suficientes para cubrir el total de sus costos y de gastos. Este grupo lo conforman el arriendo, los servicios domiciliarios, los pagos de nómina, la publicidad, el mantenimiento de la maquinaria, artículos de aseo y cafetería, papelería, financieros y otros gastos.

Cuadro 40 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 11.856.462	\$ 142.277.544
ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 3.159.000	\$ 37.908.000
GASTOS FINANCIEROS	\$ 842.663	\$ 10.111.956
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 15.858.125	\$ 190.297.500

5.1.3.1 Costo de producción. Constituye los costos que se requieren para la fabricación de bolsos a base de retazos de tela: materia prima (retazos de tela), mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

5.1.3.2 Materias primas. Teniendo en cuenta la capacidad utilizada, la empresa estará en condiciones para producir 9.792 unidades al año; calcularemos el costo de materia prima que en este caso se ha establecido que por cada bolso a producir se requiere de 1 Kilo de materia prima por un valor de \$2.000, el cual podemos apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro 41 Materia Prima

CONCEPTO	PRODUCCION BOLSO AÑO	VALOR MATERIA PRIMA (KILO)	TOTAL COSTO MATERIA PRIMA AÑO 1
UN BOLSO	11.520	\$ 2.000	\$ 23.040.000

5.1.3.2.1 Mano de obra directa. La contratación del personal para la producción de los bolsos consta de 2 Operarios, 1 Supernumerario y 1 Diseñador que será contratados directamente por parte de la organización.

Cuadro 42. Mano de Obra Directa

CARGO	SALARIO	AUX DE TRANSPORTE	P.S. y Otros	SUELDO MES	SUELDO AÑO
			51,840%		
DISEÑADOR	\$ 800.000	\$ 70.500	\$ 414.720	\$ 1.285.220	\$ 15.422.640
OPERARIO 1	\$ 589.500	\$ 70.500	\$ 305.597	\$ 965.597	\$ 11.587.162
OPERARIO 2	\$ 589.500	\$ 70.500	\$ 305.597	\$ 965.597	\$ 11.587.162
SUPERNUMERARIO	\$ 294.750	\$ 70.500	\$ 152.798	\$ 518.048	\$ 6.216.581
TOTAL				\$ 3.743.462	\$ 44.813.544

5.1.3.3. Costos Indirectos de fabricación. Dentro de este costo se incluirá el generado para la producción del bolsos como Hilos, encajes, botones, la etiqueta; además de los gastos de mantenimiento y reparación de la maquinaria realizada por técnicos de la empresa proveedora por un valor \$120.000= y serán realizados en semestralmente, el seguro de la maquinaria y de los equipos.

Cuadro 43 Costos Indirectos de Fabricación

CONCEPTO	VR. COMPRA	V/R ANUAL
Encaje (Metro)	\$ 200,00	\$ 2.304.000
Botones (Unidad)	\$ 50,00	\$ 576.000
hilo (unidad)	\$ 1.200,00	\$ 13.824.000
Tela de Primera (Metro)	\$ 4.000,00	\$ 46.080.000
Etiqueta (unidad)	\$ 1.000,00	\$ 11.520.000
Mantenimiento (2 al año)	\$ 60.000,00	\$ 120.000
Seguro Maquinaria y Equipo	\$ 14.500,00	\$ 174.000
SUBTOTAL CIF	\$ 80.950,00	\$ 74.598.000

5.1.3.3.1 Total costos de producción

Cuadro 44 Total Costos de Producción.

COSTOS DE PRODUCCION	ANUAL	MENSUAL
M.O DIRECTA	\$ 44.813.544	\$ 3.734.462
MATERIA PRIMA	\$ 23.040.000	\$ 1.920.000
COSTOS CIF	\$ 74.598.000	\$ 6.216.500
TOTAL	\$ 142.451.544	\$ 11.870.962

5.1.3.4. Gastos de administración y ventas.

Cuadro 45 Presupuesto de Gastos de Admón. y Ventas

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Gerente	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Secretaria	\$ 600.000	\$ 7.200.000
Útiles Aseo Oficina	\$ 50.000	\$ 600.000
Teléfono, Internet	\$ 95.000	\$ 1.140.000
Arriendo	\$ 400.000	\$ 4.800.000
Amortización Diferidos	174.000	\$ 2.088.000
Papelería Oficina	40000	\$ 480.000
Publicidad Operación	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Elementos de Cafetería	\$ 50.000	\$ 600.000
Contador (honorarios)	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Mantenimiento equipos de Oficina	100.000	\$ 1.200.000
ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 3.159.000	\$ 37.908.000

5.1.3.5 Gastos Financieros

Cuadro 46. Gastos financieros intereses por año

Gastos financieros	Año 1	Año 2	Año 3
Intereses	\$22.581.334	\$22.581.334	\$22.581.334
Total	\$3.356.037	\$2.393.389	\$1.706.867

5.1.3.6 Total Capital de Trabajo

Cuadro 47. Total de Capital de Trabajo

5.1.4. Inversión Total.

CAPITAL DE TRABAJO		
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 11.870.962	\$ 142.451.544
ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 3.159.000	\$ 37.908.000
GASTOS FINANCIEROS	\$ 842.663	\$ 10.111.956
TOTAL K DE W	\$ 15.872.625	\$ 190.471.500

Cuadro 48. Inversión Total

TOTAL INVERSION		
INVERSION FIJA	\$ 87.954.600	83%
INVERSION DIFERIDA	\$ 2.400.000	2%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 15.872.625	15%
TOTAL	\$ 106.227.225	100%

5.1.5 Fuentes de Financiación

Cuadro 49. Fuentes de Financiación

TOTAL INVERSION		
RECURSOS PROPIOS	\$ 53.113.613	50%
RECURSOS DE TERCEROS	\$ 53.113.613	50%
TOTAL PROYECTO	\$ 106.227.225	100%

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos Fijos: Los costos fijos son aquellos que permanecen constantes. Aunque varíe la cantidad de productos de la producción de los bolsos a base de retazos de tela.

Cuadro 50. Costos Fijos.

COSTOS FIJOS	VALOR MENSUAL	VALOR /AÑO
Total de sueldos empresa	\$ 3.734.462	\$44.813.544
Amortización diferida	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Seguros maquinaria y equipos de producción	\$ 14.500	\$ 174.000
dotación	\$ 45.000	\$ 540.000
arriendo	\$ 400.000	\$ 4.800.000
TOTAL COSTOS	\$ 4.393.962	\$52.727.544

5.2.2 Costos Variables. Los costos variables son aquellos que varían en relación con la cantidad de productos fabricados por la empresa de bolsos a base de retazos de tela.

Cuadro 51 Costos Variables

Costos variables	VALOR /MENSUAL	VALOR /AÑO
Materia Prima	\$ 1.920.000	\$ 23.040.000
Insumos	\$ 6.216.500	\$ 74.598.000
Gastos de Administración y ventas	\$ 3.159.000	\$ 37.908.000
Total	\$ 11.295.500	\$ 135.546.000

5.2.3 Costos Totales Unitarios: Estos costos salen de dividir cada uno de los costos mensuales en el total de unidades a producir al mes. En este caso se realizan por separado de acuerdo a la participación de los costos cada uno de los productos y la respectiva cantidad producida

Cuadro 52 Costos Totales

Detalle	Costo Total	% de partic.	Costo unidad
Total costos Fijos	\$ 52.727.544	28%	\$ 5.385
Total de costos variables	\$ 135.546.000	72%	\$ 13.843
TOTAL	\$ 188.273.544	100%	\$ 19.227

5.3 PRECIO DE VENTA

Cuadro 53. Precio de Venta

PRECIO DE VENTA			
COSTO UNITARIO	% UTILIDAD	UTILIDAD VENTA	VALOR VENTA
\$ 19.227	45%	\$ 8.652	\$ 27.880

Este precio de venta \$27.880 recupera todos los costos y genera la utilidad de la esperada; sin embargo, teniendo en cuenta que en la pregunta número 13 correspondiente al estudio de mercados arrojó que estarán dispuestos a pagar por el producto el valor de \$31.000, además sin llegar a dañar el precio del mercado actual; por estas razones se manejara un precio de venta conforme al promediado entre el valor de venta y el dispuesto a pagar el mercado objetivo, por lo tanto su valor será de \$28.000. Este valor se calculó de la siguiente manera:

Utilidad = Costo Unidad * % Utilidad por bolso

Precio de Venta = Costo Unidad + Utilidad

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

Se relacionan los ingresos y egresos, presupuestados durante la vida útil del proyecto. Se trabaja con pesos constantes, porque los precios se mantienen fijos durante cada año; los incrementos corresponden a los establecidos por la empresa productora de bolsos a base de retazos de tela.

5.4.1. Ingresos

Cuadro 54. Proyección de Ingresos

INGRESOS					
CONCEPTO	AÑO1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades ventas	9.792	9.841	9.890	9.940	9.989
Valor en Ventas	\$ 272.996.639	\$ 274.361.622	\$ 275.733.430	\$ 277.112.097	\$ 278.497.658

5.4.2 Egresos

Cuadro 55. Proyecciones de Egresos

EGRESOS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
MATERIA PRIMA	\$ 23.040.000	\$ 23.155.200	\$ 23.270.976	\$ 23.387.331	\$ 23.504.268
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 44.813.544	\$ 45.037.612	\$ 45.262.800	\$ 45.489.114	\$ 45.716.559
CIF	\$ 74.598.000	\$ 74.970.990	\$ 75.345.845	\$ 75.722.574	\$ 76.101.187
GASTOS DE ADMON Y VTAS	\$ 37.908.000	\$ 38.097.540	\$ 38.288.028	\$ 38.479.468	\$ 38.671.865
OBLIGACION FINANCIERA	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417		
IMPUESTOS	\$ 23.117.384	\$ 23.332.783	\$ 23.549.260	\$ 31.219.676	\$ 31.438.322
TOTAL EGRESOS	\$226.061.344	\$227.178.542	\$228.301.325	\$214.298.163	\$215.432.202

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

5.5.1 Estado de resultados Proyectados a 5 años

Cuadro 56. Estado De Resultados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$272.996.639	\$274.361.622	\$275.733.430	\$ 277.112.097	\$278.497.658
(-) costo de producción	\$142.451.544	\$143.163.802	\$143.879.621	\$ 144.599.019	\$145.322.014
utilidad Bruta	\$130.545.095	\$131.197.820	\$131.853.809	\$ 132.513.078	\$133.175.644
(-) Gastos de administración y ventas	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000
utilidad operacional	\$ 92.637.095	\$ 93.289.820	\$ 93.945.809	\$ 94.605.078	\$ 95.267.644
(-) Gastos financieros	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417		
Utilidad antes de Impuesto	\$ 70.052.678	\$ 70.705.404	\$ 71.361.393	\$ 94.605.078	\$ 95.267.644
(-) Impuesto (33%)	\$ 23.117.384	\$ 23.332.783	\$ 23.549.260	\$ 31.219.676	\$ 31.438.322
Utilidad Neta	\$ 46.935.294	\$ 47.372.620	\$ 47.812.133	\$ 63.385.403	\$ 63.829.321
(-) Reserva legal (10%)	\$ 4.693.529	\$ 4.737.262	\$ 4.781.213	\$ 6.338.540	\$ 6.382.932
UTILIDAD EJERCICIO	\$ 42.241.765	\$ 42.635.358	\$ 43.030.920	\$ 57.046.862	\$ 57.446.389

5.5.2 .Flujo de Caja Proyectado

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Capital Propio	\$ 53.113.613					
Ventas	\$ -	\$ 272.996.639	\$ 274.361.622	\$ 275.733.430	\$ 277.112.097	\$ 278.497.658
Préstamos del Banco	\$ 53.113.613					
TOTAL INGRESOS	\$ 106.227.225	\$ 272.996.639	\$ 274.361.622	\$ 275.733.430	\$ 277.112.097	\$ 278.497.658
EGRESOS						
Maquinaria y equipo	\$ 61.865.000	0	0	0	0	0
Muebles y enseres	\$ 17.727.600	0	0	0	0	0
Equipos de oficina	\$ 8.209.000	0	0	0	0	0
Herramientas	\$ 153.000	0	0	0	0	0
Inversión Diferida	\$ 2.400.000	0	0	0	0	0
Costos de producción	\$ -	\$ 142.451.544	\$ 143.163.802	\$ 143.879.621	\$ 144.599.019	\$ 145.322.014
Gastos administración	\$ -	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000	\$ 37.908.000
Obligaciones financieras	\$ -	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417		

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago impuestos (33%)	\$ -	\$ 23.117.384	\$ 23.332.783	\$ 23.549.260	\$ 31.219.676	\$ 31.438.322
TOTAL EGRESOS	\$ 90.354.600	\$ 226.061.344	\$ 226.989.002	\$ 227.921.297	\$ 213.726.695	\$ 214.668.336
TOTAL						
Capital de trabajo	\$ 15.872.625					
Saldo Inicial	\$ -	\$ 15.872.625	\$ 46.935.294	\$ 94.307.915	\$ 142.120.048	\$ 205.505.450
SALDO DE CAJA	\$ 31.745.250	\$ 46.935.294	\$ 94.307.915	\$ 142.120.048	\$ 205.505.450	\$ 269.334.772

Cuadro 57 flujos de caja

5.5.3 Balance General Inicial y Proyectado

Cuadro 58 Balance general

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
Activo Corriente					
Caja y Bancos	\$ 46.935.294	\$ 94.307.915	\$ 142.120.048	\$ 205.505.450	\$ 269.334.772
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 46.935.294	\$ 94.307.915	\$ 142.120.048	\$ 205.505.450	\$ 269.334.772
Activo No Corriente					
Maquinaria y equipo	\$ 61.865.000	\$ 61.865.000	\$ 61.865.000	\$ 61.865.000	\$ 61.865.000
Muebles y Enseres	\$ 17.727.600	\$ 17.727.600	\$ 17.727.600	\$ 17.727.600	\$ 17.727.600
Equipo de Oficina	\$ 8.209.000	\$ 8.209.000	\$ 8.209.000	\$ 8.209.000	\$ 8.209.000
Herramienta	\$ 153.000	\$ 153.000	\$ 153.000	\$ 153.000	\$ 153.000
Diferidos	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000	\$ 2.400.000
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 90.354.600	\$ 90.354.600	\$ 90.354.600	\$ 90.354.600	\$ 90.354.600
TOTAL ACTIVO	\$ 137.289.894	\$ 184.662.515	\$ 232.474.648	\$ 295.860.050	\$ 359.689.372
PASIVO					
Pasivo corriente					
Impuesto de renta	\$ 23.117.384	\$ 23.332.783	\$ 23.549.260	\$ 31.219.676	\$ 31.438.322
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 23.117.384	\$ 23.332.783	\$ 23.549.260	\$ 31.219.676	\$ 31.438.322
Pasivo No corriente					
Obligaciones Financiera	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417	\$ 22.584.417	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 45.701.800	\$ 45.917.200	\$ 46.133.676	\$ 31.219.676	\$ 31.438.322
PATRIMONIO					
Capital Socios	\$ 53.113.613	\$ 53.113.613	\$ 53.113.613	\$ 53.113.613	\$ 53.113.613
Reserva Legal	\$ 4.693.529	\$ 4.737.262	\$ 4.781.213	\$ 6.338.540	\$ 6.382.932

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Rendimiento /perdida</i>	\$ (35.300.513)				
<i>Utilidad del ejercicio</i>	\$ 42.241.765	\$ 42.635.358	\$ 43.030.920	\$ 57.046.862	\$ 57.446.389
TOTAL PATRIMONIO	\$ 64.748.394	\$100.486.233	\$100.925.746	\$ 116.499.015	\$255.338.698
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 110.450.194	\$146.403.433	\$147.059.422	\$ 147.718.691	\$ 286.777.020

5.6. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero evidenció las necesidades de capital para la inversión fija, diferida y el capital de trabajo para el primer mes de labores de la empresa, para discriminar los costos, calcular los ingresos y egresos, elaborar los estados financieros (flujo de caja, estado de resultados y balance general), proyectados a cinco años.

Se efectuaron cálculos que permitieron cuantificar las inversión total para la puesta en marcha del proyecto por valor de **\$ 106.227.225**, de donde el 50% serán adquiridos por medio de recursos propios de los proponentes y el 50% restante será obtenido por medio de un crédito ante una entidad financiera a 36 meses con una tasa de interés de efectivo anual del 1.38%, de donde se tiene una inversión fija por \$87.954.600, inversión diferida de \$2.400.000 y Capital de trabajo \$15.872.625.

Se cuantificaron los costos de producción mensual por valor de \$11.870.962 para un total anual de \$142.451.544, incluyendo los diferentes factores para el cálculo de estos como materia prima, la mano de obra, los materiales, adicionando los costos indirectos de fabricación; permitiendo a su vez la obtención del precio del producto considerando que es de fácil adquisición del producto de la población objetiva de la región.

Se obtuvo un precio considerado y competitivo de \$28.000 ya que se encuentra por debajo, teniendo en cuenta que el mercado objetivo ha adquirido bolsos entre \$31.000 y \$40.000 por un solo bolso, en comparación con el precio establecido para la comercialización en el mercado del bolso en retazos de tela.

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1. EVALUACION SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

EVALUACION SOCIAL:

El impacto social es muy acogedor por la parte del mercado objetivo, y dentro de los intereses a futuro de la organización es satisfacer las necesidades de los clientes.

Se obtiene ingresos que permiten la recuperación de la inversión y generar ganancias económicas.

Las condiciones económicas de los trabajadores mejorara al igual la calidad de vida de sus núcleos familiares ya que con el tiempo la empresa se posicionará dentro de las marcas reconocidas a nivel nacional al igual que ante los ojos de los comercializadores e industrias del sector, generando más oportunidades de empleo en la región, al igual que la

Generará empleo, reflejado en 3 personas de mano de obra directa para el proceso productivo, que a su vez se convierten en salarios para la población actora de la actividad económica. Por otro lado contará con dos profesionales externos; uno es el diseñador encargado de todos los diseños, patronajes y el otro el contador quien estará a cargo de todas las funciones contables y asesoramientos de la empresa.

La empresa traerá progreso a la localidad sobre todo directamente con toda actividad que tenga que ver con las confecciones en tela, textileras y se verán

reflejados en una producción limpia, la implementación de nuevas técnicas para la producción de bolsos.

La adquisición o compra de la maquinaria para la transformación del bolso, los muebles de enseres que son producidos por otras empresas, genera un movimiento variable; ya que esto conlleva a que los fabricantes requieran de contratar más personal para su producción.

También aporta al gobierno por medio de los pagos de impuestos como Licencia de Funcionamiento, El pago de Industria y Comercio y el Impuesto de Renta.

ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL:

La empresa REATZOS LTDA, estará comprometida con el trabajador y la comunidad en general teniendo en cuentas varios aspectos claves para la mejora de la calidad y bienestar del factor humano y social:

- Mejora de las condiciones laborales (incluida la seguridad y salud laboral) y de la satisfacción en el trabajo
- Conciliación de la vida laboral y familiar
- Igualdad de oportunidades y diversidad
- Formación y desarrollo de la plantilla (incluida la planificación de la carrera profesional)
- Comunicación/información a los empleados y
- Remuneración justa y responsable, apoyo económico para los trabajadores (por ejemplo: sistemas de pensiones, préstamos sin interés).

Las actividades de RSE orientadas a la sociedad/ comunidad pueden hacer referencia a:

- integración social y/o laboral a nivel local
- mejoras de las infraestructuras locales
- donaciones en a instituciones escuelas, hospitales, asociaciones medioambientales, organizaciones culturales.

Las actividades de RSE en el campo de la protección medioambiental se centran en:

- Se realiza un diseño de procesos productivos respetuosos con el medioambiente
- Se utilizara eficientemente de los recursos
- Reducción de residuos de tela.
- Realización de una “evaluación ecológica”

6.2. EVALUACIÓN AMBIENTAL

Una de las principales razones por las cuales se da origen a la idea de este proyecto es la recuperación y contribución del medio ambiente; en este caso la empresas va a disminuir el nivel de contaminación de los residuos de tela, incentivando a su vez a la sociedad en campañas que nos lleven a tener un mundo mejor, saludable y habitable.

6.2.1. Matriz de evaluación de impactos (agua, suelo, aire, manejo de desechos, depredación de recursos naturales)

ASPECTO AMBIENTAL	RECURSO									POLITICA DE MITIGACION DEL IMPACTO AMBIENTAL			
	AIRE			AGUA			SUELO				BIOTA		
	B	M	A	B	M	A	B	M	A		B	M	A
Consumo de energía		■				■		■				■	Programa "Ahorro y Uso eficiente de Energía"
Consumo de papel			■		■				■		■		Implementación de una campaña denominada "Reduce y haras un buen papel"
Generación de residuos sólidos		■				■			■			■	Implementación Programa "Manejo de Residuos Solidos"
Generación de residuos especiales: cartuchos de tintas de impresoras, CDS, lámparas fluorescentes					■	■		■			■		Programa "Manejo Integral de Residuos Peligrosos"
Consumo de agua						■					■	■	Programa "Control de Calidad, Ahorro y Uso Eficiente del Agua"
Generación de Vertimientos						■		■			■	■	Implementación de actividades para realizar el mantenimiento de tanques o pozos de la empresa.
Generación de residuos especiales - solventes para la Limpieza, espumas.	■							■			■	■	Programa "Manejo Integral de Residuos Peligrosos"
Generación de residuos sólidos (Monitores- CPU - Partes inservibles de la								■			■	■	Aplicación de programas Post consumo de computadores y periféricos - partes inservibles
Consumo de energía						■							Implementación de campañas de ahorro y uso eficiente de energía
Generación de residuos (volantes y Vallas)								■				■	- del agua y de los niveles de ruido
Generación de ruido (altos											■		
Pesaje de materia prima		■									■		Revisión Técnico mecanica de los vehiculos- Analisis y disminución del ruido ambiental
Descargue de la maeria prima	■										■		
aración y clasificación Materia prima													
Consumo de energía						■							Implementación de campañas de ahorro y uso eficiente de energía - del agua y de los niveles de ruido
Generación de ruido	■												
Utilización de maquinaria						■							
consumo de agua						■							
Generación de residuos								■					
Consumo de papel								■					Implementación de una campaña "Reduce y haras un
eración de gases y partículas (carro)													
Consumo de combustible		■				■		■				■	Monitoreo de calidad del aire - Disminución del ruido ambiental
Generación de ruido	■												
umo de energía(preparación bebidas)						■							Implementación de campañas de ahorro y uso eficiente de energía - del agua (detergentes biodegradable) y de los niveles de ruido
Consumo de agua						■							
elementos EPP (Guantes - Tapabocas)						■							
on de sustancias químicas(detergentes)						■		■					

6.2.2. Plan de mitigación. La empresa RETAZOS LTDA, se caracteriza por ser una organización que contribuye con la disminución de la contaminación del medio ambiente, puesto que la materia prima para la elaboración del producto es reutilizable.

A parte de esto se implementará dentro de la organización:

- Programa "Ahorro y Uso eficiente de Energía"
- Implementación de una campaña denominada "Reduce y harás un buen papel"
- Implementación Programa "Manejo de Residuos Sólidos"
- Programa "Control de Calidad, Ahorro y Uso Eficiente del Agua; detergentes biodegradables.
- Aplicación de programas Post consumo de computadores y periféricos - partes inservibles con una buena disposición de residuos solidos
- Análisis y disminución del ruido ambiental.

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA.

Para la evaluación financiera calcular la tasa de oportunidad o la tasa mínima atractiva de retorno TMAR, tomando en cuenta los TES, la tasa del crédito y la tasa de riesgo

$$TO = ((1 + TES) (1 + TR))^{-1} \times 100$$
$$((1 + 3.58\%)(1 + 3.25\%))^{-1} \times 100 = 6.94\%$$

Debe existir una relación de :

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

TO : Tasa oportunidad calculada

RP: Porcentaje de recursos propios
 RC: Porcentaje de recursos del crédito
 TI: Tasa de Interés del crédito
 %IMP: Porcentaje de impuesto de renta.
 TES: Títulos de tesorería a 5 años del Banco de la República

$$\begin{aligned}
 & (6.94\% \cdot 60\%) + (40\% \cdot 1.38\% \cdot (1 - 33\%)) \\
 & (0.0694 \cdot 0.6) + (0.4 \cdot 0.0138 \cdot (1 - 0.33)) \\
 & 0.04164 + 0.0036984 \\
 & 0.0453384 \cdot 100 \\
 & 4.53\%
 \end{aligned}$$

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

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

La evaluación financiera se hará tomando toda la inversión total del proyecto

$$\frac{1.0453 - 1}{1.0138} \times 100 = 3.10\%$$

6.3.1. Valor presente neto VPN. Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos actualizados, descontados de la inversión inicial:

Cuadro 58 VPN

\$(106.227.225)	\$ 46.935.294	\$47.372.620	\$47.812.133	\$63.385.403	\$63.829.321
VPN	\$ 85.262.002				

6.3.2. Tasa interna retorno TIR. Corresponde al valor monetario que resulta de restar la suma de flujos netos descontados a la inversión, mide el rendimiento del

proyecto frente a la inversión con respecto a las variables económicas y financieras del mercado, con una tasa mínima atractiva de retorno.

Cuadro 59 TIR

\$(106.227.225)	\$ 46.935.294	\$47.372.620	\$47.812.133	\$63.385.403	\$63.829.321
TIR	39%				

6.3.3. Período de recuperación. El período de recuperación se calcula determinando el tiempo en que la utilidad neta del estado de resultados proyectado a cinco años, logra cubrir la inversión total.

Inversión total	=	\$106.227.225
Utilidad neta Año 1	=	\$46.935.294
Saldo por recuperar	=	- \$ 59.291.931
Utilidad neta Año 2	=	\$ 47.372.620

Saldo por recuperar = - \$11.919.310 se cancelan en 03 meses y 1 Días aproximadamente. Ya que por día estaríamos cancelando el valor de \$130.992 y para el año 3 se proyecta una utilidad de \$47.812.133 dándonos la posibilidad de cancelarlo antes de finalizar el año productivo.

Período de recuperación = 2 años, 3 meses y 1 días

6.3.4. Análisis de las Razones Financieras. Las razones que se tomaron como base para el análisis de esta evaluación del proyecto fueron las razones de liquidez ya que permite medir la capacidad de la empresa en generar recursos para solventar los gastos Operativos y financieros.

Razones de endeudamiento: en este caso son buenas para la empresa contara con dineros provenientes de unos créditos con una entidad financiera,

puesto que nos indica que la empresa cumplirá con los compromisos adquiridos con esta entidad y al mismo tiempo con los proveedores. Se identifica que cada año el pasivo en el patrimonio va disminuyendo.

; Razones de rentabilidad: identifica la efectividad de la administración para tener control sobre los costos y gastos convirtiendo las ventas en utilidades, teniendo en cuenta el margen bruto neto de ganancias nos arroja que se tiene un margen aceptable después de haber realizado todas las erogaciones sobre las venta, razones por la cual se considera atractivo este proyecto para inversión.

6.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Cuadro 60. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
COSTOS FIJOS	\$ 52.727.544
PRECIO DE VENTA	\$ 27.880
COSTO UNITARIO	\$ 13.843
QU	\$ 3.756

7. CONCLUSIONES

Este trabajo de grado “Factibilidad de creación de una empresa productora de bolsos a base de retazos de tela en la localidad de San Albero Cesar”, fue llevado a feliz término, contando con la colaboración, dedicación y empeño de los proponentes. El estudio de las generalidades permitió conocer el contexto en el cual se desarrollará la nueva empresa, mostrando la localidad de San Alberto Cesar una oportunidad emprendedora.

El estudio de mercados brindó información clave para diseñar las estrategias de producto, precio, plaza y promoción adecuadas y evidenció la viabilidad comercial del proyecto. En la oferta se censaron a los actuales comercializadores de bolsos en la región ya que no se cuenta con empresas locales que fabriquen este tipo de productos; Son empresa de tipo familiar conformadas con más de 7 años en el mercado realizando esta actividad, vendiendo bolsos de diferentes tipos de materia prima (tela, sintético, cuero) y tamaños (grande, mediano y pequeño), se referencian de persona a persona.

El estudio técnico permitió estimar el tamaño del proyecto y poder abastecer la demanda calculada de la población objetivo de 828 bolsos mensuales. Las capacidades calculadas permitieron determinar que el 85% de la capacidad instalada ósea 816 bolsos por mes, será suficiente para iniciar las operaciones de producción de la empresa y satisfacer las necesidades estimadas de bolsos para la población femenina del municipio de San Alberto.

El estudio administrativo permitió reconocer el tipo de sociedad, concluyendo que la más indicada para nuestra organización es de tipo limitada quedando RETAZOS LTDA, cumpliendo con la normatividad vigente para legalización y constitución de empresas, se planteó la visión, misión, los objetivos corporativos,

la planta de personal se estableció que van a ser contratados directos por la empresa los dos operarios, el diseñador y el supernumerario, cumpliendo con el CST (Código Sustantivo de Trabajo de la Republica de Colombia), y uno externo por OPS que sería el contador.

Desde el punto de vista ambiental se manifiesta que no estará contribuyendo en la contaminación, es más; está contribuyendo a la disminución de la contaminación el medio ambiente, puesto que para la mayor parte de los futuros proveedores era considerado un desecho, convirtiéndose para nosotros materia prima.

La evaluación del proyecto expresó su impacto positivo a nivel social ya que el mercado objetivo demostró interés en la innovación del producto y su facilidad de adquisición.

La evaluación financiera se concluyó que el proyecto tendrá una inversión total de \$106.227.225, representada en \$87.954.600 para la inversión fija, \$2.400.000 para una inversión diferida y \$15.872.625 para el capital de trabajo. De toda la inversión se recurrirá a la financiación por parte de una entidad financiera con un crédito a 36 meses y una tasa de interés del 1.38% de efectivo anual; el periodo de recuperación de la inversión total será en 2 años, 3 meses 1 día. Se aporta el 50% y se financia el 50%, El Valor Presente Neto VPN con un valor de \$85.262.002, la Tasa interna retorno TIR corresponde a un 39% , por lo cual se evidenció la viabilidad financiera del proyecto.

8. RECOMENDACIONES

Llevar puesta en marcha de la empresa productora de bolsos a base de retazos de tela, teniendo en cuenta cada uno de los puntos realizados en el proyecto.

Identificar zonas donde son muy concurridas por el mercado potencial como otros locales dedicados a la comercialización de bolsos, ropa o accesorios y que buscan tener variedad de productos sobre todo innovadores aprovechando para incluir y posicionar el producto.

Se sugiere hacer usos de indicadores administrativos con la misión, visión, las políticas, el organigrama y el manual de funciones, estableciendo con ellos una secuencia, permitiendo a la empresa contar con una estructura e imagen y a su vez la entrada a al mercado financiero.

Divisar la implementación de una página web que sea llamativa y de fácil acceso a los futuros clientes, proporcionando información detallada de cada uno de las características de los productos, como sus modelos, colores, materiales.

Realizar evaluaciones financieras periódicas para establecer como se encuentra el estado de la empresa y de tal forma tomar medidas por medio de estrategias que se deban implementar dados a las fluctuaciones de nuestra economía.

Aprovechar las nuevas tendencias de la moda a nivel internacional combinándolas con la artesanía colombiana lo cual es muy atractivo llevando a los clientes a pagar elevados costos por este tipo de productos. El factor humano siempre debe estar capacitándose en temas relacionados con diseños, nuevas técnicas para la producción de estos artículos.

Se recomienda reforzar las campañas de Publicidad y Promoción, cuyo objetivo principal es posicionar a Retazos Ltda., obteniendo un lugar preferencial en el mercado, por medio de la información suministrada de la calidad, variedad y los beneficios que este nuevo producto proporciona, logrando la demanda del producto.

BIBLIOGRAFIA

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA – DANE
www.dane.gov.co.

GARCÍA SORDO, Juan B. MARKETIN INTERNACIONAL – Segunda Edición,
Mc GRAW - HILL INTERAMERICANA, S.A. México D. F.

ICONTEC, normas Técnicas para la presentación de trabajos de investigación,
Santa Fe de Bogotá.

MENDEZ, Álvarez Carlos Eduardo. Metodología: Diseño y desarrollo del proceso
de investigación. Editorial Limusa S. A. de C. V. 2006. Cuarta edición Octubre de
2007.

MORALES ARRIETA, Juan Antonio y Velandia Herrera, Néstor Fernando.
SALARIOS: Estrategia y sistema salarial de compensaciones. Mc GRAW-HILL
INTERAMERICANA, S.A.

MURCIA, Jairo Darío; Díaz, Flor; Medellín, Víctor; Ortega, Jorge; Santana,
Leonard; González, Magda; Oñate, Gonzalo y Baca, Carlos Proyectos;
Formulación y criterios de evaluación. Primera Edición. Alfa omega Grupo Editor,
S. A. de C.V., México.

ANEXOS

Anexo A: Formato encuesta demanda.

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ELABORACIÓN DE BOLSOS EN RETAZOS DE TELA EN EL MUNICIPIO DE
SAN ALBERTO - CESAR**

Nombre: _____ Edad: _

1. ¿Actualmente usted compra bolsos?

Sí _____ NO _____

2. Con que frecuencia compra usted bolsos?

a. Mensual b. Trimestral

c. Semestral d. Anual.

3. Que bolsos compra al año según el material?

a. Tela b. Cuero c. Sintético d. Fique

4. Según el Material cuanto pago la última vez?

a. Tela \$35.000- \$45.000

b. Cuero \$70.000 - \$80.000

c. Sintético \$40.000 - \$70.000

d. Fique \$20.000 - \$30.000

5. En que sitio acostumbra a comprar estos productos?

a. Locales Comerciales b. Internet c. Puntos de venta Marca

6. Que marca acostumbra a comprar?

- a. TOTTO
- b. PELANAS
- c. CATALOGO
- d. NINGUNA EN ESPECIAL
- e. Otros.

7. Seleccione 3 de los siguientes atributos a la hora de comprar un bolso

- a. Diseños
- b. Colores
- c. Materia Prima
- d. Accesorios
- e. Tamaño
- f. Precio
- g. Marca
- h. Calidad
- i. Ocasión
- j. Forma

8. Le gustaría comprar bolsos diseñados a su gusto?

- a. SI
- b. NO

9. Conoce alguna empresa en la localidad dedicada a la fabricación de bolsos?

- a. SI
- b. NO

10. Si en la comunidad existiera una empresa dedicada a la elaboración de productos a base de retazos de tela, usted estaría dispuesta a apoyarla?

- a. SI
- b. NO

11. Compraría usted bolsos elaborados en retazos de tela?

- a. SI
- b. NO

12.Cuál de los siguientes tamaños se acopla a los gustos utilizados en los bolsos que compra?

- a. Pequeño
- b. Mediano
- c. Grande

13. Cuanto estaría dispuesta a pagar por un bolso elaborado en retazos de tela?

a. ENTRE \$20.000- \$25.000

b. ENTRE \$26.000- \$30.000

c. ENTRE \$31.000- \$35.000

d. ENTRE \$35.000- \$40.000

14. A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la venta de este producto?

a. Radio

b. Tv

c. Volantes

d. Vallas publicitarias

Anexo B. Formato encuesta Oferta.

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA - IPRED
GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS LOCALES COMERCIALES DE LA LOCALIDAD DE SAN
ALBERTO CESAR

Objetivo: Recopilar información detallada que permita tomar decisiones sobre la creación de una empresa dedicada a la producción de bolsos a base de retazos de tela en realizada por parte de estudiantes de VIII semestre de Gestión Empresarial.

Nombre del Establecimiento _____

1. ¿Compra Ud. bolsos de tela para la venta en su establecimiento comercial?
a. SI _____ b. NO _____

2. ¿Qué marcas acostumbra a comprar la venta?
a. TOTTO _____ b. PELANAS _____ c. NINGUNA EN ESPECIAL _____
d. OTRAS _____ Cual? _____

3. ¿Cuántos Bolsos vende en su local comercial?
a. De 20-40 Unidades
b. De 41-60 Unidades
c. De 61-80 Unidades
d. De 81-100 Unidades

4. ¿Cuál es la frecuencia con la que hace las compras de estos productos para surtir su local comercial y cumplir con las necesidades del cliente?
a. Semanal _____ b. Quincenal _____ c. Mensual _____

5. ¿Cuál es el precio promedio por tamaño para su negocio?
a. \$18.000 - \$45.000

- b. \$46.000 - \$70.000
 - c. \$71.000 - \$115.000
6. ¿Cuál es el método aplicado por los proveedores a la hora de pagos?
- a. Contado_____
 - b. Crédito_____
7. ¿Cuál de los siguientes medios utiliza con más frecuencia para la realización de pedidos?
- a. Visita del proveedor_____
 - b. Vía telefónica_____
8. ¿Cuál de los siguientes factores es más importante para Ud. a la hora de escoger a un proveedor?
- a. Puntualidad____
 - b. Servicio_____
 - c. Calidad de productos____
 - d. Precio_____
9. ¿Estaría dispuesta a compra a un proveedor de la localidad teniendo en cuenta la calidad, el servicio y los precios?
- a. SI_____
 - b. NO_____

Gracias por su colaboración...!!!