

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE BOLSOS TRES EN UNO, EN TELA, CON  
DECORACIONES EN MATERIAL SINTETICO, VARIAS MANIJAS Y  
CUERPOS DE DIFERENTES ESTILOS Y COLORES EN LA CIUDAD DE  
BUCARAMANGA**

**INGRID PAOLA VEGA CALVETE**

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

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA Y  
COMERCIALIZADORA DE BOLSOS TRES EN UNO, EN TELA, CON  
DECORACIONES EN MATERIAL SINTETICO, VARIAS MANIJAS Y  
CUERPOS DE DIFERENTES ESTILOS Y COLORES EN LA CIUDAD DE  
BUCARAMANGA**

**INGRID PAOLA VEGA CALVETE**

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

**Director:**

**José Félix Reyes Álvarez  
Ingeniero Industrial**

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

**2009**

*Dios, por su amor y darme bienes espirituales, físicos y materiales, que de una u otra forma, contribuyeron a sacar adelante la carrera como Profesional en Gestión Empresarial.*

*Paola*

## **AGRADECIMIENTOS**

La autora expresa sus agradecimientos a:

José Félix Reyes Álvarez, Director del Proyecto, quien con su idoneidad, ética, paciencia, entrega, motivación y apoyo, supo guiarme por este largo camino no exento de dificultad y en los momentos difíciles me transmitió el valor y el entusiasmo necesario para seguir adelante hasta llegar a la culminación exitosa del proceso.

Directivos, Docentes y Administrativos de la Universidad Industrial de Santander, que me acogió en sus claustros de donde me siento muy orgullosa de ser egresada, a su excelente calidad humana, de quienes adquirí conocimiento y experiencia que han enriquecido mi formación personal.

A mis padres y hermanos por el apoyo y entendimiento, gracias al aporte de ideas; a ellos les dedico nuestro triunfo, son el motor para mi vida y mis más grandes tesoros.

A mis amigos, compañeros, funcionarios que colaboraron de una u otra forma aportando información válida para el proyecto.

## CONTENIDO

	pág.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>1. GENERALIDADES</b>	<b>4</b>
<b>1.1 CONTEXTO GEOGRÁFICO</b>	<b>4</b>
1.1.1 Generalidades de Bucaramanga	4
<b>1.2 CONTEXTO HISTÓRICO</b>	<b>6</b>
1.2.1 Historia del bolso en tela	7
1.2.2 Clases de bolsos, según su tipo	9
1.2.3 Clases de bolsos, según su material de fabricación	11
<b>1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR AL CUAL PERTENECE EL PROYECTO</b>	<b>12</b>
1.3.1 Tendencias del sector de bolsos informales en Santander	13
1.3.2 A nivel de Bucaramanga	14
<b>1.4 MARCO LEGAL</b>	<b>19</b>
1.4.1 Clasificación de la empresa de acuerdo a su actividad, número de socios, conformación de capital y tipo de sociedad	19
1.4.2 Marco legal desde el punto de vista de su constitución	21
1.4.3 En cuanto a los aportes parafiscales y seguridad social	22
1.4.4 Otra reglamentación como unidad empresarial	24
<b>2. ESTUDIO DE MERCADOS</b>	<b>26</b>
<b>2.1 OBJETIVOS</b>	<b>26</b>

2.1.1	Objetivo general	26
2.1.2	Objetivos específicos	26
<b>2.2</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO</b>	<b>27</b>
2.2.1	Definición, usos y especificaciones del producto	27
2.2.2	Productos sustitutos	31
2.2.3	Productos complementarios	31
2.2.4	Atributos diferenciadores	31
<b>2.3</b>	<b>MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO</b>	<b>32</b>
2.3.1	Mercado potencial	32
2.3.2	Mercado objetivo	32
<b>2.4</b>	<b>LA DEMANDA</b>	<b>32</b>
2.4.1	Investigación de mercados	32
2.4.2	Estimación de la demanda actual	58
2.4.3	Proyección de la demanda	60
<b>2.5</b>	<b>LA OFERTA</b>	<b>63</b>
2.5.1	Necesidades de información	63
2.5.2	Ficha técnica	64
2.5.3	Tabulación y presentación de resultados de la oferta	65
2.5.4	Cuantificación del nivel de oferta	83
2.5.5	Proyección de la oferta de bolsos en tela	84
2.5.6	Análisis de la situación actual de la competencia	84
<b>2.6</b>	<b>RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA</b>	<b>88</b>
<b>2.7</b>	<b>CANALES DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>90</b>

2.7.1 Estructura de los canales actuales	90
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	90
2.7.3 Selección del canal de comercialización	91
<b>2.8 PRECIO</b>	<b>92</b>
2.8.1 Análisis de precios	92
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	92
<b>2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN</b>	<b>93</b>
2.9.1 Objetivos	93
2.9.2 Logotipo	93
2.9.3 Lema	94
2.9.4 Análisis de medios	95
2.9.5 Selección de medios	96
2.9.6 Estrategias publicitarias	96
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	97
<b>2.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO</b>	<b>100</b>
<b>3. ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>106</b>
<b>3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO</b>	<b>106</b>
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	106
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto	108
3.1.3 Capacidad del proyecto	110
<b>3.2 LOCALIZACIÓN</b>	<b>116</b>
3.2.1 Microlocalización	116

3.2.2	Macrolocalización	116
<b>3.3</b>	<b>INGENIERÍA DEL PROYECTO</b>	<b>123</b>
3.3.1	Ficha técnica del producto	123
3.3.2	Descripción técnica del proceso	129
3.3.3	Diagrama de operación, proceso y procedimiento	139
3.3.4	Control de calidad	152
3.3.5	Recursos	154
3.3.6	Estudio de proveedores	167
3.3.7	Distribución de planta	169
3.3.8	Logística de distribución	169
<b>3.4</b>	<b>CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO</b>	<b>172</b>
<b>4.</b>	<b>ESTUDIO ADMINISTRATIVO</b>	<b>174</b>
<b>4.1</b>	<b>FORMA DE CONSTITUCIÓN</b>	<b>174</b>
4.1.1	Tipo de sociedad	175
4.1.2	Razón Social	175
4.1.3	Constitución	175
<b>4.2</b>	<b>CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>177</b>
4.2.1	Visión	177
4.2.2	Misión	177
4.2.3	Objetivos	177
4.2.4	Políticas	178
<b>4.3</b>	<b>ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</b>	<b>180</b>

4.3.1 Organigrama	180
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	182
4.3.3 Asignación salarial	192
<b>4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO</b>	<b>194</b>
<b>5. ESTUDIO FINANCIERO</b>	<b>196</b>
<b>5.1 INVERSIONES</b>	<b>196</b>
5.1.1 Inversión fija	196
5.1.2 Inversión diferida	200
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	200
5.1.4 Inversión total	214
5.1.5 Fuentes de financiación	214
<b>5.2 COSTOS</b>	<b>217</b>
5.2.1 Costos Fijos	217
5.2.2 Costos Variables	218
5.2.3 Costo Unitario Total	219
5.2.4 Precio de venta	220
<b>5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS</b>	<b>221</b>
5.3.1 Presupuesto de Egresos	221
5.3.2 Presupuesto de Ingresos	229
<b>5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>233</b>
<b>5.5 ESTADOS FINANCIEROS</b>	<b>238</b>
5.5.1 Estado de Costos de Producción	238
5.5.2 Estado de Resultados	239

5.5.3 Flujo de Caja Proyectado	240
5.5.4 Balance General	241
<b>5.6 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO</b>	<b>244</b>
<b>6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>246</b>
<b>6.1 IMPACTO SOCIAL</b>	<b>246</b>
<b>6.2 IMPACTO AMBIENTAL</b>	<b>247</b>
<b>6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	<b>247</b>
6.3.1 Valor Presente Neto (VPN)	248
6.3.2 Tasa interna de retorno (TIR)	250
6.3.3 Período de recuperación	251
6.3.4 Análisis de razones financieras	252
<b>6.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO EVALUATIVO</b>	<b>254</b>
<b>7. CONCLUSIONES</b>	<b>256</b>
<b>8. RECOMENDACIONES</b>	<b>261</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>262</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>264</b>

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
Figura 1. Bolsos formales	10
Figura 2. Bolsos informales	10
Figura 3. Bolsos deportivos	11
Figura 4. Participación de la Industria Manufacturera en el PIB de Santander, 2006.	14
Figura 5. Participación del sector industrial ó manufacturero dentro del total de la economía en Bucaramanga, 2008	15
Figura 6. Participación en el nivel de empleo de la industria Manufacturera en Bucaramanga	16
Figura 7. Bolsos diseñados, según estilos	30
Figura 8. Partes que conforman el bolso	30
Figura 9. Compra de bolso	35
Figura 10. Clase de material que tuvo en cuenta en el momento de compra su último bolso	36
Figura 11. Tipo de material del último bolso de tela que compró	37
Figura 12. Marca de último bolso en tela que compró	38
Figura 13. Color elegido para adquirir el bolso en tela	39
Figura 14. Gusto por los bolsos en tela decorados	40
Figura 15. Clase de adornos preferidos	41
Figura 16. Tamaño en que ha comprado el bolso en tela	42
Figura 17. Estilo de bolso en tela que prefiere en el momento de efectuar su compra	43

Figura 18.	Tipo de bolso en tela escogido en su proceso de compra	44
Figura 19.	Precio pagado por el bolso en tela que ha comprado	45
Figura 20.	Aspectos que tiene en cuenta en el momento de comprar un bolso en tela	46
Figura 21.	Frecuencia de compra de un bolso en tela en el año	47
Figura 22.	Cantidad de bolsos en tela que compra en el año	48
Figura 23.	Sitio de compra actual	49
Figura 24.	Defectos o satisfacciones observados en el momento de efectuar su compra	50
Figura 25.	Disposición de compra del bolso en tela tres en uno	51
Figura 26.	Tela deseada para que sea producido el bolso en tela tres en uno	52
Figura 27.	Dinero dispuesto a pagar por el bolso en tela tres en Uno	53
Figura 28.	Cantidad de bolsos en tela tres en uno que estaría en capacidad de adquirir en el año	54
Figura 29.	Aspectos que considera debe tener el bolso en tela tres en uno	55
Figura 30.	Lugar en que desea comprarse el bolso en tela tres en uno	56
Figura 31.	Lugar donde desea se ubique la nueva empresa productora del bolso en tela tres en uno	57
Figura 32.	Tiempo dedicado a la actividad económica	65
Figura 33.	Forma de constitución de la empresa	66
Figura 34.	Número de personas que laboran en la empresa	67
Figura 35.	Material en que elaboran sus productos	68
Figura 36.	Tamaño de bolso en tela más producido	69

Figura 37.	Estilo de bolso en tela más producido	70
Figura 38.	Tipo de bolso en tela más producido	71
Figura 39.	Color más utilizado en la producción de bolsos en tela	72
Figura 40.	Tipo de decoración exigida por los demandantes	73
Figura 41.	Principales clientes	75
Figura 42.	Precio promedio de venta al público	76
Figura 43.	Porcentaje de descuento concedido al intermediario por Volumen de compra	77
Figura 44.	Margen de utilidad bruta	78
Figura 45.	Nivel de producción mensual de bolsos	79
Figura 46.	Porcentaje de producción que se comercializa localmente	80
Figura 47.	Incremento anual en su nivel de producción	81
Figura 48.	Medios publicitarios para dar a conocer la empresa	82
Figura 49.	Canal de comercialización	91
Figura 50.	Logo de la empresa	94
Figura 51.	Ubicación geográfica del lugar elegido para ubicar la Empresa	122
Figura 52.	Estilo de Bolso Rectangular. Tamaño: Grande	123
Figura 53.	Estilo de Bolso Ovalado. Tamaño: Mediano	125
Figura 54.	Estilo de Bolso Cuadrado. Tamaño: Pequeño	127
Figura 55.	Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande	140
Figura 56.	Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano	144

Figura 57.	Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño	148
Figura 58.	Máquina plana	159
Figura 59.	Máquina de herrajes	159
Figura 60.	Máquina cortadora	159
Figura 61.	Máquina de codo	160
Figura 62.	Distribución locativa	171
Figura 63.	Organigrama propuesto	181

## LISTA DE CUADROS

	<b>pág.</b>
Cuadro 1. Variables principales del Sector Manufacturero en Bucaramanga	17
Cuadro 2. Compra de bolso	35
Cuadro 3. Clase de material en que compró el último bolso	36
Cuadro 4. Tipo de material de último I bolso en tela que compró	37
Cuadro 5. Marca del último bolso en tela que compró	38
Cuadro 6. Color elegido para adquirir el bolso en tela	39
Cuadro 7. Gusto por los bolsos en tela decorados	40
Cuadro 8. Clases de adornos preferidos	41
Cuadro 9. Tamaño en que ha comprado el bolso en tela	42
Cuadro 10. Estilo de bolso en tela que prefiere en el momento de efectuar su compra	43
Cuadro 11. Tipo de bolso en tela escogido en su proceso de compra	44
Cuadro 12. Precio pagado por el bolso en tela que ha comprado	45
Cuadro 13. Aspectos que tiene en cuenta en el momento de comprar un bolso en tela	46
Cuadro 14. Frecuencia de compra de un bolso en tela en el Año	47
Cuadro 15. Cantidad de bolsos en tela que compra en el año	48
Cuadro 16. Sitio de compra actual	49
Cuadro 17. Defectos o satisfacciones observados en el momento de efectuar su compra	50

Cuadro 18.	Disposición de compra del bolso en tela tres en uno	51
Cuadro 19.	Tela desea para que sea producido el bolso en tela tres en uno	52
Cuadro 20.	Dinero dispuesto a pagar por el bolso en tela tres en Uno	53
Cuadro 21.	Cantidad de bolsos en tela tres en uno que estaría en capacidad de adquirir en el año	54
Cuadro 22.	Aspectos que consideran debe tener el bolso en tela tres en uno	55
Cuadro 23.	Lugar en que desea comprarse el bolso en tela tres en uno	56
Cuadro 24.	Lugar donde desea se ubique la nueva empresa productora del bolso en tela tres en uno	57
Cuadro 25.	Cálculo de la demanda actual de bolsos en tela	59
Cuadro 26.	Demanda potencial actual de bolsos en tela tres en Uno	60
Cuadro 27.	Proyección de la demanda de bolsos en tela	61
Cuadro 28.	Demandantes proyectados que desean adquirir el Bolso en tela tres en uno	62
Cuadro 29.	Demanda proyectada del bolso en tela tres en uno	62
Cuadro 30.	Resumen proyección demanda del bolso en tela tres en uno	63
Cuadro 31.	Tiempo dedicado a la actividad económica	65
Cuadro 32.	Forma de constitución de la empresa	66
Cuadro 33.	Número de personas que laboran en la empresa en el área de producción	67
Cuadro 34.	Material en que elabora sus productos	68
Cuadro 35.	Tamaño de bolso en tela más producido	69

Cuadro 36.	Estilo de bolso en tela más producido	70
Cuadro 37.	Tipo de bolso en tela más producido	71
Cuadro 38.	Color más utilizado en la producción de bolsos en tela	72
Cuadro 39.	Tipo de decoración exigida por los demandantes	73
Cuadro 40.	Principales proveedores de sus materias primas	74
Cuadro 41.	Principales clientes	75
Cuadro 42.	Precio de venta al público	76
Cuadro 43.	Porcentaje de descuento concedido al intermediario por volumen de compra	77
Cuadro 44.	Margen de utilidad bruta de la actividad económica	78
Cuadro 45.	Nivel de producción mensual de bolsos	79
Cuadro 46.	Porcentaje de producción que se comercializa Localmente	80
Cuadro 47.	Incremento anual en su nivel de producción	81
Cuadro 48.	Medios publicitarios para dar a conocer la empresa	82
Cuadro 49.	Nivel de oferta local mensual y anual	83
Cuadro 50.	Proyección de la oferta de bolsos en tela	84
Cuadro 51.	Principales variables económica fabricantes del sector de artículos de viaje, bolsos de manos y artículos similares	87
Cuadro 52.	Demanda y oferta de bolso en tela	89
Cuadro 53.	Demanda y oferta del bolso en tela tres en uno	89
Cuadro 54.	Publicidad de lanzamiento	99
Cuadro 55.	Publicidad de operación (anual)	100
Cuadro 56.	Demanda potencial insatisfecha del bolso en tela Tres en un uno y participación del proyecto	104

Cuadro 57. Capacidad utilizada del proyecto	107
Cuadro 58. Programación de la producción anual, mensual y diaria, por tipo de bolso y tamaño	107
Cuadro 59. Capacidad diseñada, instalada y utilizada (bolsos)	111
Cuadro 60. Ponderación de factores	119
Cuadro 61. Calificación de los factores y grados	120
Cuadro 62. Definición de la localización	121
Cuadro 63. Especificaciones del producto: Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande	123
Cuadro 64. Especificaciones del producto: Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano	125
Cuadro 65. Especificaciones del producto: Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño	127
Cuadro 66. Tiempos de producción, según tipo de bolso (lote: 15 unidades)	139
Cuadro 67. Mano de obra directa estimada para cinco años	155
Cuadro 68. Muebles y enseres. Área Administrativa	156
Cuadro 69. Equipos de oficina. Área Administrativa	156
Cuadro 70. Muebles y enseres. Área Comercial	157
Cuadro 71. Equipos de oficina. Área Comercial	157
Cuadro 72. Muebles y enseres. Área Operativa	157
Cuadro 73. Equipos de producción. Área Operativa	158
Cuadro 74. Herramientas menores	160
Cuadro 75. Manejo de tela, forro y odena. Bolso Rectangular, Tamaño Grande	161

Cuadro 76. Manejo de tela, forro y odena. Bolso Ovalado, Tamaño Mediano	162
Cuadro 77. Manejo de tela, forro y odena. Bolso Cuadrado Tamaño Pequeño	162
Cuadro 78. Otros insumos requeridos para la fabricación de los bolsos	163
Cuadro 79. Resumen total de insumos necesarios para la Producción del Bolso Estilo Rectangular, tamaño grande, en términos mensual y anual	164
Cuadro 80. Resumen total de insumos necesarios para la Producción del Bolso Estilo Ovalado ,Tamaño mediano, en términos mensual y anual	165
Cuadro 81. Resumen total de insumos necesarios para la Producción del Bolso Estilo Cuadrado ,Tamaño pequeño, en términos mensual y anual	166
Cuadro 82. Asignación salarial	192
Cuadro 83. Liquidación prestaciones sociales	194
Cuadro 84. Inversión en muebles y enseres. Área Administrativa	197
Cuadro 85. Inversión en equipos de oficina. Área Administrativa	197
Cuadro 86. Inversión en muebles y enseres. Área Comercial	197
Cuadro 87. Inversión en equipos de oficina. Área Comercial	198
Cuadro 88. Inversión en muebles y enseres. Área de Producción	198
Cuadro 89. Inversión en equipos. Área de Producción	198
Cuadro 90. Inversión en herramientas Área de Producción	199
Cuadro 91. Total inversión fija	199
Cuadro 92. Inversión diferida	200
Cuadro 93. Costo unitario de la materia prima y materiales a Utilizar	202

Cuadro 94. Costo por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande	203
Cuadro 95. Costo unitario por concepto de materia prima y Materiales. Bolso Estilo Rectangular, tamaño grande. Un bolso Completo más dos capelladas y dos tiras	204
Cuadro 96. Costo por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano	205
Cuadro 97. Costo unitario por concepto de materia prima y Materiales. Bolso Estilo Ovalado, tamaño mediano. Un bolso Completo más dos capelladas y dos tiras	206
Cuadro 98. Costo por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño	207
Cuadro 99. Costo unitario por concepto de materia prima y Materiales. Bolso Estilo Cuadrado, tamaño pequeño. Un bolso Completo más dos capelladas y dos tiras	208
Cuadro 100. Costo unitario por concepto de materia prima y Materiales. Bolso completo, más dos capelladas y dos tiras	208
Cuadro 101. Capacidad utilizada del proyecto, según tipo de bolso y tela a producir	209
Cuadro 102. Capacidad utilizada del proyecto según tipo de bolso y Material a utilizar	209
Cuadro 103. Capital de trabajo por concepto de materia prima y Materiales	210
Cuadro 104. Costo por concepto de mano de obra directa	210
Cuadro 105. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	211
Cuadro 106. Mano de obra indirecta: jefe de producción	211
Cuadro 107. Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros	213
Cuadro 108. Total capital de trabajo	214
Cuadro 109. Total inversión	214

Cuadro 110. Financiación del proyecto	215
Cuadro 111. Liquidación crédito	215
Cuadro 112. Resumen financiación	217
Cuadro 113. Costos CIF. Fijos, Totales y Unitario	217
Cuadro 114. Mano de obra directa, total y unitario	218
Cuadro 115. Costos CIF. Variables, total y Unitario	218
Cuadro 116. Costo unitario por materia prima y materiales	219
Cuadro 117. Costo Unitario Total, según tipo de bolso y tamaño	219
Cuadro 118. Precio de venta, año actual	220
Cuadro 119. Costo unitario por materia prima y materiales, proyectado	222
Cuadro 120. Capacidad utilizada del proyecto	222
Cuadro 121. Costo total por materia prima y materiales	223
Cuadro 122. Mano de obra directa, proyectada, según volumen de Producción	223
Cuadro 123. Costo total por mano de obra directa proyectada	224
Cuadro 124. Resumen total de mano de obra directa unitaria y total	225
Cuadro 125. Costo total de mano de obra directa por producto	225
Cuadro 126. Costos Indirectos de Fabricación unitario, proyectado	226
Cuadro 127. Total Costos CIF por producto	226
Cuadro 128. Costos Unitarios Totales	227
Cuadro 129. Costos totales de producción	227
Cuadro 130. Gastos Totales: Administrativos, de Ventas, Financieros y Diferidos	228
Cuadro 131. Costos y Gastos Totales	229

Cuadro 132. Precio de venta de los productos	230
Cuadro 133. Nivel de inventario final de los productos a comercializar	231
Cuadro 134. Resumen de las unidades a vender	232
Cuadro 135. Ingreso total por venta	232
Cuadro 136. Punto de equilibrio	234
Cuadro 137. Estado de Costos de Producción	239
Cuadro 138. Estado de Resultados Proyectado	240
Cuadro 139. Flujo de Caja Proyectado	241
Cuadro 140. Balance General Proyectado	243
Cuadro 141. Flujo Financiero del Proyecto	249
Cuadro 142. Razones Financieras	253

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A.    Diseño de los bolsos	264
Anexo B.    Encuesta a consumidores	270
Anexo C.    Encuesta a fabricantes de bolsos en tela	275
Anexo D.    Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008	279

## RESUMEN

**TÍTULO** : FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE BOLSOS TRES EN UNO, EN TELA, CON DECORACIONES EN MATERIAL SINTÉTICO, VARIAS MANIJAS Y CUERPOS DE DIFERENTES ESTILOS Y COLORES, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.\*

**AUTORES** : VEGA CALVETE, Ingrid Paola \*\*

**PALABRAS CLAVES:** Estudio de mercado, técnico, administrativo, financiero y evaluativo, TIR, VPN.

### DESCRIPCIÓN :

El proyecto se estructuró en los siguientes capítulos: El primero capítulo, contempla generalidades del estudio, conociendo el marco contextual, histórico, ubicación de la nueva empresa en el sector económico y constitución de la empresa.

El segundo capítulo contiene el estudio de mercado, conociendo demanda, oferta, cuantificación de ellas, precios, canales de comercialización, etc. Para la demanda se tomó una población objetivo entre 18-30 años, dando una demanda anual en bolso de tela de 24.886 unidades y una demanda potencial de bolsos en tela tres en uno de 9.555 unidades. En cuanto a la oferta, se censaron a los actuales fabricantes de bolsos en tela, dando un nivel anual de producción de 64.896 bolsos, de los cuales un 41,65% se comercializa localmente y el restante se comercializa fuera de la ciudad. El tercer capítulo resume la parte técnica, con un tamaño representado para el año uno en 3.996 bolso, aumentando cada año en un 10% respecto de la capacidad utilizada. La empresa se ubicará en el barrio San Francisco, se eligió la mano de obra directa e indirecta, al igual que los activos, proceso productivo y la distribución locativa requeridas. El cuarto capítulo reúne criterios administrativos de organización, definiendo su constitución bajo sociedad por acciones simplificada, su nombre Bolso P & T Colecciones S.A.S.; se definió el organigrama, manual de funciones, misión, visión, objetivos, políticas y asignación salarial.

El quinto capítulo, contiene el estudio financiero, se estimó un valor total de la inversión de \$50.777.513, de los cuales \$20.000.000 se obtendrán por crédito financiero y el restante lo aporta el inversionista. El capítulo sexto, evalúa el proyecto desde el punto de vista social, ambiental y financiero, haciendo uso de indicadores diseñados para tal fin. El VPN es igual a \$37.664.969, la TIR= 43,49%, la inversión se recuperará en el año 3.

---

\* Proyecto de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Ingeniero José Félix Reyes Álvarez

## SUMMARY

**TITLE** : FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A PRODUCER AND COMERCIALIZADORA BAGS OF THREE IN ONE, IN FABRIC WITH DECORATIONS IN SYNTHETIC MATERIAL, AND HANDLES VARIOUS BODIES OF DIFFERENT STYLES AND COLORS IN THE CITY OF BUCARAMANGA \*

**AUTHORS** : VEGA CALVETE, Ingrid Paola \*\*

**KEY WORDS** : Study of: market, technician, administrative, financial and evaluative, TIR, VPN

### DESCRIPTION:

The project was organized into the following chapters: The first chapter provides general instructions of the study, knowing the context, historical location of the new company in the industry and design of the company.

The second chapter provides market research, meeting demand, supply, quantifying them, prices, marketing channels, etc.. Demand was made for a target population between 18-30 years, with demand annual in a cloth bag of 24,886 units and a potential demand for cloth bags in 9555 in one of three units. On the supply side, it was surveyed for the current manufacturers of fabric bags, with a production annual level of 64,896 bags, of which 41.65% is sold locally and the rest is sold outside the city. The third chapter outlines the technical part, with a size represented by the year 3996 in a purse, increasing annually by 10% over the used capacity. The company be located in the San Francisco was chosen as direct labor and indirect, like the assets, production and distribution locative required. The fourth chapter meets criteria of administrative organization, defining its constitution under a simplified joint stock company, the name P & T Bag Colecctions S.A.S.; defined the organization, operation manual, mission, vision, objectives, policies and allocation of wages.

The fifth chapter contains the financial study, it was estimated a total value of the inversion of \$50.777.513, of which \$ 20,000,000 will be derived from credit and the remainder is provided by the investor. The sixth chapter assesses the project in terms of social, environmental and financial, using indicators designed for this purpose. The VPN is equal to \$37.664.969, the IRR = 62.86%, the investment will be recovered on year 3.

---

\* Project of Degree

\*\* Institute for Regional Projection and Distance Education. Business Management. Director: Engineer José Félix Reyes Álvarez

## INTRODUCCIÓN

Desde una perspectiva económica y mercantil la empresa es aquella unidad de producción compleja en donde se coordinan diversos medios productivos (trabajo humano y elementos materiales e inmateriales) bajo la dirección del empresario, con el fin inmediato de elaborar productos y/o prestar servicios, satisfaciendo así, directa o indirectamente, una necesidad humana, lo que previsiblemente conducirá a la obtención de alguna clase de utilidad o beneficio para sus titulares. Ellas nacen como respuesta a condiciones económicas fluctuantes que llevan entre otras, a las personas a generar sus propias fuentes de ingresos. Una empresa requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, unos objetivos, unas tácticas y unas políticas de actuación.

Es así como dentro de este planteamiento nace la idea de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de bolsos tres en uno, en tela, con decoración en material sintético, varias manijas y cuerpos diferentes estilos y colores, en la ciudad de Bucaramanga, orientado a la población juvenil entre 18 a 30 años; como respuesta a los cambios de épocas, de moda y de estilos de vida, donde las mujeres en su vestir utilizan diferentes accesorios para acompañar su vestido, adornándose con pulseras, aretes, zapatos y los bolsos, estos últimos han cambiado su estilo de producción según el comportamiento de la moda. Para ello se ha efectuado este estudio de factibilidad a través de sus diferentes etapas de realización, como son el estudio de mercado, técnico, administrativo, financiero y evaluativo.

En el capítulo primero, se hace una presentación del área contextual de realización del estudio, que corresponde a la ciudad de Bucaramanga;

además se maneja un contexto histórico que contempla el origen del bolso en el mundo y su evolución hasta llegar a la moda actual. Se presenta también las tendencias del sector económico al cual entra a formar parte el nuevo proyecto y el marco legal que debe tenerse en cuenta para su existencia como empresa en nuestra economía.

En el segundo capítulo se condensa el estudio de mercado, donde se estudian las dos fuerzas de mercado: demanda y oferta, se define el producto principal, sus sustitutos, la población objetivo, se aplica un instrumento para la recolección de información, para con base en él cuantificar la demanda y la oferta, definiendo la participación del proyecto dentro del mercado local; se establecen canales de comercialización y la publicidad y mercadeo que se utilizará para promocionar el producto.

En el tercer capítulo, se elabora el estudio técnico, donde se define el tamaño del proyecto y sus factores condicionantes; al igual que la macro y microlocalización en la ciudad de Bucaramanga; también se define el aspecto de ingeniería, describiendo los productos a elaborar, los insumos requeridos, su proceso de producción, los recursos requeridos para el mismo, control de calidad y proveedores de insumos.

En el capítulo cuarto, se define la estructura organizacional con que contaría la empresa, estableciendo su tipo de organización, razón social, organigrama, manual de funciones, misión, visión, objetivos, políticas y estructura salarial.

En el quinto capítulo se elabora el estudio financiero, definiendo las inversiones a efectuar en tres áreas: inversión fija, diferida y capital de trabajo. Se establecieron presupuestos de costos, gastos e ingresos que

permiten la elaboración de los estados financieros y el cálculo del punto de equilibrio.

Tomando como base el capítulo anterior, se evalúa el proyecto desde tres puntos de vista: social, ambiental y financiera, este último por medio de instrumentos como el Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tiempo de recuperación de la inversión y razones financieras

En el séptimo capítulo se condensan las conclusiones a las cuales se llegó una vez culminado el estudio.

El capítulo octavo resume las recomendaciones sugeridas para llevar a cabo la creación de la empresa en particular.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 CONTEXTO GEOGRÁFICO

**1.1.1 Generalidades sobre Bucaramanga<sup>1</sup>.** El proyecto se realiza en la ciudad de Bucaramanga y algunos aspectos geográficos de la ubicación del área de estudio, se resumen a continuación.

Bucaramanga es la capital de Santander tiene 3 municipios importantes que conforman lo que se denomina el área metropolitana estos son Piedecuesta, Girón y Floridablanca, su temperatura media es 23°C

**Límites:** Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Rionegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y; por el Occidente con el municipio de Girón.

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

**Características generales del territorio y suelos:** El área metropolitana formada por Bucaramanga, Piedecuesta, Florida y Girón está ubicada sobre el Valle del Río de Oro. Se distingue en ella dos sectores de diferente conformación física: uno formado por la meseta y otro por el valle.

Sus suelos, desde el punto de vista agrológico, se pueden dividir en dos

---

<sup>1</sup> ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Bucaramanga empresa de todos. Disponible en Internet: [www.ladiscapacidad.com/bucaramanga/datos\\_generales\\_de\\_bucaramanga.html](http://www.ladiscapacidad.com/bucaramanga/datos_generales_de_bucaramanga.html) - 14k

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

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

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

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

**División Político-Urbana:** Artículo 107°. De la División Urbana en Comunas. El suelo urbano se divide en 17 comunas. Dentro de cada comuna hacen parte: los barrios, asentamientos, urbanizaciones y otros (sectores con población flotante).

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

Cabe decir que la ciudad se perfila para el siglo XXI como la Tecnópolis de Los Andes; prueba de ello es el creciente número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos, como la energía, el gas, el petróleo, la corrosión, los asfaltos, el cuero y las herramientas de desarrollo agroindustrial, entre otros.

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

**Población:** Según el censo de 1993, la zona metropolitana de Bucaramanga tiene 804.618 habitantes, distribuidos de la siguiente forma:

Bucaramanga: 464.583

Floridablanca: 200.862

Girón: 75.155

## 1.2 CONTEXTO HISTÓRICO

Un bolso es un instrumento cuya función principal es la de transportar un número reducido de objetos de uso frecuente, tales como billeteras, monederos, llaves, documentos o similares, utensilios de belleza femenina (maquillaje, pintalabios, etc.), peines, cigarrillos, etc. Puede tener diferentes formas y tamaños y, asimismo, puede fabricarse con una pluralidad de materiales (por ejemplo, en cuero, plástico o tela); estos elementos dependen, en gran medida, de las modas existentes en un lugar<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup>WIKIPEDIA. ENCICLOPEDIA LIBRE. Disponible en Internet:  
<URL:<http://www.wikipedia.com>

Etimológicamente, en español, *bolso* deriva de la palabra *bolsa* que, a su vez, procede del latín (*bursa*) que, a su vez, procede del griego *βύρσα/byrsa*

Según la Real Academia de la Lengua, un bolso es<sup>3</sup>:

“Especie de talega o saco de tela u otro material, que sirve para llevar o guardar algo”. “Saco pequeño de cuero en que se echa dinero, y que se ata o cierra”. “Recipiente de material resistente para guardar, en viajes o traslados, ropa u otras cosas, y que se puede llevar a mano o colgado del hombro”

**1.2.1 Historia del bolso en tela.** Se desconoce con exactitud desde cuando existen los bolsos ya que no se han conservado referencias históricas que reflejen con veracidad la fecha de su creación. Sin embargo, se puede afirmar que nace de la necesidad del hombre de transportar objetos y que ya en la prehistoria se usaban instrumentos similares. Según se cree, es posible que el hombre nómada pudiera desarrollar algún utensilio de forma similar para poder transportar el alimento que cazaba o recolectaba durante sus desplazamientos, usando para ello la piel de los animales que consumía.

Las mujeres no siempre usaban bolso, en la época de las enormes crinolinas y los paraguas elegantes en Europa, las mujeres llevaban sus cosas importantes 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 que tenían las faldas que llevaban.

En el año 1800 telas más finas, modelos más estrechos y vistosos se pusieron de moda de tal manera que era imposible esconder la bolsa sin que formara un feo bulto en la ropa, por eso comenzaron a usarse bolsos de tela

---

<sup>3</sup> Ibíd..

que se colgaban de los brazos o las manos y de esta forma nació la bolsa que conocemos hoy en día.<sup>4</sup>

Durante la Edad Media, las damas llevaban bolsitos en tela, a juego con sus vestidos. Pero los llamados ridicult (por su pequeño tamaño) no llegaron hasta los tiempos anteriores a la Revolución Francesa. Las mujeres se cosían estos bolsillos en el interior de sus vestidos de corte imperio. También existían las limosneras, en lana y seda, que servían para llevar monedas y ofrecer limosna a los pobres de camino a la iglesia.

En el siglo XVI, las mujeres ocultaban sus objetos en las mangas o en bolsillos cosidos y ocultos entre los pliegues de las faldas.

El término "bolso" comenzó a utilizarse a principios de 1900 y se refería a los bolsos de mano tipo maletín utilizados por los hombres. Estos se convirtieron en una inspiración para nuevos bolsos que popularizó el género femenino, creando formas más complejas, bolsos con complicados mecanismos de cierre, compartimentos interiores y asas<sup>5</sup>.

En el siglo XIX y más concretamente con la revolución industrial, el bolso pasa a ocupar un lugar destacado en la indumentaria, especialmente femenina, y a partir de ahí sigue los dictados de la moda y se incorpora al mundo del diseño. En este siglo, las campesinas y proletarias de la ciudad llevaban bolsos de mimbre para sus quehaceres diarios. Las señoras de la alta burguesía, por el contrario, no salían de casa sin su sombrero, una sombrilla y un bolso.

---

<sup>4</sup> REVISTA LAURA. Origen del bolso de tela. Disponible en Internet: [revistalaura.com/noticias/mujer\\_4/sabes\\_cual\\_origen\\_bolso\\_\\_1072.html](http://revistalaura.com/noticias/mujer_4/sabes_cual_origen_bolso__1072.html) - 20k -

<sup>5</sup> ORIGEN DEL BOLSO. Disponible en Internet: <URL: [http:// www.bolsocenter.com/curiosidades.php](http://www.bolsocenter.com/curiosidades.php) - 22k -

Los años veinte trajeron una revolución en cuanto a la vestimenta en general, con las formas de los escotes y el largo de las faldas y los bolsos no necesariamente tenían que conjuntar con lo puesto.

En los años cuarenta con la llegada de la guerra y la necesidad de economizar se impuso una nueva austeridad en el vestir. Los metales, espejos, cremalleras y cuero eran difíciles de encontrar, por lo que los fabricantes comenzaron a utilizar madera, cartón piedra y plástico.

Tras la II Guerra Mundial, cuando la mujer se incorporó decididamente al mundo laboral, se puso de moda el bolso de bandolera, que dejaba las manos libres.

En los años cincuenta comienzan a surgir las primeras casas de diseñadores importantes, incluyendo Channel, Vuitton (que ya en el siglo XIX hacía baúles de viaje para Napoleón III) y Hermés (que fabricaba sillas de montar para los aristócratas) y ya en los sesenta se deja atrás el estilo clásico y serio para dar al bolso una imagen más juvenil y desenfadada.

Entre 1990 y 2000 irrumpe una nueva moda mediante la cual el bolso se conjunta indistintamente con zapatos, ropa y accesorios<sup>6</sup>.

En el presente los bolsos se han convertido incluso en objetos de culto. Simplemente y en un plano más cotidiano<sup>7</sup>.

**1.2.2 Clases de bolsos, según su tipo.** Dentro de las clases de bolsos se tienen: bolsos formales, informales y deportivos.

---

<sup>6</sup> Ibíd..

<sup>7</sup> ANTECEDENTES DEL BOLSO. ALICANTE, ESPAÑA. Disponible en Internet: <URL:http://www.museodelbolso.com/EnlacesCat.asp?Numero=5&Cat... - 28k –

- **Bolsos formales.** Son elaborados en cuero o material sintético. Exigen elegancia en el vestuario de la persona que lo porte. Se producen en variedad de colores, tanto en tonos pasteles como tonos fuertes, o existe combinación de colores. Vienen en diferentes tamaños y fabricación de modelos. Algunos son elaborados con decoraciones según su material de fabricación; vienen para usar de mano o con cargaderas largas.

**Figura 1. Bolsos formales**



Fuente: Bolsos de moda. Available from Internet: <URL: <http://www.voyalamoda.com>

- **Bolsos informales.** Como su nombre lo indica, son de uso más frecuente, y el llevarlo no determina un tipo de vestuario elegante. Se elabora en variados materiales como son: tela, lona, lona impermeable, sintético, fique, palma, guadua, o mimbre entre otros. Puede utilizarse en ocasiones que no exijan una elegancia en el vestuario que se porte.

**Figura 2. Bolsos informales**



Fuente: Bolsos de moda. Available from Internet: <URL: <http://www.voyalamoda.com>

- **Bolsos deportivos.** Como su nombre lo indica, se porta para practicar una actividad deportiva, para ir de viaje o para llevar a piscina o playa. Se elabora en lona impermeable o en material sintético. No exige elegancia en el vestuario.

**Figura 3. Bolsos deportivos**



Fuente: Bolsos de moda. Available from Internet: <URL: <http://www.voyalamoda.com>

**1.2.3 Clases de bolsos, según su material de fabricación.** Dentro de las clases de bolsos según su material de fabricación se tienen:

- Bolsos en cuero de res
- Bolsos en cuero de otros animales (cocodrilo)
- Bolsos en tela (jean, lona, seda, etc).
- Bolsos en plástico
- Bolsos combinados: cuero de animales, telas y/o plásticos
- Bolsos de tela o cuero o sintéticos, con accesorios y detalles en metal, en piedras y en plástico.
- Bolsos con material de reciclaje (la basura como materia prima, ya que tomamos las envolturas de dulces que las empresas desechan por algún defecto de imprenta)

### 1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR AL CUAL PERTENECE EL PROYECTO

El proyecto de producción y comercialización del bolso en tela tres en uno, dada su actividad económica, según la clasificación de la rama económica, entraría a formar parte del sector secundario de la economía: industria manufacturera, que comprende, entre otras, la industria textil-confecciones, la industria alimentaria o agroindustria, la industria química, la industria de cauchos y derivados del petróleo, y la industria de la construcción.

La fabricación y comercialización del bolso en tela tres en uno, entraría a formar parte del sector textil-confecciones de la economía colombiana. Este es un sector donde conviven grandes, medianas y pequeñas industrias que son satélites de empresas comercializadoras de gran tamaño. Está conformada por las empresas que se dedican a la fabricación de hilos y telas. Actualmente, este sector está compuesto por más de 7.000 empresas radicadas en todo el país. La importancia de la cadena productiva del textil y la confección se refleja en su participación en el PIB (cerca del 9%), en el consumo de materias primas nacionales y en la creación de empleo<sup>8</sup>.

Se estima que entre todos existen alrededor de 10.000 confeccionistas. Genera 100.000 empleos directos y 200.000 indirectos; así mismo representa unos US\$1,000 millones de ventas anuales. Produce anualmente 800 millones de metros cuadrados de tela en tejidos de algodón, poliéster, nylon, viscosa y lana. Están ubicadas siete ciudades del país, principalmente en Medellín, que representa el 53% de la producción textil del país y el 35% de la producción de prendas para vestuario. Es una de las industrias clave de la nación, es responsable por el 9% del PIB productivo del país, 24% del empleo en manufactura y 7% del total de las exportaciones<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> SUBSECTORES DE LA INDUSTRIA. [online]. Colombia. Available from Internet: <URL: [co.kalipedia.com/...colombia/.../sector-secundario-economia-industria.html?..](http://co.kalipedia.com/...colombia/.../sector-secundario-economia-industria.html?..)

<sup>9</sup>SECTOR TEXTIL-CONFECCIONES. [online]. Colombia. Available from internet:<URL:http://: [www.elcolombiano.com/.../colombiamoda/.../cifras.htm](http://www.elcolombiano.com/.../colombiamoda/.../cifras.htm)

**1.3.1 Tendencias del sector de bolsos informales en Santander.** Al igual que a nivel nacional, la información sobre los indicadores correspondientes al sector y a la actividad a la cual pertenece el proyecto en estudio, no existe información estadística concreta sobre la actividad de producción y comercialización de bolsos en tela concretamente; es así como las personas que están dedicadas a esta actividad, se agrupan en una actividad con un nombre que aglutina a su vez varias actividades.

Es así, como la Cámara de Comercio de Bucaramanga, teniendo en cuenta la Clasificación CIIU establecida para las actividades económicas, realiza una clasificación particular, donde la producción de bolsos de mano se encuentra en el grupo 193, denominado: Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares, que entra a formar parte de la industria manufacturera

Es de destacar, que la industria manufacturera se constituye como uno de los más importantes de la economía de Santander tanto por su contribución al PIB departamental, (contribuye con el 33,56 %) como por su contribución en la generación de empleo. En el año 2005 se generaban en este sector 57.624 empleos según la información disponible en la Encuesta Anual Manufacturera para la mediana y gran industria (establecimientos con más de 10 trabajadores).<sup>10</sup>

Igualmente importante es la micro y pequeña industria (Establecimientos industriales con menos de 10 trabajadores) para la cual apenas se comienza a recabar información. Hacia este segmento de la actividad industrial se propone una actividad investigativa que no solo contribuya a dimensionarlo y conocerlo mejor identificando sus características socioeconómicas: Producción, empleo, perfil del empresario, grado de informalidad,

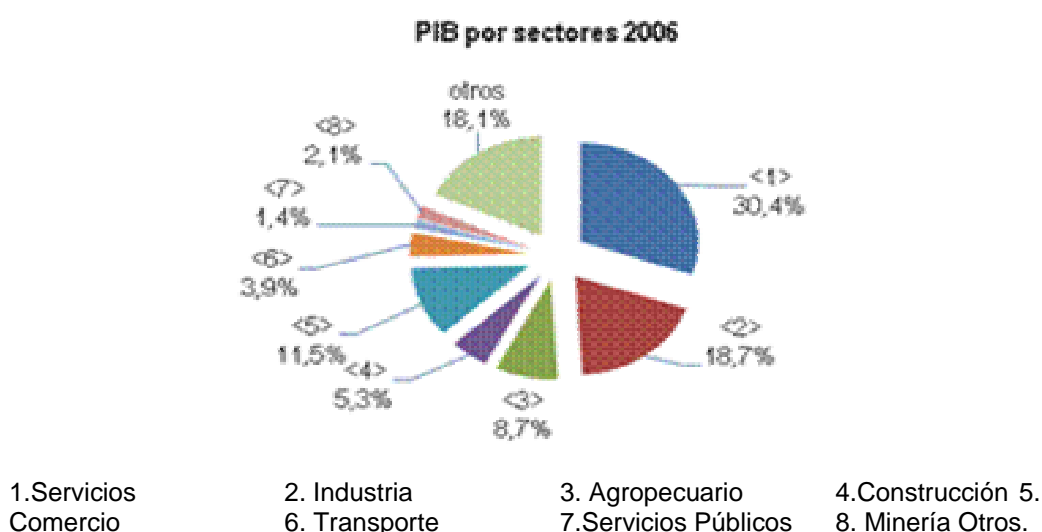
---

<sup>10</sup> *Ibíd.*

perspectivas empresariales, entre otros, sino a promover su fortalecimiento a través del fomento de la cooperación y asociatividad.

El Sector de la Industria a Nivel de Santander aporta un 18,7% al total del Producto Interno Bruto en el año 2006.

**Figura 4. Participación de la Industria Manufacturera en el PIB de Santander, 2006**



Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Informe Económico 2008. Bucaramanga: Available from Internet:<URL:http://www.camaradirecta.com/indicadores económicos

Finalizado el año 2008, el comportamiento económico de la región muestra importantes logros, aunque con algunas evidencias de disminución en la dinámica empresarial. Por una parte, el aumento de 7,5% en la constitución de nuevas empresas es un hecho que expresa confianza en la región.

**1.3.2 A nivel de Bucaramanga.** Al igual que a nivel de Colombia y de Santander, a nivel de Bucaramanga no existen estadísticas que hablen del nivel total de producción en términos de unidades de las empresas dedicadas a la producción y comercialización de bolsos en telas. Se conoce

únicamente una clasificación efectuada por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, y allí aglutinan su información teniendo en cuenta el número de empresas, número de establecimiento, empleados, total activos, ventas netas, patrimonio y utilidades.

Las empresas que a nivel de Bucaramanga renovaron matrícula para ejercer legalmente su actividad económica, se tiene que el sector industrial al cual pertenece el proyecto, tuvo una participación con un 14,6%.

**Figura 5. Participación del sector industrial ó manufacturero dentro del total de la economía en Bucaramanga, 2008**



- |                       |              |                 |
|-----------------------|--------------|-----------------|
| 1. Servicios          | 2. Industria | 3. Agropecuario |
| 4. Construcción       | 5. Comercio  | 6. Transporte   |
| 7. Servicios Públicos | 8. Minería   | Otros.          |

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Informe Económico 2008. Bucaramanga: Available from Internet: <URL:http://www.camaradirecta.com/indicadores económicos

De las empresas constituidas en Bucaramanga, un 11,3% pertenecen al Sector Secundario, seguido por un 6,9% del sector terciario y un 3% del sector primario.

En cuanto a la generación de empleo o de ocupados por rama de la actividad, se tiene que la industria aporta a nivel local el 22,8% de empleo. Cada año va generando nuevos puertos de trabajo. Véase Figura 22

**Figura 6. Participación en el nivel de empleo de la industria manufacturera en Bucaramanga**



Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Informe Económico 2008. Bucaramanga: Available from Internet: <URL:[http://www.camaradirecta.com/indicadores económicos](http://www.camaradirecta.com/indicadores-economicos)>

A nivel de Bucaramanga, la industria manufacturera aporta al total de la Industria Manufacturera Nacional, el 2,08% en la producción bruta, contribuye con el 2,09% en la generación de empleo, a través del aporte de un 4,13% en la existencia de establecimientos de producción, en lo que respecta a la industria manufacturera.

La Cámara de Comercio de Bucaramanga, realiza la clasificación local de la actividad de producción de bolsos en tela, entrando a formar parte del Grupo 193 de la Industria Manufacturera, donde se obtuvieron las siguientes variables principales, según grupos y clases industriales. A nivel de

Bucaramanga, la Cámara de Comercio realiza una clasificación donde se define:

D: Actividad Manufacturera

D193: No existe nombre de la actividad

D193100: Artículos de viajes, bolsos de manos y artículos similares

Cabe anotar, que según la Cámara de Comercio, el grupo al cual pertenece el proyecto sería al D193100, teniéndose en cuenta que allí no se condensa qué tipo de bolso de mano se fabrica. Se debe tener en cuenta que en este grupo no entran las manufacturas en cuero, puesto que ellas tienen otro rubro diferente.

La información obtenida fue la siguiente: Véase Cuadro 1.

**Cuadro 1. Variables principales del Sector Manufacturero en Bucaramanga**

Variables	Sector Manufacturas (D)	No existe nombre (D193)	Sector artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares (D193100)		
	Valores	Valores	Valor	%/ D	%/D193
Empresas	5.937	92	19	0,32	21
Establecimientos	6.099	102	19	0,31	19
Empleados	20.602	213	42	0,20	20
Activos	1.700.603.617.888	4.439.451.196	346.603.260	0,02	0,78
Ventas Netas	2.389.753.373.338	7.908.913.346	308.699.800	0,01	3,90
Patrimonio	873.353.780.061	2.290.554.546	343.978.260	0,04	15
Utilidad	13.780.530.561	348.364.284	29.520.000	0,21	8,50

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Informe Económico 2008. Bucaramanga: Available from Internet: <URL:http://www.camaradirecta.com/indicadores económicos

Efectuando un análisis del Cuadro 1, se tiene que el sector de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares, aporta a la producción del sector manufacturero, un 0,32% en empresas, un 0,31% en establecimientos, un

0,20% en la creación de fuentes de empleo, un 0,02% en activos; un 0,01% en la ventas; un 0,04% en patrimonio y un 0,21% en utilidades.

Con respecto a la participación del grupo D193100 dentro del total del grupo al cual pertenece que es el D193, da un aporte significativo, aportando el 21% en cuanto a empresas se refiere; con un 19% en establecimientos de producción; aportando un 20% en la generación de empleo; un 0,78% en activos; un 3,90% en las ventas netas del grupo de la actividad; un 15% en el patrimonio y aporta un 8,5% en la generación de utilidades.

Entre algunos fabricantes de bolsos en tela a nivel de Bucaramanga, se tienen:

- La tienda del bolso
- El punto del bolso
- El templo del bolso
- Bolso Islam
- Bolsos y calzado Archi
- Bolso Daniela
- María José
- Ormusdiseños
- S y & Co
- Venus Sport Bags
- Bolsos de Colombia
- Enmadebol
- Manufacturas Panchas

No se presenta información concreta respecto de cuantificación numérica o estadística de producción de bolsos de tela a nivel de Santander y Bucaramanga, porque no existe información estadística al respecto, solo se

cuenta con la información que se presentará en el siguiente estudio de mercados, obtenida a través de aplicación de instrumentos para el manejo de una información más confiable.

## **1.4 MARCO LEGAL**

El proyecto debe legalmente, tener en cuenta la siguiente reglamentación , para de tal forma cumplir a cabalidad con la normatividad colombiana, para este tipo de actividad.

### **1.4.1 Clasificación de la empresa de acuerdo a su actividad, número de socios, conformación de capital y tipo de sociedad . Se tiene:**

- **De acuerdo a la actividad económica que desarrolle<sup>11</sup>.** La empresa a constituir se clasifica en empresa perteneciente al Sector Secundario, actividad industria manufacturera, si se tiene en cuenta que comprenderá la subactividad 193: Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares; fabricación de talabartería y guarnicionería

- **Según su dimensión<sup>12</sup>.** En Colombia la ley 905 y 504 de Mipymes hacen referencia a la clasificación de las empresas en el país según su dimensión. El principal indicador es el número de trabajadores. Este criterio delimita la magnitud de las empresas de esta forma:

Microempresa si posee menos de 10 trabajadores.

Pequeña empresa: si tiene menos de 50 trabajadores.

---

<sup>11</sup> Clasificación de las empresas, de acuerdo a varios criterios . Disponible en internet: <URL:[http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/ca p2\\_c\\_b.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/ca p2_c_b.htm) - 12k

<sup>12</sup> Mipymes. Portal Empresarial Colombiano. La empresa. Disponible en Internet: <URL: [http://\\_www.mipymes.gov.co/emprendedor/newsdetail.asp?id=212&idcompany=44](http://_www.mipymes.gov.co/emprendedor/newsdetail.asp?id=212&idcompany=44) - 42k -

Mediana empresa: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.  
Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.

*La Empresa, se constituirá como una microempresa.*

Además, existen otros criterios utilizados para la clasificación de la empresa es este, en el que, de acuerdo con el tamaño de la empresa establece que puede ser pequeña, mediana o grande. Existen múltiples criterios para hacerlo, pero solo se analizan los más usuales:

- Financiero: El tamaño de la empresa se determina con base al monto de su capital; no se mencionan cantidades porque cambian continuamente de acuerdo con la situación económica del país. *En este caso en particular el tamaño es mediana, dado que su capital pasa los \$25.000.000*

- Personal ocupado: Este criterio establece que una empresa pequeña es aquella en el que laboran menos de 250 empleados; una mediana es la que tiene de 250 a 1000 empleados; una grande es aquella que se compone de más de 1000 empleados. *Para el caso del proyecto se cataloga como empresa pequeña.*

- Ventas: Establece el tamaño de la empresa con su relación y el mercado que la empresa abastece y con el monto de sus ventas. Según este criterio, una empresa es pequeña cuando sus ventas son locales, mediana cuando sus ventas son nacionales y grande cuando sus ventas son internacionales.

*Para el proyecto que se plantea organizar, se constituiría como una empresa de carácter pequeño, porque sus ingresos provienen de la venta de su producto inicialmente a nivel local.*

- **De acuerdo con el régimen jurídico en el que se constituya la empresa**<sup>13</sup>. Según la forma jurídica, es decir, atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal se constituirá como :

Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.), que pertenece a una persona. Esta responde frente a terceros con todos sus bienes, tiene responsabilidad ilimitada. Es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar. Se rige por la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008.

- **Según su ámbito de actuación**<sup>14</sup>. En función al aspecto geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir empresas locales, regionales, nacionales y multinacionales. *La Empresa se considera en este caso como empresa local.*

- **Según la titularidad del capital**<sup>15</sup>. La empresa será de carácter privado, porque el capital está en manos de particulares,

**1.4.2 Marco legal desde el punto de vista de su constitución.** Inscripción en la Cámara de Comercio, permite obtener el Registro Mercantil y de representación legal, contemplando los siguientes aspectos:

Estudio del nombre (razón social o denominación)

Nombre del propietario, identificación, nacionalidad

Domicilio social

Término de duración

Objeto Social

---

<sup>13</sup> Op. cit., Disponible en internet: <URL:[http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2\\_c\\_b.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2_c_b.htm) - 12k

<sup>14</sup> Op. Cit., Mypimes.

<sup>15</sup> *Ibíd.*.

Capital

Facultades del Representante Legal

Número de identificación tributaria (NIT): se obtiene ante la Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales (DIAN), entidad que otorga el número de identificación tributaria a la entidad, para efectos tributarios.

Libros de contabilidad: se registran los siguientes libros: de actas de la junta de socios, libro de diario, balance, ventas, inventarios en la Cámara de Comercio de la ciudad.

Licencia de funcionamiento otorgado por la Alcaldía Municipal: permiso otorgado por la Alcaldía Municipal en conjunto con el Departamento de Planeación, donde emiten permiso o concepto sobre el manejo y uso del lugar donde se instalará la empresa.

**1.4.3 En cuanto a los aportes parafiscales y seguridad social.** Se toma como base la ley 789 de diciembre del año 2002, que dice:

Art. 1º: Afiliación y aportes a la seguridad social: según el régimen laboral colombiano, todo empleador se encuentra obligado a afiliar a sus trabajadores al sistema de seguridad. El trabajador tiene la opción de escoger voluntariamente la entidad que cubrirá sus riesgos que puedan afectar su salud y sus ingresos.

La seguridad social tiene por objeto garantizar las prestaciones económicas suficientes para afiliarse al sistema. Debe garantizar además los servicios sociales complementarios que establezca la ley.

Capítulo IV, Artículo 13: Aportes parafiscales: se definen según la ley laboral por los pagos que los empleadores deben hacer en virtud de la vinculación

del mismo como tal y sin que persiguen las entidades beneficiarios de tales recursos es el de procurar mejores condiciones para el sector laboral colombiano.

- Los aportes a la Caja de Compensación Familiar corresponden al 4% del monto de la nómina mensual de salarios de la empresa, entendiéndose por tal la totalidad de los pagos realizados por concepto de los diferentes elementos integrantes del salario en los términos definidos por el Código Sustantivo del trabajo, están obligados a afiliarse a la Cajas de compensación todos los empleadores que ocupen una o más trabajadores permanentes.
- Los aportes del SENA se realizan por medio de la Caja de Compensación Familiar a la cual se haya inscrito, un monto equivalente al 2% del valor mensual de la nómina.
- Están obligados a contribuir al Servicio Nacional de Aprendizaje -SENA- mediante aportes mensuales, todos los empleadores que ocupen uno o mas trabajadores permanentes, con excepción de las Universidades Públicas o privadas catalogadas como entidades sin ánimo de lucro.
- Los aportes del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar -ICBF- son del 3% del valor de la nómina mensual de salarios, todos los trabajadores sin excepción deben aportar al ICBF.

Los aportes efectuados por los empleadores son deducibles del impuesto sobre la renta previa certificación de pago. Estos pagos se hacen a través de la Caja de Compensación a la cual se haya afiliado el empleador.

Además, se debe tener en cuenta las siguientes leyes: la Ley 100 de 1993 de Seguridad Social, que reglamenta los aportes parafiscales y determinan el salario mensual legal.

**1.4.4 Otra reglamentación como unidad empresarial.** Teniendo en cuenta que el tipo de empresa a organizar a través del estudio de factibilidad, debe considerarse como una unidad empresarial, perteneciente a la categoría de pequeña y mediana empresa, por tanto, se beneficiaría por los siguiente normatividad de tipo legal:

- **Ley 590 del 10 de julio de 2000**<sup>16</sup>. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad empresarial de los colombianos;

b) Estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes;

c) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas;

d) Promover una más favorable dotación de factores para las micro, pequeñas y medianas empresas, facilitando el acceso a mercados de bienes y servicios, tanto para la adquisición de materias primas, insumos, bienes de capital y equipos, como para la realización de sus productos y servicios a nivel nacional e internacional, la formación de capital humano, la asistencia

---

<sup>16</sup> DIARIO OFICIAL. AÑO CXXXV N. 43969. 11 ABRIL, 2000. p. 18

para el desarrollo tecnológico y el acceso a los mercados financieros institucionales;

e) Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo y a la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas;

f) Señalar criterios que orienten la acción del Estado y fortalezcan la coordinación entre sus organismos; así como entre estos y el sector privado, en la promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas;

g) Coadyuvar en el desarrollo de las organizaciones empresariales, en la generación de esquemas de asociatividad empresarial y en alianzas estratégicas entre las entidades públicas y privadas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas;

h) Apoyar a los micro, pequeños y medianos productores asentados en áreas de economía campesina, estimulando la creación y fortalecimiento de Mipymes rurales,

i) Asegurar la eficacia del derecho a la libre y leal competencia para las Mipymes;

j) Crear las bases de un sistema de incentivos a la capitalización de las micro, pequeñas y medianas empresas.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 General.** Realizar un estudio de mercados a través de la aplicación de instrumentos para la recolección de información, que lleven a conocer y cuantificar las variables de mercadotecnia, conduciendo a la toma de decisiones respecto de la producción y comercialización del bolso tres en uno, en la ciudad de Bucaramanga, buscando cubrir las expectativas y necesidades de la población objetivo.

#### 2.1.2 Específicos

- Precisar la aceptación del bolso tres en uno en la población objetivo.
  
- Cuantificar la demanda del producto, teniendo en cuenta variables como: período de adquisición del producto y cantidad de adquisición.
  
- Identificar los aspectos que podrían llevar a adquirir el producto llegando a ser asequible al consumidor en cuanto a calidad, colores, precios, variedad, estilos, punto de compra.
  
- Cuantificar demanda vs. oferta, con el propósito de definir la existencia o no de una demanda insatisfecha en el mercado.
  
- Establecer estrategias de mercadeo para la incursión exitosa del producto en un mercado competitivo.

- Establecer estrategias publicitarias para impulsar, mantener y extender el producto dentro del mercado y así posicionarlo dentro de este.
- Captar todos los aportes que el cliente indique, ya que es él quien decide del éxito del producto en el mercado.
- Definir la participación del proyecto, teniendo en cuenta las fuerzas del mercado.

## **2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

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

- **Definición y especificaciones del producto.** El producto lo conforma un bolso informal denominado bolso en tela “tres en uno”, elaborado en tela bordadas en pana y dryll, en los siguientes colores: en tela pana, en colores azul, café y beige (café claro) y en la tela dryll, en color negro, blanco y caqui; con accesorios metálicos (broches y argollas metálicas) y con flores en material sintético. Se diseña en tres tamaños y estilos:

<b>Tamaño</b>	<b>Estilo</b>
Grande	Rectangular
Mediano	Ovalado
Pequeño	Cuadrado

El bolso tres en uno, como su nombre lo indica, está conformado por tres partes: base, cuerpo y manijas:

La base: esta varía de acuerdo al estilo de diseño. Esta base posee unos broches y unas argollas que permiten unir esta base con el cuerpo y manija

para armar el bolso. Los broches ayudan a unir la base con el cuerpo del mismo; y las argollas que van incrustadas en un ojal en los extremos de la base, facilitan la unión con las manijas del bolso. Los broches (referencia Button 520), son los que hacen que el bolso sea removible o desarmable, permitiéndole el cambio de capellada. Esta base se elabora en un material resistente llamado odena, que ayuda a que el bolso se sostenga, va forrada en la tela escogida, según tendencias que arroje el estudio de mercado.

El cuerpo, conformado por una capellada bordada en tela en su parte externa, con broches que permiten la unión a la base; además viene adornada con tres flores sintéticas. Cabe anotar, que a la capellada del bolso se le cose el cierre para darle seguridad a la persona que lo use.

Las manijas, pasan por las argollas metálicas o herrajes mencionadas anteriormente que están incrustadas en la base, se ajustan con los broches que a cada lado tiene la manija, para poder armar el bolso.

Las tres partes del bolso se diseñan del mismo color y clase de tela. Unidas estas tres partes del bolso, se obtiene un bolso elaborado en tela de excelente calidad, con finos acabados y adornos que se convierten en un artículo asequible a la población que desee comprarlo.

El bolso en su interior (cuerpo), está forrado con material impermeable (seda referencia tempestad, unicolor), para dar seguridad a las mujeres que lo usen, permitiendo una protección en su interior frente a elementos externos que afecten las pertenencias y a su vez facilita la limpieza del producto.

Los materiales que se utilizan para su elaboración son: tela de pana y dryll bordadas, material impermeable para el forro del bolso (seda tempestad

unicolor ), broches de presión, cremallera, argollas metálicas, hilos y bolsa plástica para su empaque.

Cada estilo de bolso vendrá acompañado con dos cuerpos adicionales y dos manijas, que permitirán a la persona desarmarlo y obtener dos bolsos más de diferentes colores, para ser usado a sus gustos y preferencias; la adquisición del bolso y las dos capelladas adicionales, da origen a su nombre “bolso tres en uno en tela”. Es decir, al adquirir un bolso tres en uno, se estaría adquiriendo un total de tres bolsos.

Las dimensiones del bolso cambian según su estilo.

Para el bolso estilo rectangular, sus medidas son:

Base: 27 cms de longitud x 6,5 cms. de ancho

Cuerpo: 27 cms. de ancho x 16 cms. de largo

Manijas: 50 cms de longitud x 2,5 cms. de ancho

Para el estilo ovalado, las medidas son:

Base: 24 cms de longitud x 6,5 cms. de ancho

Cuerpo: 24 cms. de ancho x 14 cms. de largo

Manijas: 40 cms de longitud x 2,5 cms. de ancho

Para el bolso estilo cuadrado, sus medidas son:

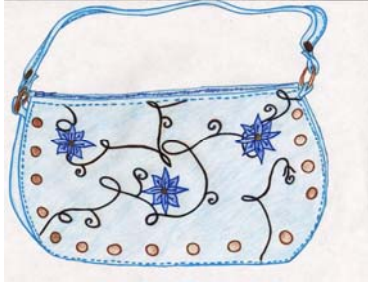
Base: 21 cms de longitud x 6,5 cms. de ancho

Cuerpo: 21 cms. de ancho x 14 cms. de largo

Manijas: 30 cms de longitud x 2,5 cms. de ancho

Véase Figura 7 y 8, y Anexo A.

**Figura 7. Bolsos diseñados, según estilos**



Grande: Rectangular



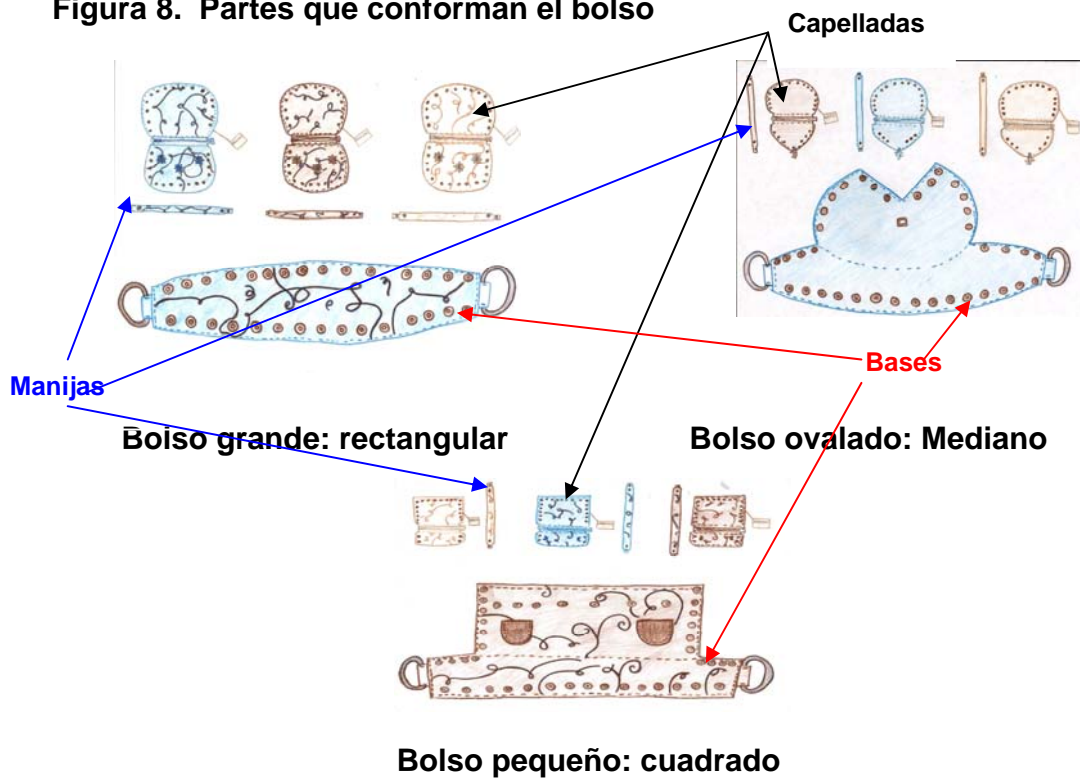
Mediano: Ovalado



Pequeño : Cuadrado

Fuente: Autora del Proyecto

**Figura 8. Partes que conforman el bolso**



Fuente: Autora del Proyecto

- **Usos:** el bolso puede ser utilizado para:

- Uso diario, que combina con cualquier moda elegida por la mujer.
- Para ocasiones especiales

Cabe anotar, que la mezcla de estilo y tamaño, genera el modelo del bolso.

**2.2.2 Productos sustitutos.** Como productos sustitutos se encuentran los bolsos elaborados en cuero y en material sintético. Acompañado a su vez por morrales, mochilas, canguros, puesto que son medios que se utilizan para portar objetos.

**2.2.3 Productos complementarios.** El bolso tiene la característica de ser un bien complementario de los zapatos, correas, collares y aretes, los cuales hacen que la mujer luzca y que esté a la moda.

**2.2.4 Atributos diferenciadores.** Como atributos diferenciadores que hacen que se marque una diferencia con la competencia se tienen:

- El producto se venderá con tres cuerpos o capelladas, que llevan implícito el valor agregado de contar con tres bolsos en uno solo; es decir, se podrá hacer uso de la base para armar dos bolsos. Es decir, el consumidor adquiere tres bolsos en uno solo; un bolso completo, más dos capelladas y dos tiras.
- Calidad de los insumos utilizados en su fabricación
- Precios asequibles al consumidor
- Comodidad en su uso
- Diversidad y colorido en las telas, según tendencias de la moda
- Excelente calidad en el servicio

- Disponibilidad inmediata del producto
- Exclusividad en el diseño
- Atención personalizada
- Entrega oportuna y a tiempo del producto
- El fabricante del producto se encontrará ubicado en la ciudad de Bucaramanga

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado potencial.** Esta conformado por todas las mujeres de las diferentes edades y estratos de la ciudad de Bucaramanga.

**2.3.2 Mercado objetivo.** Constituido por las mujeres entre los 18 a 30 años, de los estratos sociales 3,4,5 y 6, de la ciudad de Bucaramanga, que ascienden a un total de 29.501.<sup>17</sup>

## **2.4 DEMANDA**

### **2.4.1 Investigación de mercados**

**2.4.1.1 Planteamiento del problema.** Es necesario realizar un estudio de mercados, considerado como una herramienta determinante, puesto que ella involucra la recopilación, registro y análisis sistemático de datos relacionados con la tendencia de aceptación y consumo de un nuevo producto que ingresará al mercado, lo cual se convierte en un indicador que reflejará si se incursiona con el nuevo producto y si éste será del agrado o no de la población objetivo a la cual se dirige.

La investigación de mercados representa la voz del consumidor al interior del mercado. Con la investigación de mercados, se busca conocer la tendencia de uso del bolso en tela para las mujeres de 18 a 30 años, de los estratos

---

<sup>17</sup> DANE. Censo 2005. Población de mujeres por edades. Bucaramanga.

3,4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, conociendo los aspectos que ellas tienen en cuenta cuando efectúa la compra de un bolso, tales como: material, color, precio, lugar de compra, frecuencia y cantidad de compra e insatisfacciones.

Además, del estudio de mercado se conocen situaciones actuales de productos competitivos, que llevan a que el nuevo producto que ingresará al mercado, en este caso concreto el bolso en tela “tres en uno”, no tenga las mismas inconsistencias o fallas en su producción, que lleven a un descontento e insatisfacción por parte de los nuevos consumidores.

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

- Conocer la tendencia actual del uso de bolsos en tela.
- Conocer aspectos que tiene en cuenta el consumidor en el momento de efectuar la compra de un bolso de tela.
- Identificar frecuencia de compra, cantidad a comprar, lugar de compra e insatisfacciones encontradas en el momento de efectuar la compra de un bolso de tela.
- Conocer la tendencia de compra del bolso tres en uno.
- Conocer gustos, preferencias y sugerencias del consumidor, respecto del bolso tres en uno, en aspectos como: color, precio, variedad, decoración, estilos, puntos de compra.
- Cuantificar la demanda de bolsos de tela y bolsos de tres en uno, en la ciudad de Bucaramanga.

- Conocer el lugar de preferencia de ubicación de la nueva empresa fabricante del bolso tres en uno.

### 2.4.1.3 Ficha técnica

Tipo de investigación	<p>Exploratoria y Descriptiva</p> <p><i>Exploratorio</i>, teniendo en cuenta el objetivo principal de la investigación que caracteriza el mercado, identificando gustos y preferencias con respecto a los bolsos tres en uno en el municipio de Bucaramanga</p> <p><i>Descriptivo</i>, debido a que permite establecer comportamientos concretos (cuantos segmentos del mercado consumen el producto, cual es la actitud frente al producto, tendencia de precios y calidad)</p>																		
Método de investigación	Analítico y Deductivo. Analítico, se debe determinar los resultados y analizarlos, si es a favor o en contra del proyecto. Deductivo, deducir a partir de la respuesta la aceptación del producto.																		
Fuentes de información	Primarias y secundarias.																		
Técnicas de recolección de información	Encuesta																		
Instrumento	Cuestionarios (Véase Anexo B)																		
Modo de aplicación	Directa																		
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	<p>Mujeres entre los 18 a 30 años, de los estratos 3,4,5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, que asciende a un total de 29.501. Esta población corresponde al 32,5% de mujeres con estas características, de un total de 165.044.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Estratos</th> <th>Población</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3</td> <td>12.390</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>15.046</td> <td>51</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>1.475</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>590</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL</b></td> <td><b>29.501</b></td> <td><b>100%</b></td> </tr> </tbody> </table>	Estratos	Población	%	3	12.390	42	4	15.046	51	5	1.475	5	6	590	2	<b>TOTAL</b>	<b>29.501</b>	<b>100%</b>
Estratos	Población	%																	
3	12.390	42																	
4	15.046	51																	
5	1.475	5																	
6	590	2																	
<b>TOTAL</b>	<b>29.501</b>	<b>100%</b>																	
Proceso de muestreo	<p>Para hallar la muestra poblacional, se hace uso del método de Muestreo de Estratificación Simple:</p> $n = \frac{(Z)^2 \times N \times P \times Q}{(N-1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$ <p>Z: Nivel de confiabilidad del 95%, Z = 1.96  p: Probabilidad de éxito= 50%, p = 0.5  q: Probabilidad de fracaso= 50%, q = 0.5  e: Error estimado. En este caso será del 5%, e = 0.05</p> $n = \frac{(1.96)^2 \times 29.501 \times 0.5 \times 0.5}{(29.501-1) \times (0.05)^2 + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$ <p style="text-align: center;">n = 379 n = 379 encuestas*</p> <p>Que distribuido por estratos sería:</p>																		

Continuación      Ficha  
Técnica

	Estratos	Número de encuestas	%
	3	160	42
	4	193	51
	5	19	5
	6	<u>7</u>	<u>2</u>
	<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>
Marco muestral	379 encuestas, fueron aplicadas a 379 mujeres entre los 18 a 30 años de edad		
Alcance	Bucaramanga		
Tiempo de aplicación	Periodo de tiempo de aplicación del instrumento: 1 semana		

Fuente: Autora del Proyecto

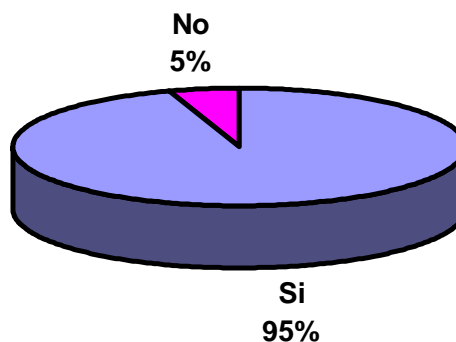
#### 2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados

##### Cuadro 2. Compra de bolsos

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Si	360	95
No	19	5
<b>TOTAL</b>	<b>379</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

##### Figura 9. Compra de bolso



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

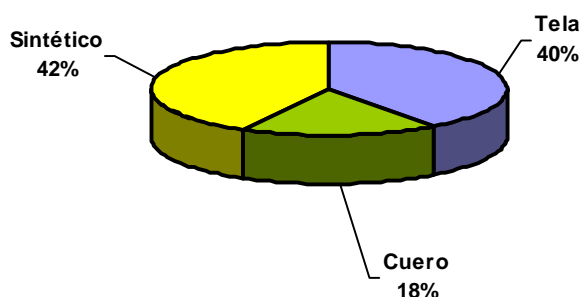
Como se aprecia la población encuestada un 95% si han comprado bolsos, frente a un 5% que no lo han hecho. Esta situación inicialmente deja entrever la existencia de una población consumidora de este producto, el cual se considera como un elemento adicional en el vestuario de las mujeres. Esta tendencia se convierte en un acierto inicial a favor del proyecto.

**Cuadro 3. Clase de material en que compró el último bolso**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Tela (jean, lona, impermeable)	144	40
Cuero (res, babilla, cocodrilo, etc.)	68	18
Sintético (plástico)	148	42
<b>TOTAL</b>	<b>360</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

**Figura 10. Clase de material en que compró el último bolso**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

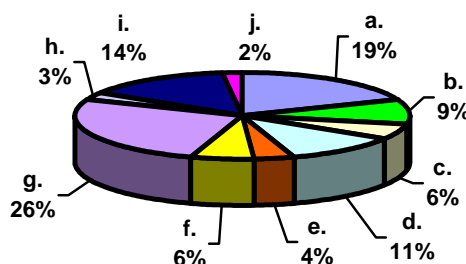
La población encuestada que dijo comprar bolsos, respondió una sola opción en cuanto a clase de material por qué se le preguntó por el último bolso que habían adquirido, por ello se encontró que solo un 18% compró bolsos en cuero, frente a un 42% que lo adquirió sintético y un 40% en tela. Se aprecia que existe una población segmentada para el uso del tipo de material con que se elaboran los bolsos. En este caso en concreto, sólo un 18% lo adquirió en cuero lo que lleva a suponer que es adquirido posiblemente por las mujeres de los estratos 5 y 6. Los bolsos tanto sintéticos y de tela son los más demandados por la población objetivo. Respecto al proyecto, existe un porcentaje representativo de mujeres que hacen uso del bolso en tela, que se debe tener en cuenta y canalizar para que adquieran el bolso tres en uno; además la población que demanda el bolso sintético, también debe canalizarse si se tiene en cuenta que el nuevo producto tendrá adornos que incluyen material sintético.

**Cuadro 4. Tipo de material del último bolso en tela que compró**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
a. Dryll	27	19
b. Lona	13	9
c. Tela impermeable	8	6
d. Algodón	16	11
e. Naylon	6	4
f. Yute	9	6
g. Pana	38	26
h. Seda	4	3
i. Jean	20	14
j. Otra (Cuál)	3	2
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

**Figura 11. Tipo de material del último bolso de tela que compró**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

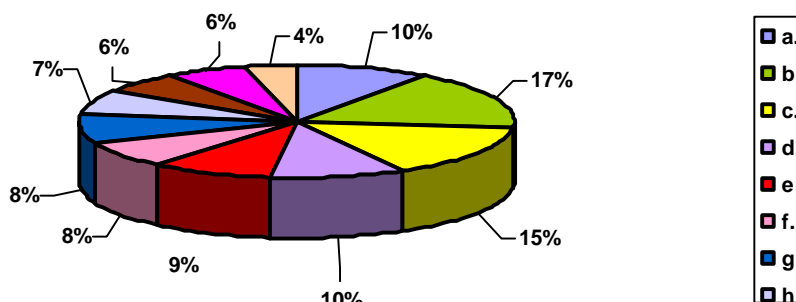
Las mujeres que dijeron haber adquirido bolsos en tela, respondieron una sola opción de tipo de material del bolso en tela, puesto que hacía referencia a su última adquisición, es así, como un 26% lo han comprado de pana, un 19% en dryll, un 14% en jean, un 11% en algodón, y en menor escala en lona, tela impermeable, yute, seda y otro (linolan). Esto le señala al nuevo producto, la tendencia de los gustos de los consumidores en el mercado, observándose que se encuentra una gran inclinación hacia el material de pana, seguido en segundo lugar por el jean, aspectos a tenerse en cuenta en el momento de diseñar y producir el bolso tres en uno, con el fin de lograr una aceptación y ubicación en el mercado.

**Cuadro 5. Marca del último bolso en tela que compró**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
a. Totto	15	10
b. S y C & Co	25	17
c. Chelsy	21	15
d. Daniela	15	10
e. María José Shoes	13	9
f. Islam	12	8
g. Bolsos y Calzado Archi	12	8
h. Victoria Secret (extranjera)	10	7
i. New York Company (extranjera)	8	6
j. QQ.Bear (extranjera)	8	6
k. Otros	5	4
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 12. Marca de último bolso en tela que compró**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Se puede apreciar que las mujeres encuestadas adquieren sus bolsos en tela de diferentes marcas, siendo las cinco más importantes en orden de importancia: S y C & Co con un 17%(bolsos de lona-sintéticos, bolsos en lona y sólo sintético); Chelsy con un 15%(bolsos en lona y sintético); Daniela y Totto(bolsos en lona ó tela impermeable), cada una con un 10%; y María José Shoes (en tela) con un 9%. En menor proporción con un 8% Bolsos Islam y Bolsos y calzado Archi que producen bolsos en tela; los bolsos Victoria Secret que son extranjeros, vienen en tela y sintéticos; los bolsos New York Company y Q.Q.Bear también extranjeros, vienen en tela impermeable y sintético. Por esto, es de destacar la presencia de marcas

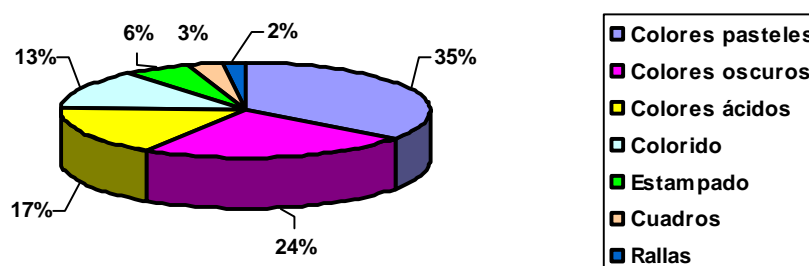
extranjeras en el mercado, producto del contrabando proveniente de los Estados Unidos, Panamá y Venezuela. Por consiguiente puede afirmarse que el mercado de bolsos de tela es variado, dada las marcas y procedencias de los mismos. El mercado de bolsos extranjero a entrado a ser competitivo en el mercado local, haciendo que los bolsos de producción local se comercialicen a precios asequibles, con el fin de poder permanecer en el mercado. Estos aspectos deben tenerse en cuenta en la producción y comercialización del bolso en tela tres en uno, para poder ingresar, posicionarse y permanecer en el mercado.

**Cuadro 6. Color elegido para adquirir el bolso en tela**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Colores pasteles (un solo tono)	50	35
Colores oscuros (un solo tono)	34	24
Colores ácidos (un solo tono)	25	17
Coloridos (varios colores)	18	13
Estampado (flores)	8	6
Cuadros	5	3
Rallas	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 13. Color elegido para adquirir el bolso en tela**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Según la población de mujeres encuestadas que dijeron adquirir bolso en tela, un 35% tiende a adquirir el bolso en tonos pasteles; seguido por un 24% en tonos oscuros; un 17% en coloridos y en cuarto lugar un 13% con colorido. En menor porcentaje estampados, flores y rallas. Cabe anotar, que

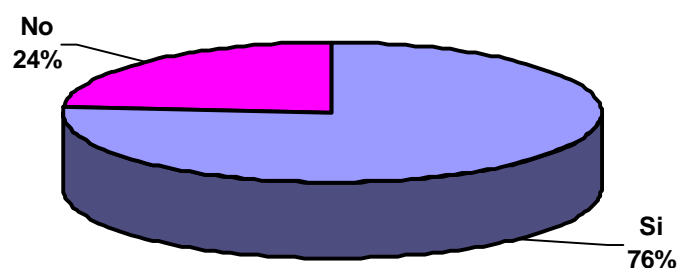
el color jean entra tanto a formar parte del grupo de colores pasteles como colores oscuros, teniendo en cuenta la tonalidad de la tela jean, en el mercado se encuentra tela jean en color azul claro(color nieve), tela con tratamiento que le disminuye la tonalidad al color azul propio del jean; además existe el color azul oscuro y el color negro. Esto deja entrever la tendencia de adquirir colores que combinen con el vestuario, puesto que el bolso de mano ha entrado a formar parte como un accesorio más dentro del vestuario de la mujer. Esto indica al nuevo producto, que la escogencia del color debe tenerse en cuenta en el momento de producir y comercializar el bolso tres en uno, puesto que ello contribuye a la aceptación del producto en el mercado.

**Cuadro 7. Gusto por los bolsos en tela decorados**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Si	109	76
No	35	24
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 14. Gusto por los bolsos en tela decorados**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Un 76% de las personas encuestadas que adquieren bolsos, desean que éstos vengan decorados, frente a un 24% que no lo desean. Esta tendencia

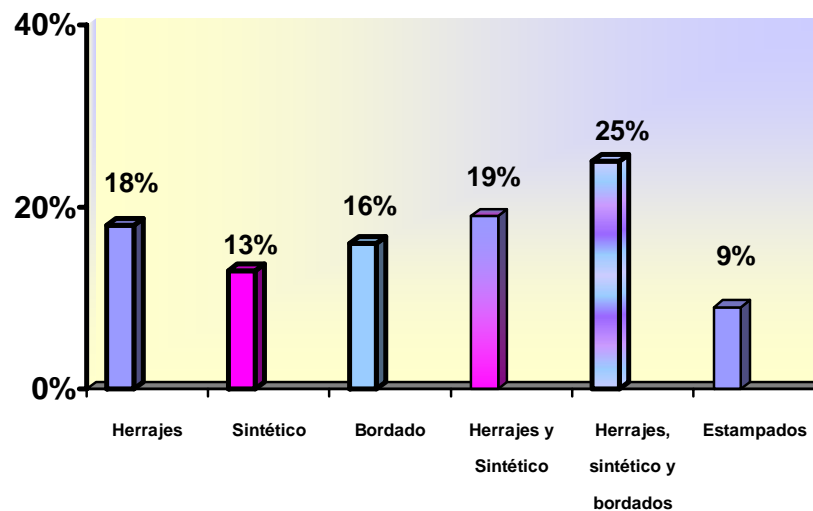
de gusto marca la decisión de compra, por consiguiente debe tenerse en cuenta en el momento de diseñar el bolso tres en uno, con el fin de lograr una aceptación en el mercado.

**Cuadro 8. Clase de adornos preferidos**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
Solo con herrajes	30	18
Solo con sintético	21	13
Solo con bordados	27	16
Con herrajes y sintéticos	32	19
Con herrajes, sintéticos y bordados	41	25
Estampados	15	9
<b>TOTAL</b>	<b>166</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 15. Clase de adornos preferidos**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Las encuestadas que les gusta el bolso de tela con adornos que ascendieron a un total de 109 presentan tienen más de una alternativa de aceptación de los adornos, es por ello, que respondieron más de una opción, por consiguiente se obtuvieron 166 respuestas. La opción de mayor número

de respuestas la obtuvo: con herrajes, sintéticos y bordados, con un 25 de aceptación; seguida por la opción con herrajes y sintéticos con un 19, y sólo herrajes con un 18%, seguido por las opciones estampado, bordado o sintético.

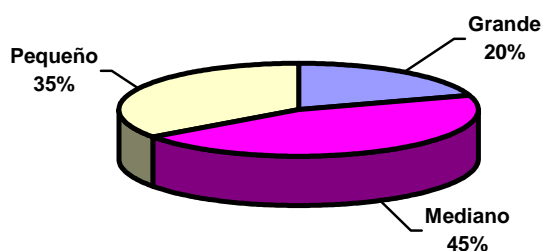
El gusto por comprar bolsos en tela con adornos, se convierte en fortaleza que debe tener en cuenta el nuevo fabricante del bolso tres en uno, puesto que le está indicando parámetros para el diseño del bolso, ya que son gustos y preferencias del consumidor, quien es el que fija la pauta de moda en el mercado. Esta fortaleza debe tenerse en cuenta con el propósito de lograr aceptación en el mercado.

**Cuadro 9. Tamaño en que ha comprado el bolso en tela**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Grande	29	20
Mediano	65	45
Pequeño	50	35
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 16. Tamaño en que ha comprado el bolso en tela**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Las personas que dijeron comprar bolso en tela, un 45% tiene tendencia a comprar bolsos de tamaño mediano, seguido por un 35% que desean el bolso pequeño y un 20% tamaño grande. Estas respuestas reflejan los gustos y preferencias del consumidor, aspectos que pueden condicionar al

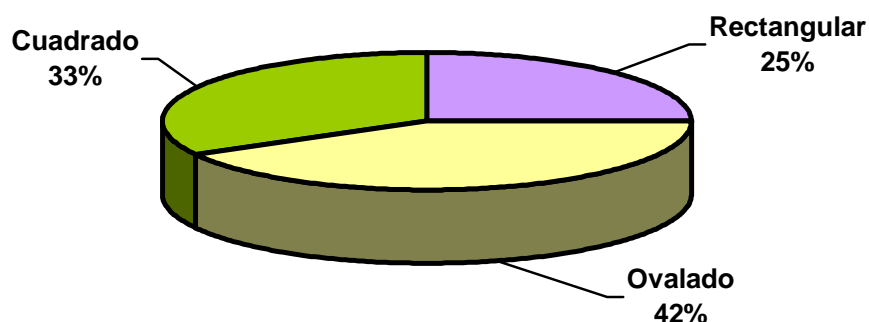
fabricante del bolso tres en uno, con el fin de llevar al mercado diversidad de tamaño, dada la variedad de demanda en cuanto a tamaño se refiere del bolso a producir.

**Cuadro 10. Estilo de bolso en tela que prefiere en el momento de efectuar su compra**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Rectangular	36	25
Ovalado	60	42
Cuadrado	48	33
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 17. Estilo de bolso en tela que prefiere en el momento de efectuar su compra**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

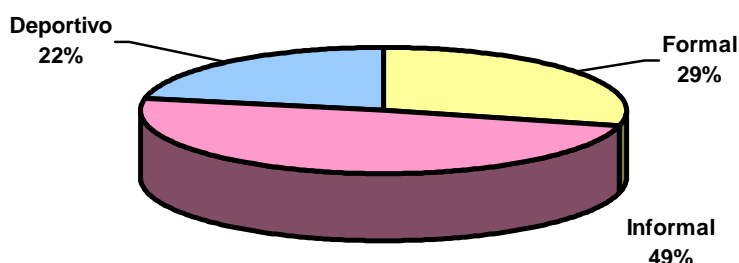
El 42% de las demandantes tienen inclinación por el bolso de estilo ovalado, seguido con un 33% por el bolso cuadrado y un 25% por el bolso rectangular. Esta tendencia por estilo de los bolsos, le señala al nuevo fabricante que el estilo debe contemplarse en el momento de elaborar el modelo de bolso, puesto que existe una mezcla entre estilo y tamaño del bolso, que marcan las preferencias de las consumidoras.

**Cuadro 11. Tipo de bolso en tela escogido en su proceso de compra**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Formal	42	29
Informal	70	49
Deportivo	32	22
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 18. Tipo de bolso en tela escogido en su proceso de compra**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

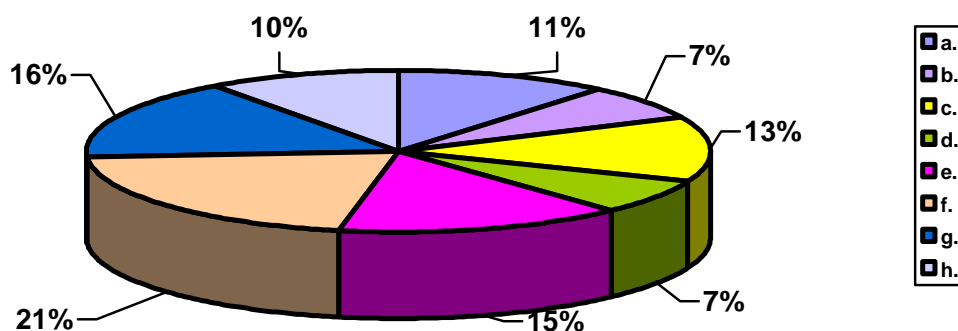
Las personas encuestadas tienen tendencia a adquirir un bolso tipo informal según lo afirma un 49%, seguido por el bolso formal con un 29% y un 22% el bolso deportivo. La tendencia del tipo de bolso, le señala al nuevo fabricante parámetros a tener en cuenta en su proceso de diseño, para lograr estabilidad en el mercado.

**Cuadro 12. Precio pagado por el bolso en tela que ha comprado**

Alternativas	Promedio	Número de personas	(%)	Promedio ponderado
A.\$10.000-25.000	17.500	16	11	$17.500 \times 16 = 280.000$
B. 25.001-35.000	30.000,5	10	7	$30.000,5 \times 10 = 300.005$
C. 35.001-45.000	40.000,5	18	13	$40.000,5 \times 18 = 720.009$
D. 45.001-55.000	50.000,5	10	7	$50.000,5 \times 10 = 500.005$
E. 55.001-65.000	60.000,5	22	15	$60.000,5 \times 22 = 1.320.011$
F. 65.001-75.000	70.000,5	30	21	$70.000,5 \times 30 = 2.100.015$
G. 75.001-85.000	80.000,5	23	16	$80.000,5 \times 23 = 1.840.011,5$
H. 85.000-95.000	90.000,5	15	10	$90.000,5 \times 15 = 1.350.007,5$
<b>TOTAL</b>		<b>144</b>	<b>100%</b>	<b><math>8.410.064 / 144 = 58.403</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 19. Precio pagado por el bolso en tela que ha comprado**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

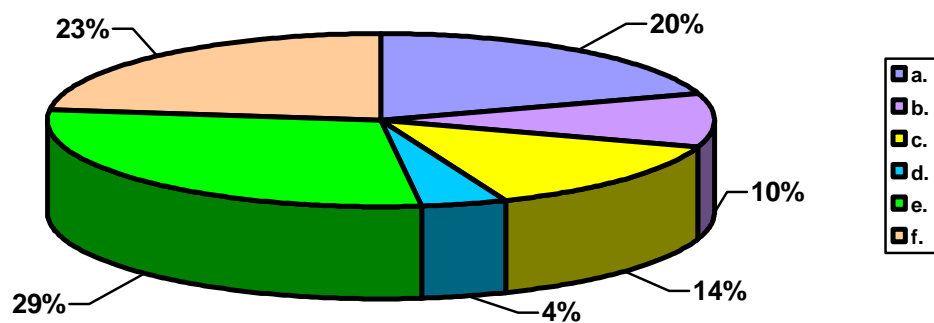
Se presenta una variedad de precios en el mercado, que se supone van en función de la clase de bolso en tela, su tipo, estilo y tamaño. Las encuestadas han pagado entre \$10.000 a más de 95.000. Además, este varía según el lugar de compra del bolso, que bien puede ser el punto de fábrica o la cadena de intermediarios. La concentración de precios se encuentra entre \$55.000 a \$85.000. Puede afirmarse que el precio es un indicador importante en el mercado de un producto, pero a su vez se define en función de su uso, valor agregado y material con el cual se elabora. Este es un parámetro de referencia para el fabricante del bolso en tela tres en uno, puesto que señala que las personas han pagado en el mercado, pero se encuentra sujeto a las características que el bolso posea.

**Cuadro 13. Aspectos que tiene en cuenta en el momento de comprar un bolso en tela**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
a. Precio	100	20
b. Calidad	50	10
c. Servicio	70	14
d. Marca	20	4
e. Color	144	29
f. Decoración (accesorios)	109	23
<b>TOTAL</b>	<b>493</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 20. Aspectos que tiene en cuenta en el momento de comprar un bolso en tela**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Las 144 personas encuestadas respondieron más de una opción a los aspectos que tienen en cuenta en el momento de efectuar la compra del bolso en tela. Es así como en orden de importancia respondieron: El color con un 29% de mayor número de respuestas; en segundo lugar la decoración que posea el bolso, con un 23% de aceptación; en tercer lugar el precio con un 20%. En menor escala se encuentra el servicio, calidad y marca. Estos aspectos deben ser considerados por el nuevo fabricante del bolso en tela tres en uno, puesto que son el orden de preferencia que tiene en cuenta el

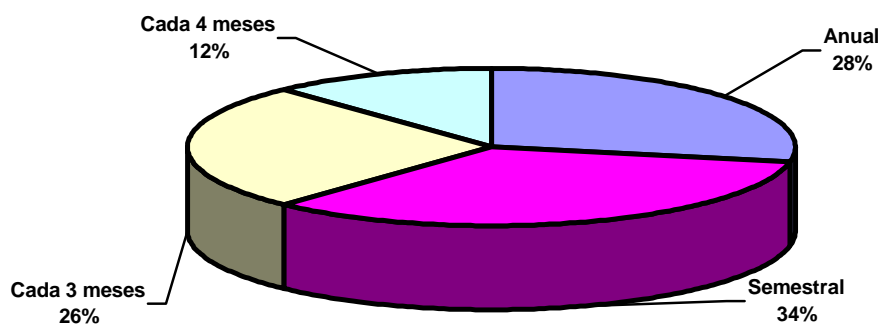
consumidor al momento de efectuar su compra, son los indicadores que marca el proceso de compra.

**Cuadro 14. Frecuencia de compra de un bolso en tela en el año**

Alternativas	Veces	Número de personas	Porcentaje(%)	Promedio de frecuencia
Una vez al año(anual)	1	41	28	$1 \times 41 = 41$
Dos veces al año (semestral)	2	49	34	$2 \times 49 = 98$
Cada tres meses	3	38	26	$4 \times 38 = 152$
Cada cuatro meses	4	16	12	$3 \times 16 = 48$
<b>TOTAL</b>		<b>144</b>	<b>100</b>	<b><math>339/144 = 2.35</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 21. Frecuencia de compra de un bolso en tela en el año**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

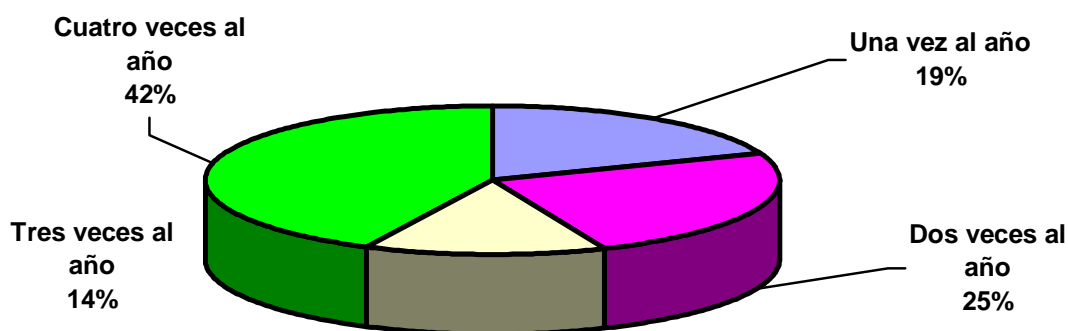
Se observa que los demandantes tienen una frecuencia de compra semestral, seguida por la tendencia anual. Esta afirmación deja entrever las veces que compran bolsos en el año, información que le avisa al nuevo fabricante del bolso en tela tres en uno, cada cuanto el consumidor acude al mercado a efectuar su compra, con el fin que el fabricante planee su producción.

**Cuadro 15. Cantidad de bolsos en tela que compra en el año**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)	Promedio de compra
Uno al año	41	28	1x41=41
Dos al año	49	34	2X49=98
Tres al año	38	26	3X38=114
Cuatro veces al año	16	12	4X16=64
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100</b>	<b>317/144=2,20= 2 Bolsos/año</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 22. Cantidad de bolsos en tela que compra en el año**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

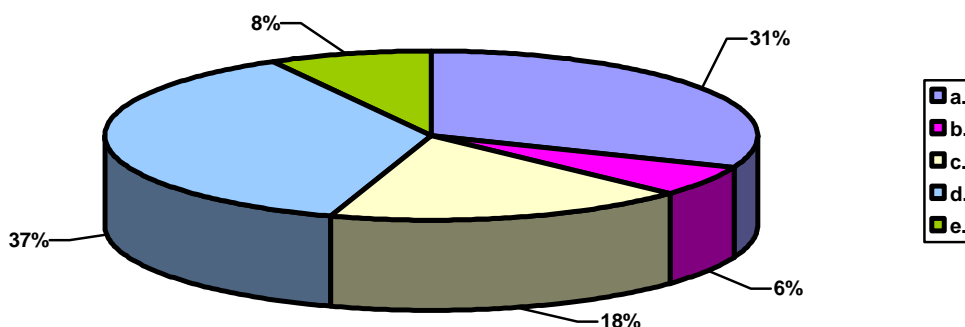
Se aprecia que existe una tendencia de compra concentrada entre uno a cuatro bolsos por año. Un 28% dijo adquirir un bolso en tela por año; un 34% dos bolsos por año, un 26% tres bolsos al año, y sólo un 12% cuatro bolsos al año. Cabe anotar que en promedio ponderado se adquieren dos bolsos en tela por año, que unido con el cuadro 16, sería un bolso por semestre. Esto se convierte en un indicador para el proyecto, puesto que le va indicando al nuevo fabricante la tendencia de compra en cuanto a volumen o unidad del producto, que le lleve a planificar su nivel de producción.

**Cuadro 16. Sitio de compra actual**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
a. En fábrica	70	31
b. En Tiendas de cadena	13	6
c. En almacenes en centros comerciales	40	18
d. En almacenes fuera de centros comerciales	85	37
e. En la calle	20	8
<b>TOTAL</b>	<b>228</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Cuadro 23. Sitio de compra actual**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

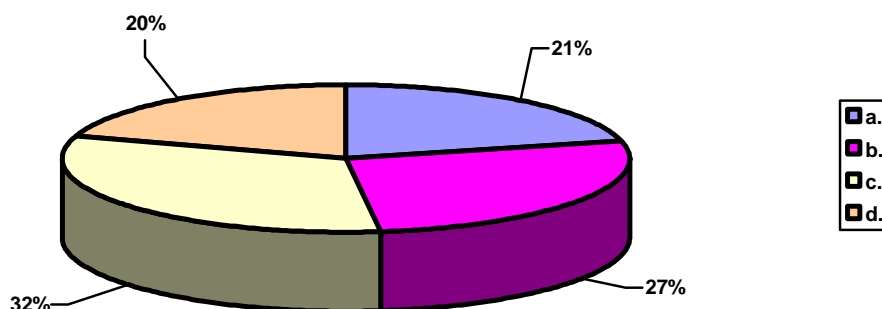
Los 144 encuestados que dijeron adquirir bolsos en tela, respondieron más de una opción, puesto que ellos han adquirido en varios puntos de venta. Es así un 37% de las respuestas indican que se presentó mayor tendencia en almacenes ubicados fuera de los centros comerciales; un 31% tienen preferencias por las fábricas; un 8% en las calles y solo un 6% en almacenes de cadena. Esta tendencia del consumidor deja entrever que la selección del sitio de compra va unida posiblemente al precio de compra o capacidad de compra del consumidor. Esto refleja al nuevo fabricante el canal de comercialización que debe elegir en el momento de concretar la forma de llevar el producto al consumidor final.

**Cuadro 17. Defectos o satisfacciones observados en el momento de efectuar su compra**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
a. Precios elevados	50	21
b. Mala calidad del producto	64	27
c. Existencias limitadas	78	32
d. Poca variedad de modelos	48	20
<b>TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 24. Defectos o satisfacciones observados en el momento de efectuar su compra**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

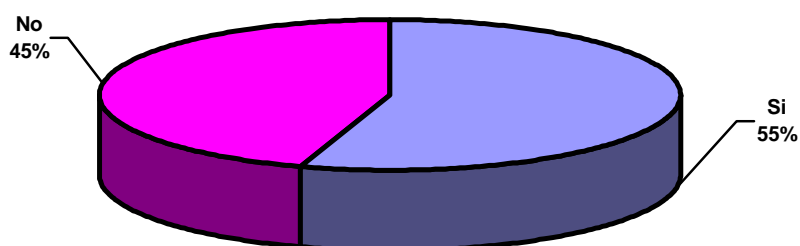
Los encuestados que afirman adquirir bolsos en tela, respondieron a varios defectos que han detectado en el momento de efectuar su compra. La de mayor concentración corresponde a la existencia limitada con un 32% en sus respuestas; seguida por la mala calidad del producto con un 27%; en tercer lugar precios elevados y un 20% de poca variedad del producto. Estas insatisfacciones deben ser analizadas por el nuevo fabricante del bolso en tela tres en uno, con el fin de no llegar a incurrir en estas condiciones que afectan el mercado.

**Cuadro 18. Disposición de compra del bolso en tela tres en uno**

<b>Alternativas</b>	<b>Número de personas</b>	<b>Porcentaje(%)</b>
Si	79	55
No	65	45
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 25. Disposición de compra del bolso en tela tres en uno**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

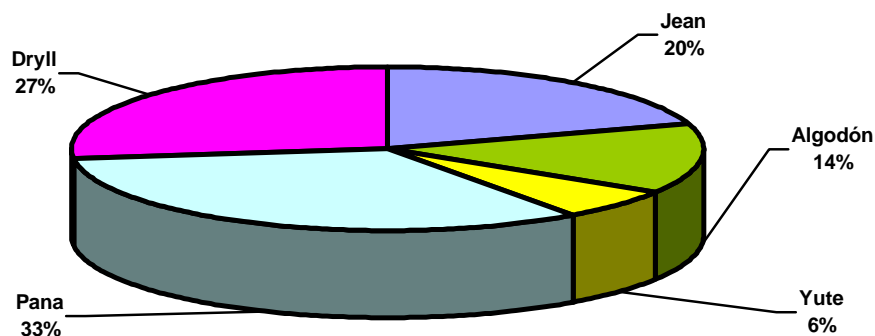
De las 144 personas que se encuestaron y que respondieron adquirir bolsos en tela, un 55% de ellas sí desean comprar el bolso en tela tres en uno, frente a un 45% de ellos que no aceptan. Condición que permite afirmar que existe un mercado potencial del producto que debe tenerse en cuenta en el momento de producir el bolso mencionado e incursionar al mercado.

**Cuadro 19. Tela deseada para que sea producido el bolso en tela tres en uno en uno**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Jean	16	20
Algodón	11	14
Yute	5	6
Pana	26	33
Dryll	21	27
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

**Figura 26. Tela deseada para sea producido el bolso en tela tres en uno**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

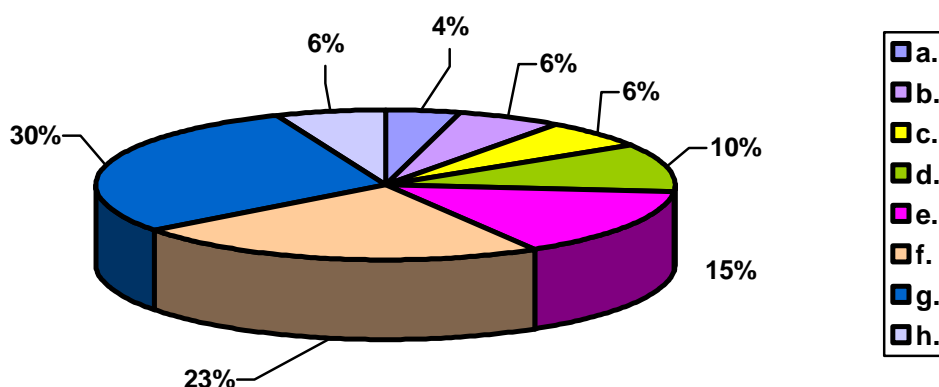
Las personas que desean adquirir el bolso en tela tres en uno, a un 33% de ellas les gustaría que fuera en pana, seguida por un 27% en dryll y un 20% en jean. La tendencia de tipo de tela le señala al nuevo productor en qué tipo de tela debe producir el bolso en tela tres en uno, con el fin de lograr una aceptación y compra en el mercado.

**Cuadro 20. Dinero dispuesto a pagar por el bolso en tela tres en uno**

Alternativas	Promedio	Número de personas	(%)	Promedio ponderado
a. \$10.000-25.000	17.500	3	4	$17.500 \times 3 = 52.500$
b. 25.001-35.000	30.000,5	5	6	$30.000,5 \times 5 = 150.002,5$
c. 35.001-45.000	40.000,5	5	6	$40.000,5 \times 5 = 200.002,5$
d. 45.001-55.000	50.000,5	8	10	$50.000,5 \times 8 = 400.004$
e. 55.001-65.000	60.000,5	12	15	$60.000,5 \times 12 = 720.006$
f. 65.001-75.000	70.000,5	18	23	$70.000,5 \times 18 = 1.260.009$
g. 75.001-85.000	80.000,5	23	29	$80.000,5 \times 23 = 1.840.011,5$
h. 85.000-95.000	90.000,5	5	6	$90.000,5 \times 5 = 450.002,5$
<b>TOTAL</b>		<b>79</b>	<b>100%</b>	<b><math>5.072.538/79=64.209</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 27. Dinero dispuesto a pagar por el bolso en tela tres en uno**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

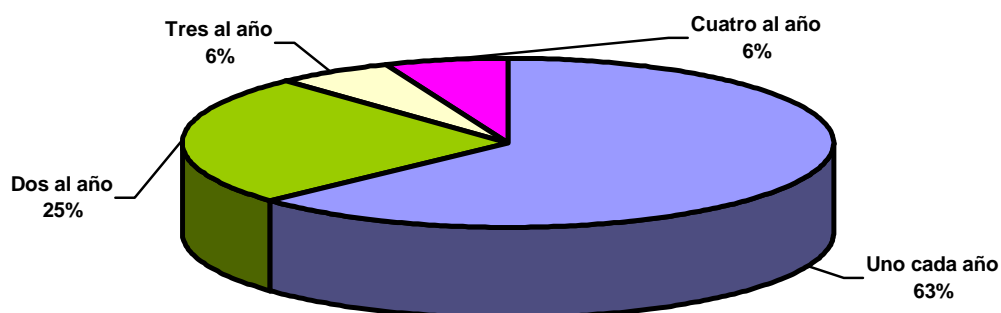
Con esta pregunta se confirma una vez más el deseo de compra de los consumidores potenciales del bolso en tela tres en uno, cuando respondieron anteriormente el dinero que han pagado por un bolso de tela que hayan comprado. El precio se concentra según las encuestas entre \$55.000 a \$85.000. Este indicador le da un parámetro al nuevo fabricante de cuál sería la capacidad de compra del consumidor en el mercado respecto de su producto.

**Cuadro 21. Cantidad de bolsos en tela tres en uno que estaría en capacidad de adquirir en el año**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)	Promedio de compra
Uno cada año	50	63	$1 \times 50 = 50$
Dos al año	20	25	$2 \times 20 = 40$
Tres al año	5	6	$5 \times 3 = 15$
Cuatro al año	4	6	$4 \times 4 = 16$
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b><math>121/79 = 1.5 = 1</math> bolso/año</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 28. Cantidad de bolsos en tela tres en uno que estaría en capacidad de adquirir en el año**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

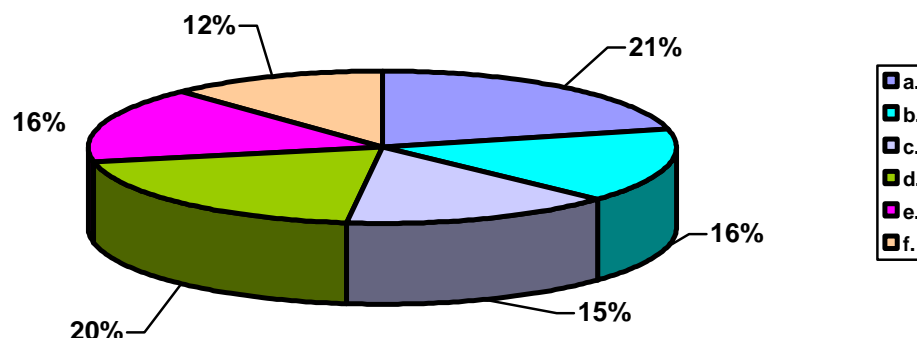
Se aprecia que las personas objeto de estudio, que desearían adquirir el bolso en tela tres en uno, tienen una tendencia de compra de un bolso al año, según lo afirma el 63% de ellas, si se tiene en cuenta que cuando se efectúa la compra de un bolso en referencia, se estarían adquiriendo tres bolsos a la vez. Un 25% adquiriría dos bolsos al año. En menor proporción 3 y 4 al año. En promedio se adquiriría un bolso al año.

**Cuadro 22. Aspectos que consideran debe tener el bolso en tela tres en uno**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
a. Buena calidad	79	21
b. Precio asequible	60	16
c. Variedad en el colorido	58	15
d. Diversidad de tamaño	75	20
e. Accesorios	60	16
f. Exclusividad	45	12
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 29. Aspectos que considera debe tener el bolso en tela tres en uno**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Los encuestados que están dispuestos a adquirir el bolso en tela tres en uno cuando éste salga al mercado, desean que el fabricante tenga en cuenta varios aspectos que hagan que el producto sea aceptado y asequible en el mercado. Las respuestas obtenidas dieron: la buena calidad del producto, con un 21% de concentración; la diversidad en el tamaño con un 20%; precio asequible y accesorios cada uno con un 16%; un 15% variedad y colorido y solo un 12% exige exclusividad. Esto le indica al nuevo fabricante que estos aspectos son considerados como fortalezas por los demandantes,

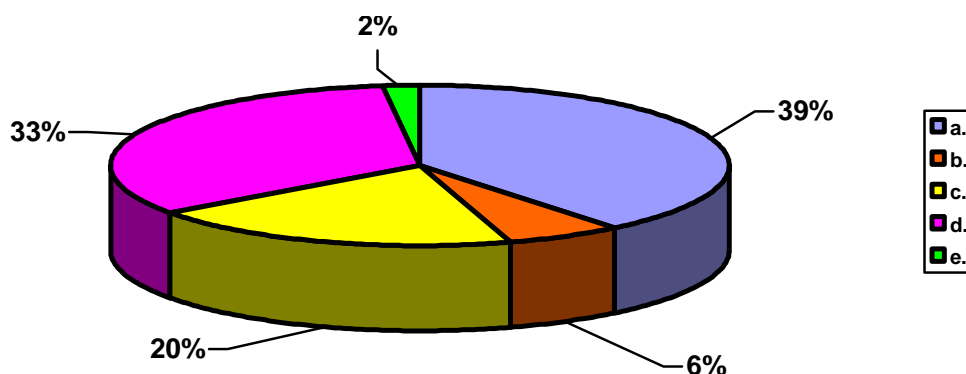
los cuales deben tenerse en cuenta, para incursionar en el mercado positivamente.

**Cuadro 23. Lugar en que desea comprarse el bolso en tela tres en uno**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
a. En fábrica	30	38
b. En tiendas de cadena	7	9
c. En almacenes en centros comerciales	15	19
d. En almacenes fuera de centros comerciales	25	32
e. En la calle	2	2
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 30. Lugar en que desea comprarse el bolso en tela tres en uno**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Se presenta una tendencia de los consumidores potenciales del bolso en tela tres en uno, de adquirir el producto en los puntos de fábrica, según lo refleja el 38% de ellos; seguido por la compra en almacenes ubicados fuera de centros comerciales con un 32%; en almacenes en centros comerciales 19% ; un 9% en almacenes de cadena y sólo un 2% en la calle. Esta tendencia de sitio de compra contribuye a que el nuevo fabricante conozca

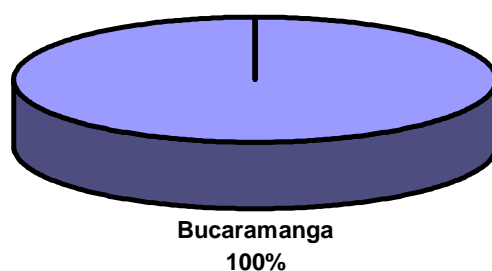
las opciones para el proceso de mercadeo que se le defina al producto, con el fin de llegar directamente al consumidor.

**Cuadro 24. Lugar donde desea se ubique la nueva empresa productora del bolso en tela tres en uno**

Alternativas	Número de personas	Porcentaje(%)
Bucaramanga	79	100
Floridablanca	--	--
Girón	--	--
Piedecuesta	--	--
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 31. Lugar donde desea se ubique la nueva empresa productora del bolso en tela tres en uno**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Los consumidores potenciales del producto en estudio, desean que la fábrica se encuentre ubicada en la ciudad de Bucaramanga, porque ellos residen en Bucaramanga, y se les facilita acercarse más al punto de venta. Además, en la ciudad de Bucaramanga se encuentra una mayor comercialización de bolsos. Se colocó como opción Floridablanca, Girón y Piedecuesta, a pesar de la tendencia de ubicación del proyecto en Bucaramanga, teniendo en cuenta que aquí a Bucaramanga proviene mucha población de dichos municipios a laborar y a efectuar sus compras personales.

**2.4.2 Estimación de la demanda actual.** Para calcular la demanda actual de bolsos, es necesario aclarar y anotar, que actualmente no puede existir una demanda actual del bolso en tela tres en uno, puesto que este producto aún no ha salido al mercado, puede existir una demanda potencial según tendencia de aceptación de este producto por parte de las mujeres encuestadas. Sí existe una demanda actual de bolsos en sus tres clases: cuero, tela y sintético. Por consiguiente en este caso en particular, solo se analiza el bolso en tela.

**Cuantificación demanda actual de bolsos en tela:** Para ello se tuvieron en cuenta los siguientes parámetros:

- Población base de estudio: N= 29.501 mujeres entre 18 y 30 años
- Muestra n = 379 mujeres
- Porcentaje de personas que compran bolsos: 95%: en términos muestrales = 360; y en términos poblacionales= 28.026
- El bolso de tela lo demanda el 40% de las personas encuestadas: en términos muestrales = 144; en términos poblacionales = 11.210
- Frecuencia de compra de un bolso en tela: Semestral
- Cantidad de bolsos que adquieren al año: 1

Por consiguiente la cuantificación de la demanda de mujeres entre los 18 y 30 años de edad, que adquieren bolsos en términos muestrales y de población sería:

**Cuadro 25. Cálculo de la demanda actual de bolsos en tela**

En términos de muestra				En términos de población		
	Nº	%	Promedio de frecuencia	Nº	%	Promedio de frecuencia
Uno al año	41	28	1x41=41	3.139	28	1x3.139=3.139
Dos al año	49	34	2X49=98	3.811	34	2x3.811=7.622
Tres al año	38	26	3X38=114	2.915	26	3x2.915=8.745
Cuatro al año	16	12	4X16=64	1.345	12	4x1.345=5.380
<b>TOTAL</b>	<b>144</b>	<b>100</b>	<b>317 Bolsos</b>	<b>11.210</b>	<b>100</b>	<b>24.886 Bolsos</b>

Fuente: Información procesada por la autora, según encuestas aplicadas. Bucaramanga, 2009

La demanda actual de bolsos en tela es igual a 24.886 bolsos por año. Lo que permite afirmar, que la población encuestada adquiere un total de dos bolsos por año, con frecuencia semestral, es decir, uno por semestre.

• **Cuantificación demanda potencial de bolsos en tela, tres en uno:**

Para ello se tuvo en cuenta los siguientes parámetros:

- Población base de estudio: N= 29.501 mujeres entre 18 y 30 años
- Muestra n = 379 mujeres
- Porcentaje de personas que compran bolsos: 95%: en términos muestrales = 360; y en términos poblacionales= 28.026
- El bolso de tela lo demanda el 40% de las personas encuestadas: en términos muestrales = 144; en términos poblacionales = 11.210
- Población que desearía adquirir el bolso en tela tres en uno: 55% = en términos muestrales = 79 ; en términos poblacionales = 6.166

Según lo anterior, la demanda potencial actual de bolsos en tela, tres en uno sería:

**Cuadro 26. Demanda potencial actual de bolsos en tela tres en uno**

En términos de muestra				En términos de población		
	Nº	%	Total demanda	Nº	%	Total demanda
Uno cada año	50	63	1x50=50	3.885	63	1x3.885=3.885
Dos al año	20	25	2x20=40	1.542	25	2x1.542=3.084
Tres al año	5	6	5x3=15	370	6	3x370=1.110
Cuatro al año	4	6	4x4=16	369	6	4x369=1.476
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100</b>	<b>121</b>	<b>6.166</b>	<b>100</b>	<b>9.555 bolsos</b>

Fuente: Información procesada por la autora, según encuestas aplicadas. Bucaramanga, 2009

Según lo anterior, la demanda actual potencial de personas que desean adquirir el bolso en tela tres en uno es igual a 9.555 unidades al año.

**2.4.3 Proyección de la demanda.** Al igual que en los cálculos anteriores, se proyecta la demanda para la población que utiliza bolso en tela, y para la población que desea adquirir el bolso en tela tres en uno.

• **Proyección de la demanda del bolso en tela.** Para proyectar la demanda de bolsos en tela, se efectúa teniendo en cuenta los siguientes parámetros:

- Porcentaje de crecimiento poblacional estimado por el DANE que es del 1,28% anual.
- Población de mujeres del año 2009, que se encuentran entre los 18 y 30 años de edad, de los estratos 3,4,5 y 6, que es de 29.501
- Se mantiene constante el supuesto del porcentaje de personas que compran bolsos: 95%
- Se mantiene constante el supuesto que el bolso de tela lo demanda el 40% de las personas encuestadas que compran bolsos.

Por tanto la proyección demandantes de bolsos en tela sería:

Años	Población de estudio	Demandantes de bolsos (95%)	Demandantes de bolsos en tela (40%)
2009	29.501	28.026	11.210
2010	29.879	28.385	11.354
2011	30.261	28.748	11.499
2012	30.648	29.116	11.646
2013	31.041	29.489	11.795
2014	31.438	29.866	11.946

Por tanto la demanda de bolsos sería:

### Cuadro 27. Proyección demanda de bolsos en tela

Frecuencia	%	Nº de unidades año	Año 2010		Año 2011		Año 2012		Año 2013		Año 2014	
			Demandantes	Unidades demandadas	Demandantes	Unidades demandadas	Demandantes	Unidades demandadas	Demandantes	Unidades demandadas	Demandantes	Unidades demandadas
Uno al año	0,28	1	3179	3.179	3.220	3.220	3.261	3.261	3.303	3.303	3.345	3.345
Dos al año	0,34	2	3860	7.721	3.910	7.819	3.960	7.919	4.010	8.021	4.062	8.123
Tres al año	0,26	3	2952	8.856	2.990	8.969	3.028	9.084	3.067	9.200	3.106	9.318
Cuatro al año	0,12	4	1363	5.454	1.379	5.516	1.397	5.586	1.415	5.662	1.433	5.730
<b>Total</b>	<b>100%</b>		11.354	<b>25.210</b>	11.499	<b>25.524</b>	11.646	<b>25.850</b>	11.795	<b>26.185</b>	11.946	<b>26.516</b>

Fuente: Información procesada por la autora, según encuestas aplicadas. Bucaramanga, 2009

- **Proyección de la demanda potencial del bolso en tela tres en uno.**

Para efectuar la proyección del nuevo producto que saldrá al mercado, se tienen en cuenta los siguientes parámetros:

- Porcentaje de crecimiento poblacional estimado por el DANE que es del 1,28% anual.
- Población de mujeres del año 2009, que se encuentran entre los 18 y 30 años de edad, de los estratos 3,4,5 y 6, que es de 29.501
- Se mantiene constante el supuesto del porcentaje de personas que compran bolsos: 95%; y que el bolso de tela lo demanda el 40% de las personas encuestadas que compran bolsos.
- Se mantiene constante el supuesto de la población que desearía adquirir el bolso en tela tres en uno: 55%

Según lo anterior, la demanda proyectada del bolsos en tela, tres en uno sería:

**Cuadro 28. Demandantes proyectados que desean adquirir el bolso en tela tres en uno**

Años	Población de estudio	Demandantes de bolsos (95%)	Demandantes de bolsos en tela (40%)	Demandantes que desean adquirir bolso en tela tres en uno (55%)
2009	29.501	28.026	11.210	6.166
2010	29.879	28.385	11.354	6.245
2011	30.261	28.748	11.499	6.325
2012	30.648	29.116	11.646	6.406
2013	31.041	29.489	11.795	6.488
2014	31.438	29.866	11.946	6.571

Fuente: Información procesada por la autora, según encuestas aplicadas. Bucaramanga, 2009

Tomando como base la población proyectada del Cuadro 28 y la frecuencia de compra y cantidad que desean adquirir las personas que quieren comprar el bolso en tela tres en uno se tiene: Véase Cuadro 29.

**Cuadro 29. Demanda proyectada del bolso en tela tres en uno**

Año 2010				Año 2011					
Alternativas	Nº	%	Total demanda	Nº	%	Total demanda			
Uno cada año	3.934	63	3.934	3.985	63	3.985			
Dos al año	1.561	25	3.123	1.581	25	3.163			
Tres al año	375	6	1.124	380	6	1.139			
Cuatro al año	375	6	1.499	380	6	1.518			
<b>TOTAL</b>	<b>6.245</b>	<b>100%</b>	<b>9.680</b>	<b>6.325</b>	<b>100%</b>	<b>9.804</b>			
Año 2012			Año 2013			Año 2014			
Alternativas	Nº	%	Total demanda	Nº	%	Total demanda	Nº	%	Total demanda
Uno cada año	4.036	63	4.036	4.087	63	4.087	4.140	63	4.140
Dos al año	1.602	25	3.203	1.622	25	3.244	1.643	25	3.286
Tres al año	384	6	1.153	389	6	1.168	394	6	1.183
Cuatro al año	384	6	1.537	389	6	1.557	394	6	1.577
<b>TOTAL</b>	<b>6.406</b>	<b>100%</b>	<b>9.929</b>	<b>6.488</b>	<b>100%</b>	<b>10.056</b>	<b>6.571</b>	<b>100%</b>	<b>10.185</b>

Fuente: Información procesada por la autora, según encuestas aplicadas. Bucaramanga, 2009

Por consiguiente resumiendo la demanda proyectada de bolso en tela tres en uno se tiene:

### **Cuadro 30. Resumen proyección demanda del bolso en tela tres en uno**

<b>Años</b>	<b>Demanda de bolsos en tela tres en uno</b>
2010	9.680
2011	9.804
2012	9.929
2013	10.056
2014	10.185

Fuente: Información procesada por la autora, según encuestas aplicadas. Bucaramanga, 2009

## **2.5 OFERTA**

### **2.5.1 Necesidad de Informacion**

- Conocer los competidores que existen en el mercado, en cuanto a marca, presentación y precio.
- Identificar el material que más utilizan para la producción de los bolsos en tela
- Conocer el tamaño del bolso en tela que más se produce, según exigencias del mercado
- Conocer los colores que más demandan los consumidores e intermediarios
- Identificar qué tipo de adornos son las más utilizados en la decoración de los bolsos en tela
- Conocer los precios existentes en el mercado para el bolso en tela, tanto para el consumidor directo como para el intermediario.
- Definir el tipo de bolso que más se comercializa
- Conocer el porcentaje de utilidad que se genera en la actividad económica
- Cuantificar el nivel de producción o de oferta de bolsos en tela en el mercado local
- Conocer por medio de qué canal comercializan sus productos
- Conocer qué medios publicitarios utilizan para llegar a sus clientes

- Definir las estrategias de mercadeo para llegar al consumidor final o al intermediario.

### 2.5.2 Ficha técnica

Tipo de investigación	Exploratoria y Descriptiva <i>Exploratorio</i> , conocer la situación actual de los fabricantes-comerciante de bolsos en tela en la ciudad de Bucaramanga, para identificar la competencia con sus fortalezas y debilidades. <i>Descriptivo</i> , presentar los hechos como se presentan en el mercado competitivo.
Método de investigación	Analítico y Deductivo. Analítico, se debe determinar los resultados y analizarlos, si es a favor o en contra del proyecto. Deductivo, deducir a partir de la respuesta la aceptación del producto.
Fuentes de información	Primarias y secundarias.
Técnicas de recolección de información	Encuesta
Instrumento	Cuestionarios (Véase Anexo C)
Modo de aplicación	Directa
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Fabricantes de bolsos en tela que ascienden a un total de 13, según la Cámara de Comercio de Bucaramanga: La tienda de los bolsos, El punto del bolso, El templo del bolso, Bolos Eslam, Bolsos y Calzados Archi, Bolsos Daniela, Manufacturas Darío Sport, Manufacturas Panchas, María José, Ormusdiseños, S y C & Co, Venus Sport Bags, Bolsos de Colombia. (No se incluye Totto, porque la fábrica no se encuentra en la ciudad).
Proceso de muestreo	Censo
Marco muestral	Censo
Alcance	Bucaramanga
Tiempo de aplicación	Periodo de tiempo de aplicación del instrumento: 1 semana

Fuente: Autora del Proyecto

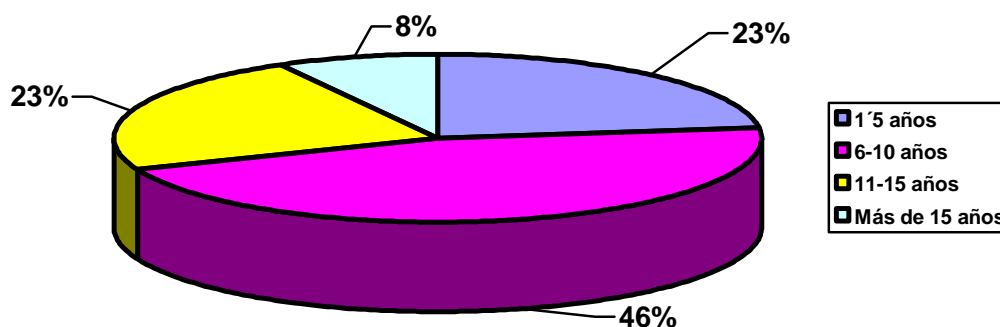
### 2.5.3 Tabulación y presentación de resultados de la oferta

**Cuadro 31. Tiempo dedicado a la actividad económica**

Tiempo (Años)	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje (%)	Promedio ponderado
1-5	3	3	23	$3 \times 3 = 9$
6-10	8	6	46	$8 \times 6 = 48$
11-15	13	3	23	$13 \times 3 = 39$
15 -20	17,5	1	8	$17.5 \times 1 = 17.5$
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b><math>113,5/13 = 8.7</math> años</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 32. Tiempo dedicado a la actividad económica**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Los fabricantes que elaboran bolsos en tela, un 23% llevan en el mercado de 1-5 años; un 46% entre 6-10 años; otro 23% entre 11-15 años y sólo un 8% más de 15 años. En promedio ponderado el tiempo que llevan en la actividad es de 8,7 años. Este tiempo deja entrever la experiencia que tienen los fabricantes de bolsos en tela existentes en la ciudad, además permite afirmar que el bolso en tela ha tenido gran aceptación en el mercado, dado el tiempo de existencia de su actividad. Situación que debe tener en cuenta el nuevo productor del bolso en tela tres en uno, al detenerse a pensar que el

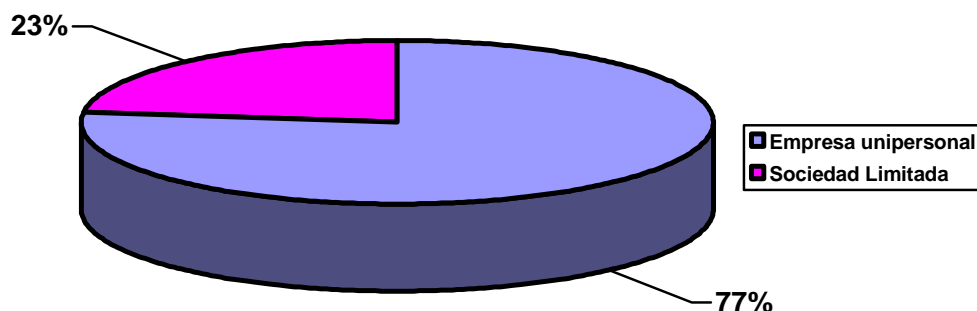
competidor existente en el mercado, conoce bien el área de mercadeo de su producto.

**Cuadro 32. Forma de constitución de la empresa**

Forma de constitución	Número de fabricantes	Porcentaje (%)
Empresa unipersonal	10	77
Sociedad limitada	3	23
Sociedad anónima	--	--
Otra	--	--
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 33. Forma de constitución de la empresa**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

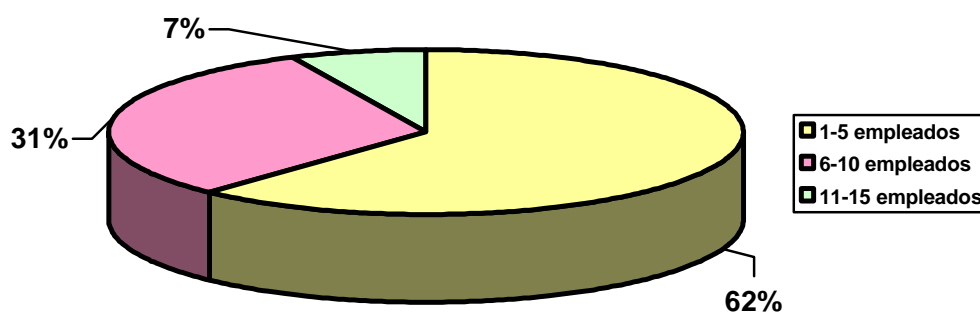
Los fabricantes de bolsos en tela existentes en la ciudad, están constituidos bajo la modalidad de empresas unipersonales, según lo afirma el 77% de los encuestados, frente a un 23% que se constituyen bajo sociedad limitada, donde existe más de un dueño. Esto refleja al nuevo productor, que los fabricantes de bolso de tela existentes en la ciudad, ejercen su actividad como personas independientes, donde ellos son los dueños y los que se encargan de manejar su negocio.

**Cuadro 33. Número de personas que laboran en la empresa en el área de producción**

Número de empleados	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje (%)	Promedio Ponderado
1-5	3	8	62	$3 \times 8 = 24$
6-10	8	4	31	$8 \times 4 = 32$
11-15	13	1	7	$13 \times 1 = 13$
15-20	17,5	--	--	--
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b><math>69/13=5</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 34. Número de personas que laboran en la empresa**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

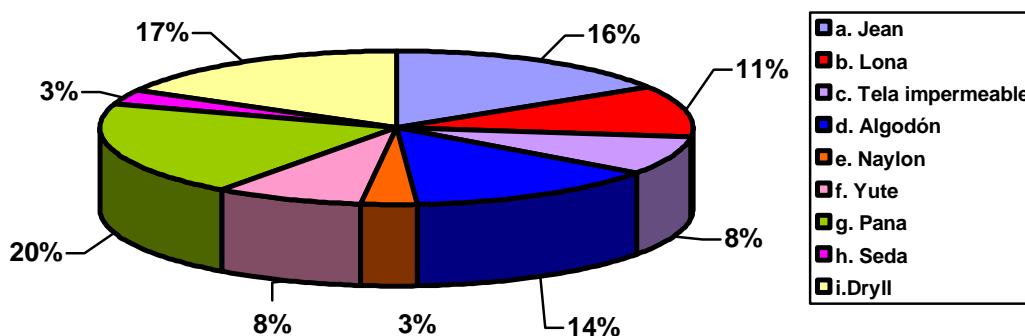
El 62% de las empresas encuestadas, emplean entre 1 a 5 empleados en su área operativa; un 31% entre 6 a 10 empleados y un 7% más de 10 empleados. En promedio ponderado contratan 5 personas por empresa, en su área de producción. Este indicador le señala al nuevo fabricante el número de personas que debe tener en cuenta en el momento de contratar el personal para el área productiva, con el propósito de asignar funciones, y evitar tiempo ocioso, que generaría pérdida a la empresa.

**Cuadro 34. Material en que elabora sus productos**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
a. Jean	10	16
b. Lona	7	11
c. Tela impermeable	5	8
d. Algodón	9	14
e. Naylon	2	3
f. Yute	5	8
g. Pana	13	20
h. Seda	2	3
i. Dryll	11	17
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

**Figura 35. Material en que elaboran sus productos**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009.

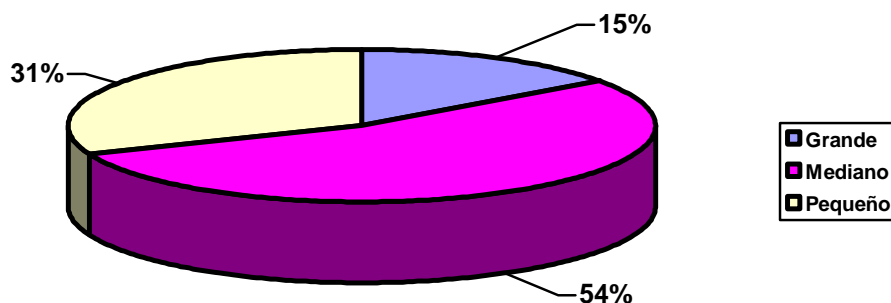
Los 13 fabricantes dieron más de una opción de material, por consiguiente se obtuvieron 64 respuestas. Según información dada por los fabricantes, el material que más utilizan es la pana, seguido por la tela dryll y el jean. Esta afirmación coincide con la respondida por los demandantes, que son los que imponen la moda para que el fabricante elabore y lleve al mercado. Esto permite afirmar que existe relación directa demanda-oferta en el mercado, por consiguiente se puede afirmar que el productor fabrica lo que demanda el mercado.

**Cuadro 35. Tamaño de bolso en tela más producido**

Alternativas	Número de fabricantes	Porcentaje(%)
Grande	2	15
Mediano	7	54
Pequeño	4	31
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 36. Tamaño de bolso en tela más producido**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

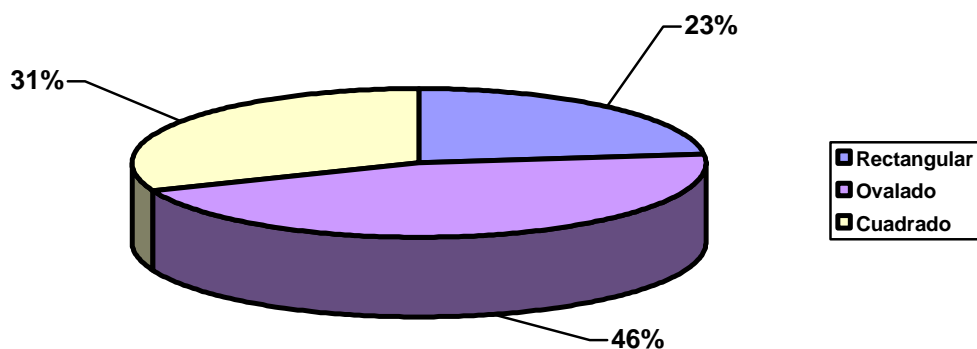
Según los fabricantes encuestados, un 54% de ellos producen más el bolso de tamaño mediano, seguido con un 31% el bolso pequeño y un 15% el bolso grande. Esto le señala al nuevo productor los gustos y tendencias del consumidor que llevan al fabricante a responder a sus solicitudes en el mercado.

**Cuadro 36. Estilo de bolso en tela más producido**

Alternativas	Número de fabricantes	Porcentaje(%)
Rectangular	3	23
Ovalado	6	46
Cuadrado	4	31
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 37. Estilo de bolso en tela más producido**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

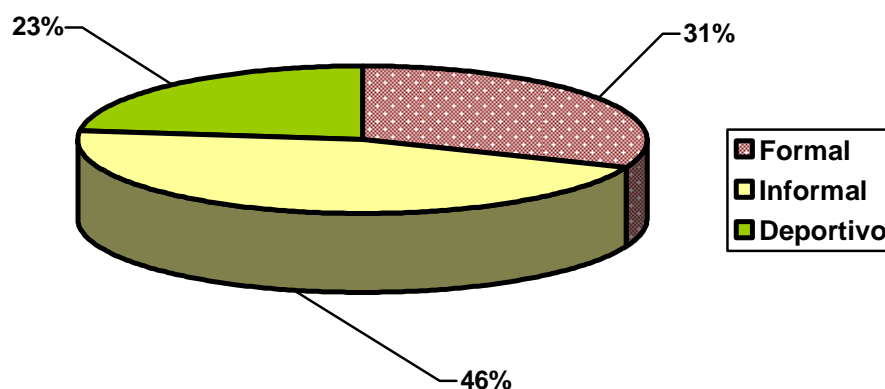
El bolso en tela que más fabrica el productor es el bolso ovalado, según el 46% de ellos, seguido por el bolso cuadrado que lo produce el 31% y un 23% produce el bolso rectangular. Esto deja también entrever los gustos y preferencias de los consumidores.

**Cuadro 37. Tipo de bolso en tela más producido**

Alternativas	Número de fabricantes	Porcentaje(%)
Formal	4	31
Informal	6	46
Deportivo	3	23
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 38. Tipo de bolso en tela más producido**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

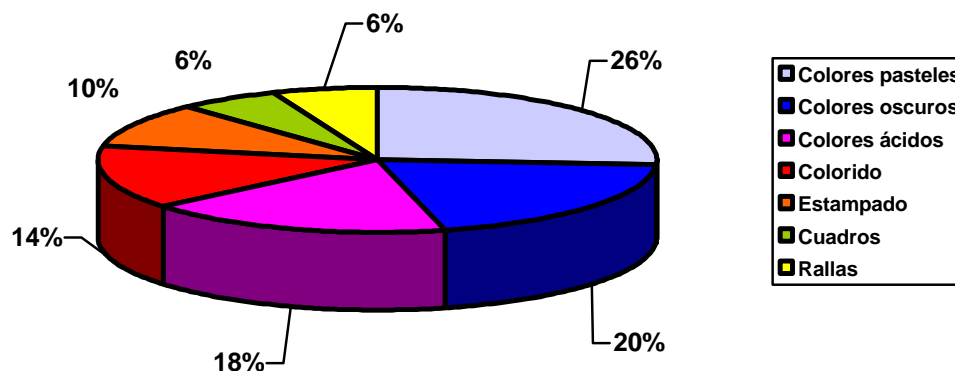
El tipo de bolso que más producen los fabricantes de bolso en tela es el bolso tipo informal, según el 46% de los fabricantes encuestados, seguido por un 31% que produce bolsos informales y un 23% el bolso deportivo. A su vez se confirma con esta pregunta las tendencias de los consumidores mencionada anteriormente.

**Cuadro 38. Color más utilizado en la producción de bolsos en tela**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
Colores pasteles (un solo tono)	13	26
Colores oscuros (un solo tono)	10	20
Colores ácidos (un solo tono)	9	18
Coloridos (varios colores)	7	14
Estampado (flores)	5	10
Cuadros	3	6
Rallas	3	6
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 39. Color más utilizado en la producción de bolsos en tela**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

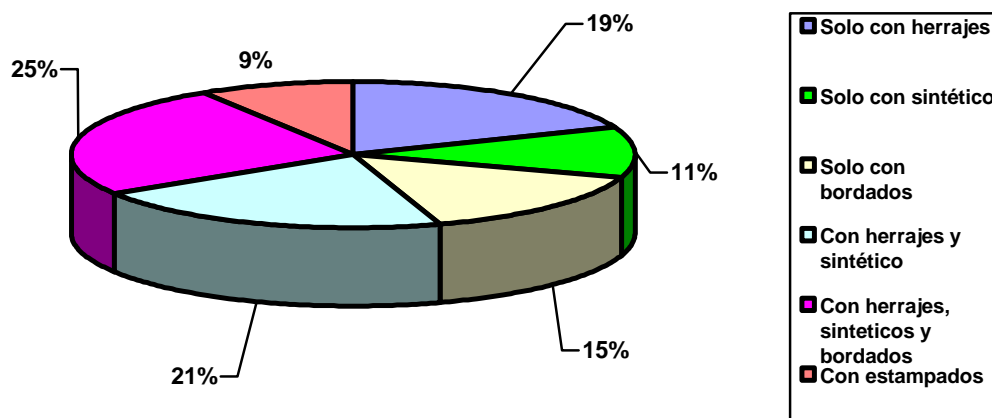
Los 13 fabricantes encuestados respondieron más de una opción, debido a que ellos no producen de un solo color, sino con variedad de colores, figuras y fondos. Es así como un 25% hacen uso de colores pasteles; un 10% colores oscuros; 18% colores ácidos; un 14% colorido; un 10% estampado; un 6% cuadros y otro 6% rallas. Esto deja entrever que los productores responden a los gustos de los consumidores, llevando al mercado diversidad de colores y estampados. Aspectos que deben ser tenidos en cuenta por el nuevo productor del bolso en tela tres en uno.

**Cuadro 39. Tipo de decoración exigida por los demandantes**

Alternativas	Número de respuestas	Porcentaje(%)
Solo con herrajes	10	19
Solo con sintético	6	11
Solo con bordados	8	15
Con herrajes y sintéticos	11	21
Con herrajes, sintéticos y bordados	13	25
Con estampados	5	9
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 40. Tipo de decoración exigida por los demandantes**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Los fabricantes encuestados dieron 48 respuestas, donde se encuentra que la población consumidora demanda los bolsos adornados con herrajes, sintéticos y bordados, según lo afirma el 25% de ellos. Seguido por un 21% con herrajes y sintético; un 19% solo con herrajes: un 15% con bordados, solo un 11% con adornos en sintético y un 9% con estampados. Esto son indicadores que adornan el bolso en tela y le dan más salida en el mercado.

**Cuadro 40. Principales proveedores de sus materias primas**

<b>Alternativas</b>	<b>Número de respuestas</b>	<b>Porcentaje(%)</b>
Mil Herrajes	13	9
Adornos y Herrajes	13	9
Centro Herrajes	9	7
Expo herrajes	7	5
Randas y sintéticos	6	4
Cacharrería Adornos La Gaviota	10	7
Cacharrería Mil Adornos	11	8
Fabricato	13	9
La fayyete	13	9
Almacén Kilómetros	9	7
Bodega decorativa	8	6
Comertex S.A.	13	9
Mercantil del Norte	13	9
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

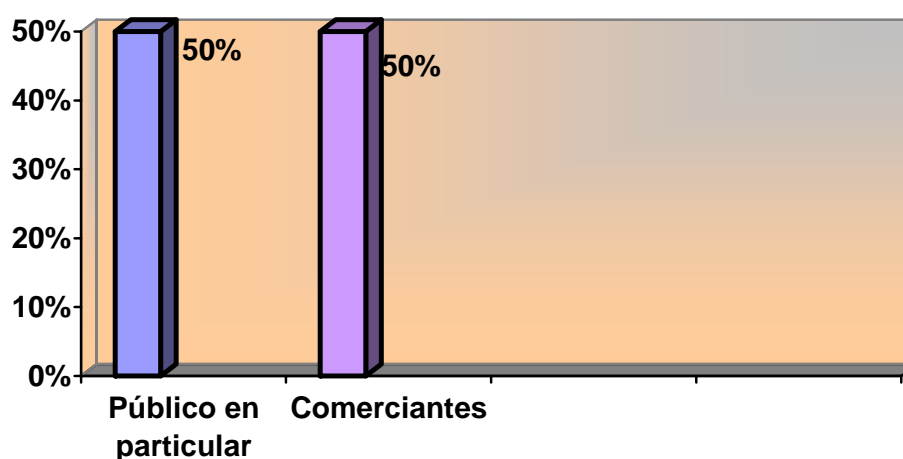
Los fabricantes acuden a diferentes proveedores de insumos o de materias primas, según las exigencias de producción de los bolsos en tela. Los insumos que más demandan son: tela, herrajes, adornos(flores), accesorios (cierres), entre otros. Acuden a varios proveedores siendo los más conocidos que tienen el carácter de mayoristas y minoristas según volumen de compra de los mismos, ellos son: Mil Herrajes, Adornos y Herrajes, Fabricato, Lafayyete, Comertex S.A. y Mercantil del Norte. Estas empresas les garantizan a los fabricantes el suministro de los insumos en forma constante y oportuna, lo que les genera una continuidad en su proceso de producción. Aquí adquieren precios favorables que les beneficia en el momento de calcular el precio de venta de los productos.

**Cuadro 41. Principales clientes**

Alternativas	Número de fabricantes	Porcentaje(%)
Público en particular	13	50
Comerciantes (intermediarios)	13	50
TOTAL	26	100

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 41. Principales clientes**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

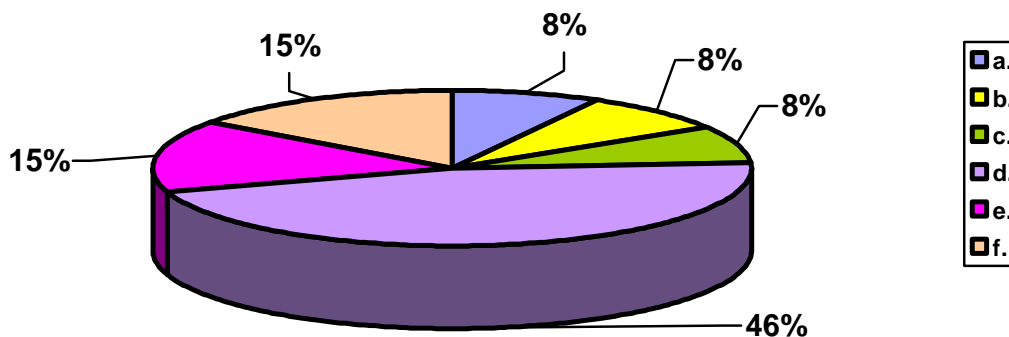
Los 13 fabricantes de bolsos en tela encuestados, tienen como clientes tanto el público en particular como los comerciantes. Esto deja entrever indirectamente el canal de comercialización que eligen para que el producto llegue directamente al consumidor final. Aspecto que debe ser analizado por el nuevo fabricante, con el fin de no generar competencia en cuanto a precio y comercialización del producto.

**Cuadro 42. Precio de venta al público**

Alternativas	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje (%)	Promedio ponderado
a. 35.001-45.000	40.000,5	1	8	$40.000,5 \times 1 = 40.000,5$
b. 45.001-55.000	50.000,5	1	8	$50.000,5 \times 1 = 50.000,5$
c. 55.001-65.000	60.000,5	1	8	$60.000,5 \times 1 = 60.000,5$
d. 65.001-75.000	420.003	6	46	$420.003 \times 6 = 420.003$
e. 75.001-85.000	80.000,5	2	15	$80.000,5 \times 2 = 160.001$
f. 85.001-95.000	90.000,5	2	15	$90.000,5 \times 2 = 180.001$
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b><math>910.006,5 / 13 = 70.000,5</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 42. Precio promedio de venta al público**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

El precio de venta del producto al público está sujeto a varias condiciones del mercado y de producción del mismo producto. La mayor concentración de precios se encontró entre \$65.001 a \$95.000. Es así, como el precio varía según el canal de comercialización que se utilice. El producto adquirido en fábrica su precio es diferente a si se adquiere en un punto de venta que no sea propiedad del fabricante, puesto que el intermediario lo puede haber

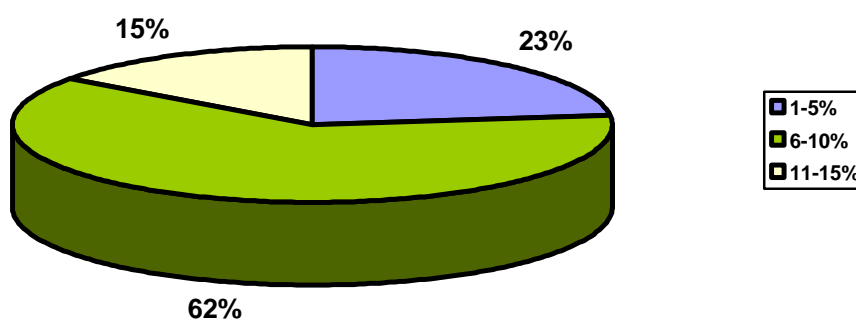
comprado a nivel local a un fabricante o haberlo traído de fabricantes o intermediarios ubicados fuera de la localidad. A su vez, el tamaño, estilo y decoración hace que el precio se modifique. No puede afirmarse que el precio de \$70.000,5 estimado en esta pregunta sea confiable, este varía como se mencionó anteriormente, dependiendo del conjunto de aspectos que conforman el modelo del bolso (estilo, tamaño, decoración y tipo), es así como cada fabricante varía su precio según su modelo de producción.

**Cuadro 43. Porcentaje de descuento concedido al intermediario por volumen de compra**

Alternativas	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje(%)	Promedio ponderado
1-5%	3	3	23	3x3=9
6-10%	8	8	62	8x8=64
10-15%	12,5	2	15	12,5x2=25
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b>98/13=7,5%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 43. Porcentaje de descuento concedido al intermediario por volumen de compra**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

El porcentaje concedido por el fabricante al intermediario para que este comercialice su bolso, en promedio es de un 7,5% el cual es fluctuante dependiendo de las condiciones de negociación y del volumen de

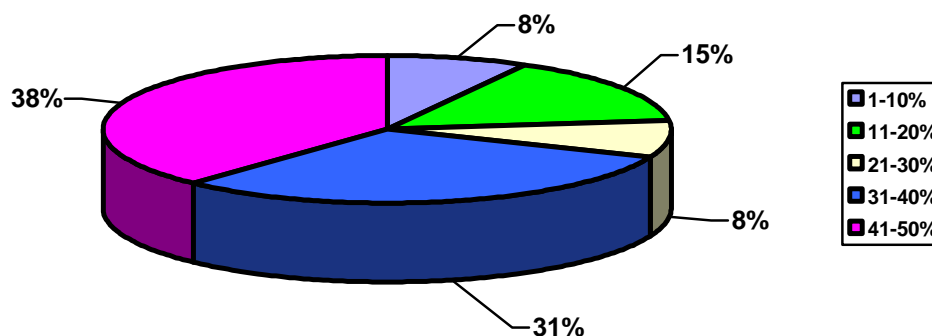
comercialización. Se busca que el producto llegue al consumidor final a igual precio, es por ello que se debe buscar una política de acuerdo de comercialización entre el productor y el intermediario, con el propósito de que éste último trabaje con un precio de venta sugerido por el fabricante, con el propósito de no entorpecer el proceso de comercialización y de evitar que tanto el fabricante como el intermediario y por ende el consumidor se vean afectados con el precio de venta del producto.

**Cuadro 44. Margen de utilidad bruta de la actividad económica**

Alternativas	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje(%)	Promedio ponderado
1-10%	5,5	1	8	$1 \times 5,5 = 5,5$
11-20%	15,5	2	15	$15,5 \times 2 = 31$
21-30%	25,5	1	8	$25,5 \times 1 = 25,5$
31-40%	35,5	4	31	$35,5 \times 4 = 142$
41-50%	45,5	5	38	$45,5 \times 5 = 227,5$
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b><math>431,5/13=33\%</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 44. Margen de la utilidad bruta**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

El margen de utilidad bruta de referencia de los fabricantes es fluctuante, es así como el mayor porcentaje se encuentra entre un 41 a 50%, según lo manifiesta el 38% de ellos, seguido por un 31% que manifiesta que su

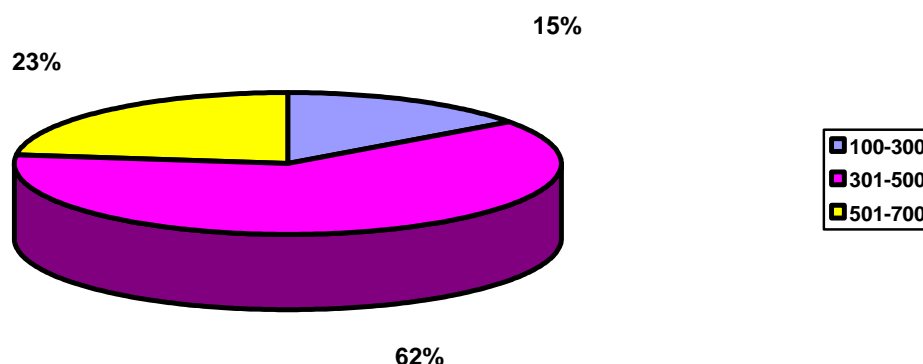
margen fluctúa entre un 31 a 40%.; en menor proporción entre un 1-20%. En promedio ponderado este porcentaje es del 33%; este porcentaje no se puede considerar exacta para todo el desempeño de la actividad económica de los fabricantes de bolsos en tela, puesto que en cualquier momento puede variar dado el tipo de bolso a producir y el volumen de comercialización del mismo.

**Cuadro 45. Nivel de producción mensual de bolsos**

Alternativas	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje(%)	Promedio ponderado/mes
100-300	200	2	15	$200 \times 2 = 400$
301-500	400,5	8	62	$400,5 \times 8 = 3.204$
501-700	600,5	3	23	$600,5 \times 3 = 1.801,5$
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b><math>5.461,5 / 13 = 416</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 45. Nivel de producción mensual de bolsos**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Se aprecia entre los fabricantes encuestados que su nivel de producción es variables, es así como un 15% produce entre 100-300 bolsos en tela mensuales; otro 23% entre 501 a 700; otro 62% entre 301-500; En promedio

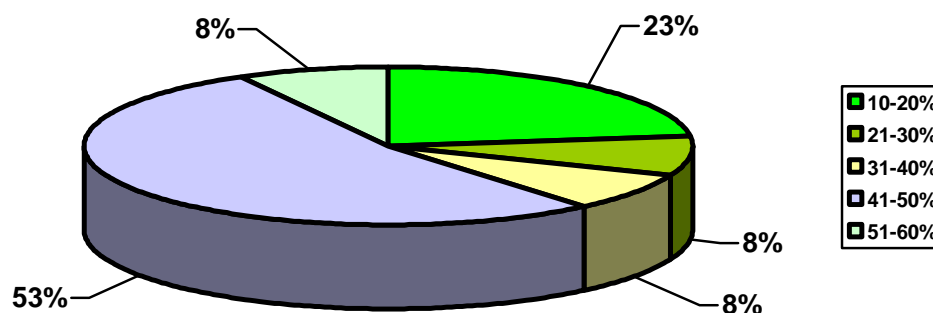
ponderado, la producción de bolsos por mes es de 416 bolsos. Esto señala la cantidad de producto que se lleva al mercado local.

**Cuadro 46. Porcentaje de producción que se comercializa localmente**

Alternativas	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje(%)	Promedio ponderado
10-20%	15	1	8	15x1=15
21-30%	25.5	1	8	25.5x1=25.5
31-40%	35.5	2	15	35.5x2=71
41-50%	45.5	7	54	45.5x7=318.5
51-60%	55.5	2	15	55.5x2=111
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b>541.5/13=41.65%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 46. Porcentaje de producción que se comercializa localmente**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Según información recibida de los fabricantes, se comercializa una parte de la producción de bolsos aquí en Bucaramanga, ellos consideran que existe un mercado más seguro fuera del área de Bucaramanga, por ello, realizan contacto con mercados donde su producto tendrá más acogida y menos competencia. Es así como un 8% comercializa a nivel local entre 10-20%; otro 8% entre 21-30%; un 15% entre 31-40%; un 54% entre 41-50% y un

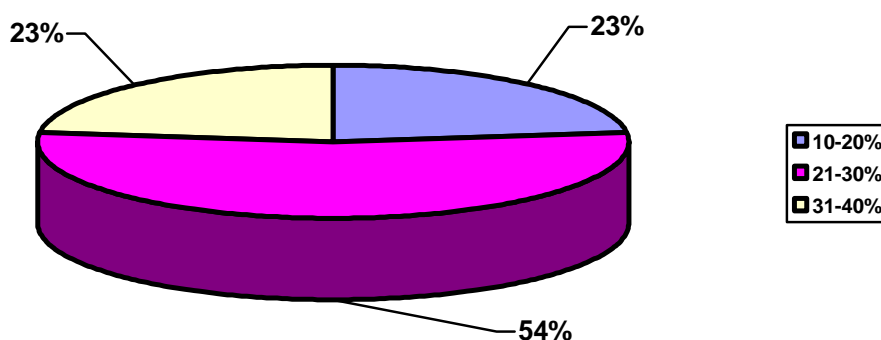
15% entre 51-60%. En promedio ponderado comercializan localmente un 41,65% de su producción. Esto señala que parte del mercado local está cubierta por producción de bolsos que provienen de otras regiones del país, y que se comercializa a través de personas dedicadas al comercio al por mayor y al detal de los mismos.

**Cuadro 47. Incremento anual en su nivel de producción**

Alternativas	Promedio	Número de fabricantes	Porcentaje(%)	Promedio ponderado
10-20%	15	3	23	$15 \times 3 = 45$
21-30%	25.5	7	54	$25.5 \times 7 = 178.5$
31-40%	35.5	3	23	$35.5 \times 3 = 106.5$
<b>TOTAL</b>		<b>13</b>	<b>100%</b>	<b><math>330/13 = 25,38\%</math></b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 47. Incremento anual en su nivel de producción**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

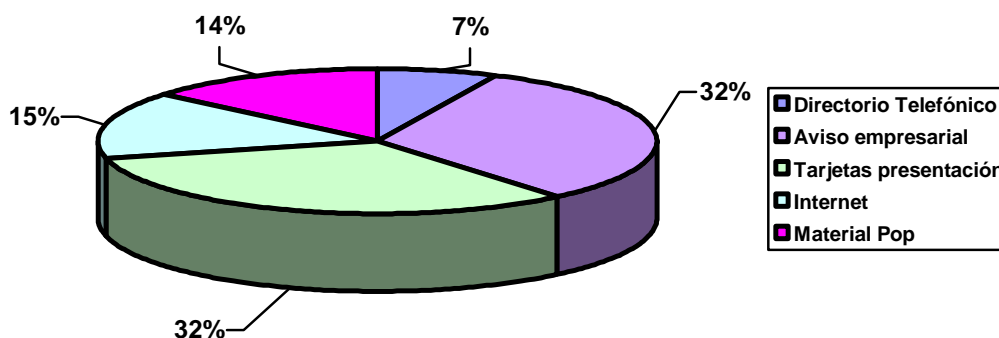
El 23% de los fabricantes de bolsos incrementan su nivel de producción entre un 10-20% anual; otro 23% entre 31-40% y un 54% entre 21-30%. En promedio ponderado el incremento anual es de un 25,38% . Esto refleja políticas de producción definidas que los llevan a planificar su nivel de producción, según demandas del mercado.

**Cuadro 48. Medios publicitarios para dar a conocer la empresa**

Medios	Número de respuestas	Porcentaje(%)
Directorio Telefónico	3	7
Aviso empresarial	13	32
Tarjetas presentación	13	32
Internet	6	15
Material Pop	6	14
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

**Figura 48. Medios publicitarios para dar a conocer la empresa**



Fuente: Información obtenida a través de la aplicación de encuestas. Bucaramanga, 2009

Se observa que los 13 fabricantes encuestados, dieron 41 respuestas, donde consideran que el medio publicitario que utilizan el 100% de ellos es el aviso publicitario y las tarjetas de presentación; seguido por la publicidad de algunos de ellos en las páginas amarillas que figuran en el internet, con un 15%; un 14% utiliza material pop, es decir, publicidad en su establecimiento de comercialización. Sólo un 7% utiliza el directorio telefónico local. Esta elección de medios publicitarios deja entrever la capacidad económica que posee cada fabricante para dar a conocer su empresa. Le señala al nuevo fabricante la opción de elegir el medio que considere más efectivo para su actividad de dar a conocer la empresa y sus productos.

**2.5.4 Cuantificación del nivel de oferta.** Para cuantificar el nivel de oferta local de bolsos en tela, es necesario tener en cuenta los siguientes parámetros:

- Número de fabricantes censados: 13
- Volumen de producción promedio ponderado mensual (Cuadro 45): 443 bolsos/mes
- Porcentaje de producción que comercializa localmente:41,65%

Según lo anterior, el nivel de oferta sería:

**Cuadro 49. Nivel de oferta local mensual y anual**

Aspectos	Nº de fabricantes	Promedio de Producción Ponderada Por mes	Total de Producción (bolsos en tela)	Producción comercializada localmente (41.65%)	Producción que se comercializa fuera
Fabricantes Por mes	13	416	13x416= 5.408	2.252	3.156
Por año	13	416x12= 4.992	5.408x12= 64.896	27.029	37.867

Fuente:Cálculos efectuados por la autora, teniendo en cuenta información obtenida en las encuestas. Bucaramanga, 2009.

Por lo anterior, el nivel de producción actual de bolsos en tela de los 13 fabricantes censados es:

Mensual : 5.408 bolsos /mes  
 Anual : 64.896 bolsos /mes

De este nivel de producción, el 41,65% se comercializa en Bucaramanga y el restante 58.35% sale de la ciudad con destino a Barranquilla, Medellín, Neiva, Ibagué, entre otras ciudades.

**2.5.5 Proyección de la oferta de bolsos en tela.** Teniendo en cuenta la información obtenida en el estudio , se efectúa la proyección de la oferta de bolsos en tela, así:

- Número de fabricantes censados: 13, se mantiene constante
- Volumen de producción promedio ponderado mensual (Cuadro 45): 416 bolsos/mes
- Porcentaje de producción que comercializa localmente:41,65%
- Incremento anual en el nivel de producción: 25,38%

Por tanto, se tiene:

**Cuadro 50. Proyección de la oferta de bolsos en tela**

Años	Proyección oferta		
	Total oferta	Oferta local (41,65%)	Oferta que sale del mercado
2009	64.896	27.029	37.867
2010	81.367	33.889	47.478
2011	102.017	42.490	59.527
2012	127.909	53.274	74.635
2013	160.373	66.795	93.578
2014	201.076	83.748	117.328

Fuente: Información procesada por la autora, según

**2.5.6 Análisis de la situación actual de la competencia.** Para hablar de la oferta del bolso en tela a nivel local una vez realizado el censo y la aplicación del Instrumento primario para obtener la información de los actuales fabricantes de bolsos en tela, se tiene :

A nivel de Bucaramanga están registrados en la Cámara de Comercio de Bucaramanga, cumpliendo con los reglamentos de tipo legal como fabricantes un total de 19 empresas, dedicadas a la fabricación de bolsos bajo dos modalidades: bolsos sintéticos y bolso en tela.

Dentro del total de 19 empresas, se encontró una relación de 13 de ellas que se dedican a producir bolsos en tela, que fueron a los que se les aplicó el censo, ellos son:

- \* La tienda de los bolsos : Calle 19 N° 21-32
- \* El punto del bolso : Diagonal 15C N° 56P-11, L 4-15  
San Andresito La Isla
- \* El templo del bolso : Calle 19 N° 21-55, Local 101
- \* Bolsos Eslam : Calle 19 N° 22-07
- \* Bolsos y Calzados Archi : Carrera 22 N° 28-40
- \* Bolsos Daniela : Carrera 22 N° 20-64
- \* Manufacturas Darío Sport : Carrera 3 W N° 53-21 Balconcitos
- \* Manufacturas Panchas : Calle 31 N° 2-02 Pio II B. Santander
- \* María José : Calle 21 N° 25-15
- \* Ormusdiseños : Calle 68 N° 6-36 B. Bucaramanga
- \* S y C & Co : Carrera 18 N° 34-49
- \* Venus Sport Bags : Calle 68 N° 8-35
- \* Bolsos de Colombia : Carrera 22 N° 19-76

Según el estudio de mercados de conocimiento de la oferta, se encontró que los fabricantes actuales más fuertes son: S y C & Co, Chelsy y Totto, pero cabe anotar, que Totto no tiene su fábrica a nivel de Bucaramanga, sólo cuenta con puntos de venta, mientras que los dos primeros fabricante, tiene tanto fábricas, como almacenes de venta al público. La población objetivo encuestada, tiende a comprar en los puntos de fábrica, si se tiene en cuenta según encuestas, que al momento de efectuar sus compras, han detectado insatisfacciones como son: limitaciones en las existencias, mala calidad del producto y precios elevados; según ellos en las fábricas o puntos de venta de estas, los productos son más económicos, existe mejor atención al cliente y se encuentra variedad de producción.

En cuanto a los fabricantes, se tiene que S y C & Co, tiene fábrica de bolsos en tela y sintéticos, vende directamente al consumidor a través de los puntos de venta ubicados en sitios estratégicos de la ciudad, entre ellos se encuentra: Centro: Carrera 18 N° 34-49, San Francisco: Carrera 22 con 21, Centro Comercial Cañaveral, Centro Comercial La Florida y Cabecera del Llano: Carrera 35 con calle 51; producen bolsos en tela y sintético.

Bolsos Chelsy, fabrica bolsos en tela y sintético, se encuentra ubicado en la carrera 22 N° 20-58, barrio San Francisco, allí mismo tiene su punto de comercialización.

Bolsos Totto, no tienen fábrica en la ciudad, pero sí tienen punto de venta. Entre ellos se encuentra: Cabecera: Carrera 33 con calle 51; Centro: Calle 36 con carrera 19 , Centro Comercial V Etapa Cabecera, Centro Comercial Cañaveral, entre otros.

Esta actividad la desarrollan los productores o fabricantes bajo la clasificación CIIU como:

D: Actividad Manufacturera

D193: No existe nombre de la actividad

D193100: Artículos de viajes, bolsos de manos y artículos similares

Cabe anotar, que estos fabricantes son a su vez comerciantes, a través de un punto de venta en sus instalaciones de la fábrica.

Esta actividad contiene los siguientes indicadores económicos: Véase Cuadro 51.

**Cuadro 51. Principales variables económicas fabricantes del sector de artículos de viaje, bolsos de manos y artículos similares**

<b>Variables</b>	<b>Valor</b>
Empresas	19
Establecimientos	19
Empleados	42
Activos	346.603.260
Ventas Netas	308.699.800
Patrimonio	343.978.260
Utilidad	29.520.000

Fuente: CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Informe Económico 2008. Bucaramanga: Available from Internet: <URL:[http://www.camaradirecta.com/indicadores económicos](http://www.camaradirecta.com/indicadores-economicos)>

• **Fortalezas y Amenazas :**

**Fortalezas de los actuales fabricantes de bolsos en tela existentes en el mercado:**

- Ejercicio de la actividad legalmente, llevando un promedio de existencia en el mercado de 8,7 años.
- Mercado amplio, incluye varios segmentos del mismo
- Instalaciones ubicadas cerca al mercado objetivo
- Algunos fabricantes tienen control de calidad en su producción
- En algunas fábricas el personal es calificado y conoce su labor
- Excelente decoración en los bolsos, acorde a necesidades del mercado
- Variedad de tamaño, colores y estilos
- Precio asequible al público
- La competencia tiene publicidad limitada

**Debilidades para los fabricantes actuales de bolsos en tela:**

- Presencia del contrabando y de producción de otras regiones del país
- Competencia desleal entre los fabricantes.

- Variedades de precios, estilos y tamaños de productos de otros mercados
- Competencia descontrolada en precios
- Algunos no tienen su actividad constituida legal y organizacionalmente como empresa.
- El mercado no lo tienen segmentado, diversidad de productos para diferentes edades.
- Limitación de recursos económicos que les permita contar con un capital de trabajo seguro.
- Poca publicidad por medios impresos y radiales.

## **2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA**

Para efectuar un análisis entre demanda y oferta, es necesario comparar numéricamente la información obtenida. Así:

Si se compara el nivel de demanda y oferta actual de bolso en tela existente a nivel local para las mujeres entre 18 a 30 años, se aprecia una oferta superior a la demanda, si se tiene en cuenta que la oferta del producto no se limitó al igual que la demanda, es decir, la demanda se obtuvo de un mercado objetivo de población entre 18 a 30 años, mientras que la oferta proporcionada por los fabricantes fue global, ya que información sobre producción que ellos suministraron, es un dato que reúne toda la producción que realizan, sin clasificación por edad. Véase Cuadro 52.

Pero si se analiza el nivel de demanda del bolso en tela tres en uno frente al nivel de producción local del bolso en tela tres en uno, se puede afirmar que en el mercado no existe el producto que se quiere llevar al mercado, que es el bolso en tela tres en uno. En este caso se presenta una demanda insatisfecha, puesto que en el estudio de mercado se encontró una demanda

potencial del nuevo producto, que desea adquirirlo, por consiguiente, se presenta una demanda potencial insatisfecha. Véase Cuadro 53.

**Cuadro 52. Demanda y oferta del bolso en tela**

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta local de bolso en tela</b>
2009	24.886	27.029
2010	25.210	33.889
2011	25.524	42.490
2012	25.850	53.274
2013	26.185	66.795
2014	26.516	83.748

Fuente: Cálculo de la autora

**Cuadro 53. Demanda y oferta del bolso en tela tres en uno**

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta local de bolso en tela</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2009	9.555	0	9.555
2010	9.680	0	9.680
2011	9.804	0	9.804
2012	9.929	0	9.929
2013	10.056	0	10.056
2014	10.185	0	10.185

Fuente: Cálculo de la autora

La anterior información permite afirmar que el nuevo productor del bolso en tela tres en uno, desde este punto de vista del mercado, tiene aceptación del producto, según lo revela el estudio sobre todo de la demanda, ya que se generó una demanda insatisfecha del 55% de encuestados, que espera conocer el producto para adquirirlo, entrando a competir en un mercado que tiene un producto fuerte como es el bolso en tela, el cual está posicionado en el mercado, dado el tiempo de existencia de la actividad económica desarrollada por los fabricantes.

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

**2.7.1 Estructura de los canales actuales.** Actualmente los canales de comercialización que utilizan los fabricantes de bolso en tela en el mercado local son:

- Fabricante ---- Consumidor final : Canal Directo
- Fabricante ---- Intermediario mayorista --- Intermediario minorista-consumidor final : Canal Indirecto
- Fabricante ---- Intermediario minorista --- Consumidor final: Canal Indirecto
- Fabricante ---- agente intermediario ---- intermediario mayorista ---- intermediario minorista --- consumidor final : Canal Indirecto

**2.7.2 Ventajas y desventajas de los actuales canales.** En cuanto a las ventajas y desventajas que tienen los canales actuales se tiene:

- Cuando el canal es directo, como mayor ventaja se tiene, que el productor recibe una mayor ganancia y el producto llega al consumidor en una forma más económica. Además, existe una persona responsable directa de la calidad del producto en cuanto a insumos y fabricación. Como desventaja se encuentra que el productor tiene un nivel de producción de venta fija, ya que tiene una parte de su producción comprometida con los intermediarios; posiblemente no se encuentre diversidad de modelos, estilos y colores.
- Cuando el producto pasa del productor al detallista y luego al consumidor final, el consumidor encontrará diversos productos para escoger a su gusto, porque este detallista a su vez tiene productos de varios fabricantes. Además, el producto está más al alcance del consumidor y tiene oportunidad de escoger. Como desventaja tiene el incremento en el precio de venta.

- Cuando el producto pasa del productor al mayorista, luego al minorista y finalmente al consumidor, habrá variedad de escoger y por lo tanto diversidad de precios. El producto cuenta con seguridad en cuanto a su calidad y el cliente podrá confiar. Como desventaja, el producto llega más costoso, porque ha hecho tránsito por dos canales de intermediación.

- Cuando el producto pasa del productor al agente intermediario, de este al mayorista, luego al minorista y finalmente al consumidor final, el producto tiene mayores garantías en cuanto a calidad. Como desventaja, se considera que es el canal más costoso, puesto que pasa por muchos intermediarios para llegar al consumidor final.

**2.7.3 Selección del canal de comercialización.** Los canales de comercialización escogidos son:

Fabricante ----- Consumidor final : Canal Directo

Véase Figura 49.

**Figura 49. Canal de comercialización**



## **2.8 PRECIO**

**2.8.1 Análisis de precios.** El precio obtenido en el mercado por parte de los consumidores, según encuesta aplicada, se concentra con un mayor porcentaje entre \$65.001 a \$85.000, con un promedio ponderado de \$58.403, que corresponde al precio que actualmente están pagando por comprar bolso en tela, con mayor preferencia de tamaño mediano, pequeño y grande; y con estilo ovalado, cuadrado y rectangular (Véase Cuadros 11,12 y 14).

Respecto del precio que pagarían los demandantes potenciales por el bolso en tela tres en uno se concentra con un 29% con un precio entre \$75.001 a 85.000, teniendo en cuenta que se compra un bolso, pero se adquieren capelladas para armar otros dos bolsos, es decir, se compran tres bolsos por el precio de uno. Un 23% adquiriría el bolso entre \$65.001 a \$75.000. Con un precio promedio ponderado de \$65.000.(Véase Cuadro 22).

En este aparte no se menciona el precio del bolso en tela tres en uno, cuyo cálculo se realizará en el capítulo financiero, debido a que aún en esta etapa no se han cuantificado cantidad de materia prima a consumir, el precio de la misma y su margen de utilidad.

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** La estrategia para fijar el precio al producto, se hace teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Costos directos que se incurren en la compra de materia prima e insumos, empaque, Mano de obra directa y los costos indirectos del mismo (servicios, seguros, etc).
- Gastos administrativos y de ventas.

- Precios de la competencia .
  
- Sobre el cálculo del costo unitario, se establecerá un margen de utilidad o rentabilidad, para obtener finalmente un precio que sea competitivo, frente a los demás productos competidores.

Cabe anotar, que se fijará un precio sugerido de venta al público, que se le suministrará a los intermediarios o almacenes, con el propósito de trabajar con un precio estándar y competitivo para todos los comercializadores en el mercado, buscando que el producto llegue a un mismo precio al consumidor, sin diferenciar canal de comercialización.

## **2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

**2.9.1 Objetivos.** La publicidad tiene como objetivos los siguientes:

- Dar a conocer el producto presentando las ventajas de su uso y elegancia que ofrece a la mujer.
- Cultivar la demanda selectiva, anunciando el nuevo producto.
- Aumentar las ventas.
- Evitar la reducción de la demanda del mismo.
- Aumentar las utilidades de la empresa.
- Persuadir al consumidor para que actué favorablemente frente a la idea.
- Crear lealtad hacia la marca.

### **2.9.2 Logotipo**

Figura 50. Logo de la empresa



Fuente: Diseño de la autora

La publicidad de la empresa está diseñada con colores atractivos y a la moda como lo es el color morado y fucsia; son colores modernos, para gente joven. El nombre de la empresa será Bolsos P & T Collections S.A.S. Está reflejado a través de la imagen de la modelo, que está dirigido para gente joven e informal. Además en la parte inferior derecha se observa una modelo exponiendo diversos modelos de bolso en tela. Se aprecian variedad de diseños, estilos y colores, para la gente moderna, elegante e informal.

### 2.9.3 Lema

***“LA INNOVACIÓN EN BOLSOS EN TELA TRES EN UNO....  
MULTIUSOS, A SU ESTILO Y ECONOMIA”***

Esta frase hace destacar las características principales del nuevo producto; la palabra **Innovación** porque es una nueva tendencia a la moda, agradable para las mujeres de los 15 a 30 años, ya que se trata de un Bolso muy atractivo; la palabra **Multiusos** porque este Bolso puede ser utilizado en tres posibles combinaciones al vestir un traje, ya que se trata de un Bolso tres en uno, con partes intercambiables; la palabra **Estilo** porque se va a fabricar gran variedad de Bolsos de manera que los clientes pueda escoger a su gusto y la palabra **Economía** porque está diseñado en diferentes materiales para su fácil escogencia y adquisición al consumidor.

**2.9.4 Análisis de medios.** Se quiere dar a conocer la empresa y por tal consiguiente su principal producto: bolso en tela tres en uno, por medios masivos que suelen clasificar en función del canal o canales que emplean para crear y difundir sus contenidos. Los cuales son:

**Medios gráficos:** prensa diaria, revistas y dominicales

**Medios auditivos:** radio.

**Medios audiovisuales:** televisión.

**Medio exterior:** vallas

**Medio on line:** internet.

Por otra parte, cada medio y cada soporte masivos ofrecería una serie de alternativas de espacio/ tiempo a las que se llama formas publicitarias. El criterio fundamental que las diferencia es el de dimensión/ duración. Éstas son las principales:

**Prensa y revistas:** anuncio, encarte, solapa, troquelado, corpóreo, muestras, anuncio por palabras, comunicado...

**Radio:** cuña, espacio patrocinado y microprograma.

**Televisión:** spot, publirreportaje, patrocinio televisivo, sobreimpresión.

**Exterior:** vallas, marquesinas, medios de transporte, mobiliario urbano, cabinas...

**Internet:** *banner, e-mail, web site, intersticial, ciberspot, ventana emergente...*

Las formas publicitarias representan maneras concretas de expresar el mensaje creativo. En este sentido la creatividad debe adaptarse no sólo a las condiciones de espacio/ tiempo contratadas, sino a las características que ofrece cada forma.

**2.9.5 Selección de medios.** Los medios seleccionados son:

**La prensa:** dado que es un medio básico masivo de comunicación, se publicará en un diario de buena circulación de la ciudad, como es Nuestro Diario, con una periodicidad de una semana y media, un mes antes de iniciar actividades.

**Folleto:** el folleto a realizar permitirá plasmar informativamente las características de este producto, se destacará su diseño, material, adornos y usos, al igual que el lugar de ubicación de la empresa que lo fabrica.

**2.9.6 Estrategias publicitarias.** Se presentarán las siguientes estrategias competitivas:

- **Estrategias comparativas.** Tratan de mostrar las ventajas de la marca frente a la competencia. Esto se puede realizar en el portafolio del producto, donde se describan las características de uso del bolso, el material de diseño, usos y estilos de fabricación.

- **Estrategias financieras.** Se basan en una política de presencia en la mente de los destinatarios. Se trabajará este aspecto en cuanto al precio del producto vs. los beneficios que se reciben con el nuevo producto, frente al producto de la competencia.
- **Estrategias de posicionamiento.** El objetivo es dar a la marca un lugar en la mente del consumidor, frente a las posiciones de la competencia, a través de asociarle una serie de valores o significaciones positivas o si es posible, apoyándonos en una razón del producto o de la empresa, que tenga valor e importancia para los consumidores.
- **Estrategias de empuje** (push strategy) para motivar los puntos de venta, los distribuidores y la fuerza de ventas de la empresa, a empujar más efectivamente los productos o líneas de productos hacia el consumidor. Se trata de forzar la venta. Se efectuarán promociones por la venta del producto, estableciendo porcentaje de descuento a través del otorgamiento de un bono.
- **Estrategias de tracción** para estimular al consumidor final a que tire de los productos, a través de una mejor aceptación de la marca, el concepto y el producto. Incitarle a la compra, dándole la demostración del producto en los puntos de venta, en cuanto a la armada y organización del bolso tres en uno.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.** Como se puede ver, la decisión respecto a cuánto debe invertir la empresa en publicidad y promoción masivas no puede ser tomada de forma caprichosa o con base únicamente en criterios contables o financieros (como sucede tan a menudo). La comunicación de marketing (publicidad, promoción de ventas, merchandising, marketing directo, etcétera) es una herramienta que utilizan

las empresas para sostener y consolidar sus participaciones de mercado. No es un lujo ni es algo que se puede hacer o no hacer según soplen los vientos financieros de la empresa. La inversión debe ser concebida siempre desde un punto de vista estratégico. Y no debe decidirse al respecto sin antes haber, por lo menos, dado respuesta, al si el producto es aceptado o no por el consumidor. La inversión en comunicación de marketing debe tener siempre objetivos estratégicos precisos; en caso contrario, se convierte en un salto en el vacío.

**2.9.7.1 De lanzamiento.** El lanzamiento de la publicidad se realizará con un mes de anticipación, se organizará un cóctel, el cual contará con invitados del sector de bolsos y almacenes de cadena, quienes serán los encargados de realizar la comercialización del producto.

Durante este tiempo se dará a conocer el producto por folletos informativos que serán repartidos en los principales almacenes que comercialicen el producto, o en el punto de venta de la fábrica al consumidor final.

Adicional al acompañamiento que realizan los diferentes puntos de comercialización en temporadas se darán descuentos y se harán promociones, aprovechando fechas importantes del año como: día de la madre, día de amor y amistad, navidad, día de la secretaría, entre otras.

Se diseñará una página web, en la cual se presenta la empresa y se efectúa una descripción del producto. Se establecerá una entrada para registro y almacenamiento de datos de los visitantes, buscando establecer una relación directa con ellos( Se considera como un gasto de lanzamiento).

Se le instalará un aviso luminoso al establecimiento o fábrica, con el objeto de identificar su ubicación. Véase Cuadro 61. Publicidad de lanzamiento

#### Cuadro 54. Publicidad de lanzamiento

Cantidad	Concepto	Valor Unitario	Valor total
1	Cóctel de inauguración	1'500.000	1'500.000
1	Aviso luminoso empresarial	500.000	500.000
1	Página web	700.000	700.000
1000	Folletos informativos sobre la empresa, el producto y sus beneficios .	450	450.000
5	Avisos en el periódico V.Liberal, en página impar, en blanco y negro, en ¼ de página de 15 cmx3cms	261.000	1.305.000
<b>TOTAL</b>			<b>4.455.000</b>

Fuente: Autora del proyecto

**2.9.7.2 De operación.** Durante este tiempo que es el resto de la vida de la empresa, se llevarán a cabo campañas de sostenimiento, con folletos informativos, se establecerá un aviso en las paginas amarillas y señalización de la empresa con el fin de identificarla (aviso publicitario, que se considera con un gasto de lanzamiento). La publicación en las páginas amarillas, entrará a formar parte de los gastos de venta.

Se contará con un vendedor de tiempo completo encargado de vender y promocionar el producto en las fechas negociadas con el punto de venta. El salario pagado y la comisión se incluye en los gastos de venta de la empresa.

Participación en las ferias y exposiciones organizadas por Cenfer siendo el lugar de reunión de los diferentes mercados de la región, así mismo se acompañarán los simposios, seminarios y diferentes actividades que se realicen en la ciudad acordes con el tema.

Diseñar material POP para acompañar la promoción del producto en los puntos de ventas. (Se considera como gastos de ventas).

Diseñar un programa de incentivo para fidelizar al cliente, concediendo descuentos por la compra de dos bolsos: “Pague uno, lleve dos”.

Buscar nuevos nichos de mercado aprovechando la codificación que se tenga en el mercado local y penetrar en nuevas ciudades iniciando con departamentos vecinos como Norte de Santander, Boyacá, Antioquia, Cesar.

**Cuadro 55 . Publicidad de operación (anual)**

<b>Cantidad</b>	<b>Concepto</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
500	Material POP	900	450.000
1	Aviso páginas amarillas del directorio telefónico	950.000	950.000
2	Actividades programadas	500.000	1.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>2.400.000</b>

Fuente: Autora del proyecto

**2.10 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO**

Las conclusiones a las cuales se llegó en el estudio de mercado fueron las siguientes:

**Por el lado de la demanda:**

De las personas encuestadas, un 95% han usado o han adquirido en el mercado bolsos; un 42% el bolso sintético, 40% en tela y sólo un 18% el bolso en cuero.

Las personas que han adquirido bolso en tela, prefieren en materiales tales como: pana, dryll y jean. Han comprado de marcas tales como: S y C & Co, Chelsy, Totto, Daniela e Islam, entre otros; en colores pasteles, oscuros, ácidos y coloridos.

Prefieren los bolsos decorados, ya que son más atractivos y pueden combinarse con variedad de vestuario. Los prefieren con herrajes, sintéticos y bordados. Tienen tendencia en orden de importancia de adquirir el bolso mediano, pequeño y grande. Con estilo ovalado, cuadrado y rectangular. Prefiriendo el bolso informal. Han pagado un precio que oscila con mayor frecuencia entre \$65.001-85.000

Cuando adquieren los bolsos en tela, tienen en cuenta aspectos tales como color, decoración, precio, servicio y calidad, en el momento de efectuar su compra. Esta compra tienen una tendencia de frecuencia de realizarse en forma semestral, adquiriendo dos bolsos por año, es decir, uno por semestre. Lo adquieren en lugar como la fábrica o en almacenes ubicado fuera de los centros comerciales, por el precio de compra.

Han encontrado defectos e insatisfacciones en sus compras, porque consideran que las existencias en dichos puntos de venta son limitadas, los productos no son de óptima calidad, sus precios son elevados y poca variedad del producto.

Las personas encuestadas un 55% de ellas desean adquirir el nuevo bolso en tela tres en uno, que sea elaborado en tres tipos de tela: pana, jean o algodón. Que su precio de venta oscile entre \$75.001-85.000.

Además, se obtuvo que un 20% desea el bolso estilo rectangular(tamaño grande), un 45% el bolso estilo ovalado(tamaño mediano) y un 35% bolso

estilo cuadrado (tamaño pequeño). A su vez, un 33% desea que sea producido en pana y un 27% en dryll.

Consideren que el nuevo fabricante debe estar ubicado en Bucaramanga, debe llevar al mercado un producto de buena calidad, con diversidad de tamaños, precio asequible al consumidor, con accesorios y variedad de colores. Desean adquirirlo bien sea en fábrica o en almacenes ubicados fuera de centros comerciales.

#### **Por el lado de la oferta:**

Se efectuó un censo a un total de 13 fabricantes de bolsos en tela ubicados en la ciudad de Bucaramanga. Llevan en la actividad un promedio de 8,7 años desempeñando su actividad económica, bajo la modalidad de personas unipersonales. Tienen un promedio de 5 empleados en su parte de producción, variando según su nivel de producción.

Los productos que elaboran van en función de las exigencias del mercado, los consumidores demandan el material de pana, jean y algodón, por considerarlos más durables y resistentes. Producen los bolsos en tamaño mediano, pequeño y grande, con estilos ovalado, cuadrado y rectangular. Por lo general dado el tipo de material de sus bolsos y diseños, son bolsos de tipo informal, con decorados y en diversidad de colores.

Los principales proveedores de sus insumos son entre varios: Mil Herrajes, Adornos y Herrajes, Fabricato, La fayette, Comertex, Mercantil del Norte, Cacharrería y Adornos La Gaviota, ubicados todos en la ciudad de Bucaramanga.

Los principales clientes de sus productos son el público. Un 41,50% de su producción se comercializa aquí en Bucaramanga, el restante 58,50% se comercializa fuera del área de influencia del mercado de Bucaramanga, como es: Barranquilla, Bogotá, Cali, Medellín, Barrancabermeja, entre otros. El porcentaje de descuento que ofrece a sus compradores por volumen de venta es de un 7,5%.

El margen bruto de ganancia con el cual trabajan los fabricantes, oscila entre un 41-50%, con un promedio ponderado de un 33%. Su nivel de producción mensual promedio ponderado es de 416 bolsos por mes. Incrementan anualmente su producción en un 25,38% anual.

Los medios publicitarios que utilizan son escasos, acuden a avisos empresariales, a tarjetas de presentación, en menor escala Internet y material pop.

Efectuando una comparación entre demanda y oferta en el mercado en términos cuantitativos, se puede decir que, en cuanto a cuantificación de demanda y producción de bolsos en tela no existe demanda insatisfecha, si se tiene en cuenta que la demanda se segmentó para una población entre 18-30 años, frente a una oferta que está globalizada, esta producción de los fabricantes es para toda la población de mujeres, sin distinción de edades. Por consiguiente la oferta es superior a la demanda.

Pero en términos del bolso en tela tres en uno, sí existe una demanda potencial insatisfecha, ya que de la población encuestada que ha adquirido bolsos en tela, un 55% de ellas desea el bolso en tela tres en uno, el cual se considera como un nuevo producto que entraría al mercado y que no existe, por consiguiente el nuevo proyecto puede entrar a cubrir dicha demanda insatisfecha. Que sería:

**Cuadro 56. Demanda potencial insatisfecha del bolso en tela tres en uno y participación del proyecto**

<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta local de bolso en tela</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Participación del proyecto</b>
2009	9.555	0	9.555	3.996

Fuente: Cálculo de la autora

Con base en el cuadro anterior, y teniendo en cuenta que un actual productor de bolsos en tela existente en el mercado produce un total de 416 bolsos por mes, el nuevo fabricante entraría al mercado a producir un 80% de lo que produce un fabricante actual de bolsos en tela es decir: 333 bolsos por mes, equivalente a 3.996 bolsos al año.

Este nivel de producción corresponde a un 41,82% del nivel de demanda insatisfecha obtenida en el estudio de mercados. Esta participación del proyecto se va aumentando cada año, en función de la capacidad diseñada e instalada, que se presenta en el próximo capítulo.

Este proyecto trae un valor agregado al consumidor que lo adquiera, reflejado en mejores precios, elevada calidad, diversidad de colores, estilos y tamaños. Además, lleva implícito que su producción será local, no será un producto que tenga que traerse y comercializarse, proveniente de mercados de otra región o de otros países, o que provengan por la línea del contrabando. Se le dará al consumidor la oportunidad de elegir el punto de compra del bolso, siendo bien sea la fábrica o los almacenes ubicados fuera de centros comerciales, según preferencias del consumidor. Cabe anotar también, que el productor buscará inicialmente cubrir el mercado local, y en última instancia se canalizará la producción a mercados regionales, el objetivo primordial es cubrir el mercado local, buscando innovación en estilos

nuevos, siendo el bolso en tela tres en uno, la imagen de la empresa, con tendencia de diversificación de su producción a un corto plazo, con el propósito de hacer que la empresa y sus productos tengan aceptación y afianzamiento en el mercado local, con proyección futura a mercados regionales.

### **3. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico lleva implícito tres apartes, que integrados contribuyen a darle organización a la estructura productiva de la nueva empresa. Ellas son: definición de tamaño, ubicación geográfica de la empresa e ingeniería del mismo.

Con respecto al tamaño, se define la capacidad diseñada, instalada y utilizada, al igual que la definición de los factores que pueden afectar dicho tamaño.

Para la ubicación geográfica, se realiza un estudio a través del método de asignación de puntos, con el propósito de elegir entre tres lugares alternativos, el más óptimo para la empresa.

En la ingeniería del proyecto, se definen los productos a elaborar, el proceso productivo, recursos (personal, fijos y los insumos), control de calidad y distribución locativa que relacionados entre sí, logran una eficiente proceso productivo.

#### **3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO**

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** Con el estudio de mercados se pudo establecer que existe una demanda potencial insatisfecha que requiere del bolso en tela tres en uno; sin embargo, debe iniciarse con cubriendo poco a poco las franjas de la demanda insatisfecha, que se definirá en el aparte de capacidad diseñada, instalada y utilizada.

**Cuadro 57. Capacidad utilizada del proyecto**

<b>Años</b>	<b>Capacidad utilizada del proyecto (bolsos)</b>
1	3.996
2	4.795
3	5.994
4	6.394
5	7.193

Fuente: Cálculo de la autora

De acuerdo al estudio de mercados, la capacidad utilizada de producción se distribuirá de la siguiente manera: un 20% para bolso estilo rectangular, tamaño grande; un 45% para bolso estilo ovalado, tamaño mediano y un 35% para bolso estilo cuadrado, tamaño pequeño. Distribuyendo la producción por año y por día sería:

**Cuadro 58. Programación de la producción mensual y diaria, por tipo de bolso y tamaño**

<b>Años</b>	<b>Tamaño del proyecto (bolsos)</b>	<b>Bolso Rectangular (Grande 20%)</b>			<b>Bolso Ovalado (Mediano 45%)</b>			<b>Bolso Cuadrado (Pequeño 35%)</b>		
		<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Día</b>	<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Día</b>	<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Día</b>
1	3.996	799	67	3	1.798	150	6	1.399	117	5
2	4.795	959	80	3	2.158	180	8	1.678	140	6
3	5.994	1.199	100	4	2.697	225	9	2.098	175	7
4	6.394	1.279	107	4	2.877	240	10	2.238	187	8
5	7.193	1.439	120	5	3.237	270	11	2.517	210	9

Fuente: Cálculo de la autora

La producción anterior se elaborará en las telas según gustos y preferencias del mercado de los consumidores que desean adquirir el bolso en tela tres en uno, el 33% dijo en pana y el 27% en dryll, que haciéndolo equivalente en términos porcentuales sería:

Tela pana	:	33%		$33\% \div 60\% = 55\%$
Tena dryll	:	<u>27%</u>		$27\% \div 60\% = \underline{45\%}$
TOTAL		60%		100%

Por tanto, la producción de bolsos se hará un 55% en pana y un 45% en dryll, según estudio de mercados. Además, la producción se efectuará en orden de importancia según el estudio de mercados: mediano, pequeño y grande, teniendo en cuenta el porcentaje de 45%, 35% y 20% respectivamente. Se producirá el bolso grande, debido a que en cierta forma se quiere llegar a toda la población objetivo, que se segmentó entre los 18 y 30 años de edad.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.** El estudio de mercados realizado indica que hay un porcentaje (55%) de posibles compradores del bolso en tela tres en uno, que están dispuestos a adquirirlo, dado el valor agregado del bolso, puesto que se adquirirían tres bolso por el precio de uno. Entre los factores se tienen:

**3.1.2.1 Capacidad financiera.** Para la realización del proyecto se requieren recursos financieros los cuales son aportados un 69% con recursos propios; y el restante por medio de un préstamo de una entidad financiera. Las garantías para acceder a este crédito serán respaldadas con garantía real hipotecaria por parte del inversionista. Por consiguiente, este factor no se constituye en una limitante para poder llevar a cabo el proyecto. Se solicitará un préstamo a la Caja Social de Ahorros, a una tasa de interés del 30,40% efectivo anual, a un tiempo de 5 años, con amortización mensual.

**3.1.2.2 Disponibilidad de insumos de materias primas.** Los insumos y las materias primas que se requieren para la producción del bolso en tela tres en uno, se adquieren con facilidad en el mercado local. Estos insumos van

desde las telas, hilos, herrajes, hasta los adornos y accesorios que se requieren para elaborar con calidad el producto. Por tanto, la consecución de los insumos no son limitantes para el proyecto.

### **3.1.2.3 Condiciones de vías de comunicación y medios de transporte.**

Bucaramanga cuenta con una red vial, en buenas condiciones que permiten acceder a las instalaciones de la planta con facilidad, al igual que para la adquisición de los insumos y suministros necesarios para la producción y comercialización del bolso en tela tres en uno, al mercado local y regional. La empresa estará ubicada preferencialmente en un barrio de gran afluencia comercial de este tipo de productos. Este factor no se constituye en limitante del tamaño del proyecto.

**3.1.2.4 Capacidad administrativa.** La administración de la empresa, se debe realizar teniendo claro los conocimientos de administración, producción y comercialización, implementando cualquier tipo de teoría administrativa que se adapte a esta. Se requiere que la persona encargada del manejo de la empresa, le de orientación y aplique los conocimientos administrativos necesarios, que la lleven a tener un orden en su estructura organizacional. Este factor no se constituye en limitante del tamaño del proyecto.

**3.1.2.5 Mano de obra.** Se requiere para su administración de un tecnólogo y/o profesional en gestión empresarial, que tenga experiencia en el manejo de empresas de producción. Esta mano de obra calificada se encuentra en el mercado de Bucaramanga, dada a la existencia del Instituto de Educación a Distancia de la UIS. A su vez se contratará mano de obra calificada para el desempeño de otros cargos básicos para el desarrollo del proyecto, como son: 2 operarios y un jefe de producción, una secretaria auxiliar contable, un empleado para oficios varios (aseo-mensajería), una vendedora de

mostrador y los servicios por honorarios de un contador. Este factor no se constituye en limitante del tamaño del proyecto.

**3.1.2.6 Tecnología.** La producción del bolso en tela tres en uno, no requiere de alta tecnología, y los métodos necesarios para desarrollar esta producción son asequibles en la producción de dicho bolso. La producción de este producto no requiere una gran inversión en tecnología pero, si en activos fijos e instalaciones, que permitan el desarrollar con eficiencia la actividad. Este factor no se constituye en limitante del tamaño del proyecto.

### **3.1.3 Capacidad del proyecto**

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada.** La capacidad total diseñada de la empresa está determinada en función de la capacidad de los equipos que se utilicen en el proceso. La capacidad diseñada del proyecto se estima para un nivel de producción de las 24 horas del día, por lo tanto, la capacidad diseñada del proyecto será estimada tres veces el tamaño del mismo, según un horario de trabajo diario de 8 horas. La capacidad diseñada es igual a 11.988 bolsos por año. Por consiguiente se necesita un total de 6 operarios y un jefe de producción.

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** La capacidad instalada del proyecto, corresponde a un tiempo laboral de 16 horas, requiriéndose de 4 operarios y un jefe de producción, para dos turnos de trabajo, representada en una producción de bolsos, para obtenerse un total 7.992 bolsos /año. Cabe anotar, que la capacidad instalada es el 67% de la capacidad diseñada, definida según la capacidad financiera del inversionista

**3.1.3.3 Capacidad utilizada.** La capacidad instalada varía de acuerdo con la expansión del mercado del proyecto. Inicialmente, se labora un tiempo de 8

horas por día. Se pretende iniciar con una capacidad del 50% de la capacidad instalada del proyecto, representada en 3.996 bolsos / año. Se requiere de un total de 2 operarios y un jefe de producción.

**Cuadro 59. Capacidad diseñada, instalada y utilizada (bolsos)**

<b>Capacidad</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Diseñada 100%	11.988	11.988	11.988	11.988	11.988
Instalada	7.992	7.992	7.992	7.992	7.992
Capacidad Instalada/ Capacidad Diseñada	67%	67%	67%	67%	67%
<b>Utilizada</b>	3.996	4.795	5.994	6.394	7.193
Capacidad Utilizada/ Capacidad Instalada	50%	60%	70%	80%	90%

Fuente: Cálculos de la autora

El tamaño o capacidad utilizada del proyecto, se va incrementando cada año según la capacidad instalada del mismo. Es decir, inicialmente el tamaño del proyecto respecto de la capacidad instalada es del 50% que corresponde a 3.996 bolsos, a partir del año 2, este 50% se incrementa en 10 puntos, siendo de un 60% para el año 2; de un 70% para el año 3, de un 80% para el año 4 y de un 90% para el año 5.

Para estimar el número de operarios necesarios para responder a la capacidad utilizada, se efectúa el cálculo del total de tiempo que se requiere para producir un lote de 15 bolsos en cada uno de los tres tamaños a producir. Luego se divide el total de tiempo entre el número de bolsos(15) y se obtiene el tiempo de producción para un bolso completo, compuesto por base, capellada y manijas. Pero debe tenerse en cuenta que el producto a vender que es el bolso en tela tres en uno, está conformado por el bolso completo, más dos capelladas y dos manijas. Por consiguiente la estimación de tiempo de producción de cada tipo de producto, según su tamaño, sería:

Tiempo diario de trabajo	=	8 Horas	=	480 min.
Menos tiempo descanso y de entrada y salida			=	60 min
<b>TIEMPO TOTAL LABORADO</b>			=	<b>420 min</b>

Inicialmente se presenta el tiempo total global por actividad, más adelante en la descripción del proceso productivo por cada tipo de bolso, se desglosa cada una de las actividades a realizar, con su respectivo tiempo.

• **Para el bolso grande (lote de producción= 15 bolsos):**

Extendido, moldeado y corte	:	141 min.
Ensamble partes	:	200 min.
Armado bolso	:	30 min
Finisaje	:	<u>40 min</u>
Total tiempo		411 min.

Total tiempo de producción para un bolso grande=411/15 bolsos= 27, 40 min.

Luego entonces, el tiempo necesario para producir el bolso en tela tres en uno más dos capelladas y dos manijas, sería:

Tiempo producción del lote : 411 min.

Pero para calcular el tiempo de producción de dos capelladas y dos manijas, que se necesitan para complementar el producto a comercializar, se requiere descontar al tiempo de producción del lote, el tiempo que no se requiere para el corte y ensamble de la base del bolso. Por consiguiente, se debe deducir:

Tiempo de corte base	:	19 min.
Tiempo de corte de odena:		19 min.
Tiempo de corte de ojales:		17 min.
Tiempo ensamble base	:	70 min.
Tiempo de armada bolso	:	30 min
Total tiempo		156 min.

Tiempo producción del lote 411 – 156 min. = 255 min. /15 bolsos= 17 min, para producir 1 capellada y 1 par de manijas

Tiempo total de producción de un bolso = 27,40 min.  
 Tiempo para producir dos capelladas y  
 Dos manijas = 34,00 min (17min. x 2)

TOTAL PRODUCIR UN BOLSO  
 COMPLETO, MÁS DOS CAPELLADAS  
 Y DOS MANIJAS = 61,40 min.

El tamaño de producción diaria del bolso grande : 3 bolsos = 61,40 min. X 3  
 bolsos por día = 184, 20 min.

• **Para el bolso mediano (lote de producción= 15 bolsos):**

Extendido, moldeado y corte : 120 min.  
 Ensamble partes : 187 min.  
 Armado bolso : 30 min  
 Finisaje : 40 min  
 Total tiempo 377 min.

Total tiempo de producción para un bolso mediano=377/15 bolsos=  
 25,13min.

Luego entonces, el tiempo necesario para producir el bolso en tela tres en  
 uno más dos capelladas y dos manijas, sería:

Tiempo producción del lote : 377 min.

Pero para calcular el tiempo de producción de dos capelladas y dos manijas,  
 que se necesitan para complementar el producto a comercializar, se requiere  
 descontar al tiempo de producción del lote, el tiempo que no se requiere para  
 el corte y ensamble de la base del bolso. Por consiguiente, se debe deducir:

Tiempo de corte base : 16 min.  
 Tiempo de corte de odena: 16 min.  
 Tiempo de corte de ojales: 16 min.  
 Tiempo ensamble base : 64 min.  
 Tiempo de armada bolso : 30 min  
 Total tiempo 142 min.

Tiempo producción del lote 411 – 142 min. = 253 min. /15 bolsos= 15,67,  
 para producir 1 capellada y par de manijas

Tiempo total de producción de un bolso = 25,13.  
 Tiempo para producir dos capelladas y  
 Dos manijas = 31,34(15,67min.x2)

TOTAL PRODUCIR UN BOLSO  
 COMPLETO, MÁS DOS CAPELLADAS  
 Y DOS MANIJAS = 56,47 min.

El tamaño de producción diaria del bolso mediano : 6 bolsos = 56,47 min. X  
 3 bolsos por día = 338,82 min.

• **Para el bolso pequeño (lote de producción= 15 bolsos):**

Extendido, moldeado y corte : 128 min.  
 Ensamble partes : 212 min.  
 Armado bolso : 30 min  
 Finisaje : 40 min  
 Total tiempo 400 min.  
 Total tiempo de producción para un bolso pequeño=400/15bolsos= 26,67min.

Luego entonces, el tiempo necesario para producir el bolso en tela tres en  
 uno más dos capelladas y dos manijas, sería:

Tiempo producción del lote : 400 min.

Pero para calcular el tiempo de producción de dos capelladas y dos manijas,  
 que se necesitan para complementar el producto a comercializar, se requiere  
 descontar al tiempo de producción del lote, el tiempo que no se requiere para  
 el corte y ensamble de la base del bolso. Por consiguiente, se debe deducir:

Tiempo de corte base : 15 min.  
 Tiempo de corte de odena: 15 min.  
 Tiempo de corte de ojales: 15 min.  
 Tiempo ensamble base : 61 min.  
 Tiempo de armada bolso : 30 min  
 Total tiempo 136 min.  
 Tiempo producción del lote 400 – 136 min. = 264 min. /15 bolsos= 17,63  
 min para producir 1 capellada y un par de manijas  
 Tiempo total de producción de un bolso = 26,67 min.  
 Tiempo para producir dos capelladas y  
 Dos manijas = 35,20(17,63min.x2)  
 TOTAL PRODUCIR UN BOLSO  
 COMPLETO, MÁS DOS CAPELLADAS  
 Y DOS MANIJAS = 61,87 min.

El tamaño de producción diaria del bolso mediano : 5 bolsos = 61,87 min. X  
 6 bolsos por día = 309,35 min.

Por consiguiente se tiene el siguiente tiempo necesario de producción por día:

	Tiempo	Cantidad	Total tiempo
Bolso grande :	66,40 min. X	3	= 184,20 min.
Bolso mediano :	56,47 min. X	6	= 338,82 min
Bolso pequeño :	61,87 min. X	5	= 309,35 min.
TOTAL TIEMPO DE PRODUCCIÓN POR DIA			832,37 min.

TOTAL TIEMPO DIARIO DE TRABAJO DE UN OPERARIO:

8 horas x 60 min. = 480 minutos

Tiempo de entrada, salida,  
 descanso y organización  
 puesto de trabajo = 60 minutos

TOTAL LABORADO 420 minutos

Por lo anterior, se necesita un total de 2 operarios así:

1 operario labora → 420 Minutos  
 X → 832,37 minutos

$$X = \frac{1 \times 832,37}{420} = 1,98 = 2 \text{ operarios}$$

Se requiere de dos operarios y de un jefe de producción, para responder al nivel de producción de la capacidad utilizada. Pero cabe anotar, que los operarios serán : operario 1: corta y ensambla y operario 2: ensambla. Además, se contratará a un auxiliar de operario, quien realizará las actividades de finisaje y de almacenamiento de insumos.

La actividad de diseño, patronaje y trazado, se efectuará con personal externo a la empresa. Se contrata los servicios de profesionales del ramo dedicados a esta actividad, se les paga por tarea, ya que los costos se

elevantarían si se contrata un diseñador, un moldeador y un sisnador de moldes. Por tanto el personal de producción para el primer año sería:

- \* 1 Jefe de producción : por nómina
- \* Operario 1 : Cortador y ensamblador
- \* Operario 2 : Ensamblador
- \* Un operario auxiliar : Para recibir la materia prima, almacenarla y realizar el finisaje

TOTAL: 4 EMPLEADOS FIJOS EN LA EMPRESA

Adicional:

- \* Diseñadora : Por producto a diseñar
- \* Patronador : Por producto, quien sacará los moldes
- \* Sisnador : Por producto, quien sisnará los moldes

Más adelante se presenta el personal requerido para los años siguientes, teniendo en cuenta el aumento en el volumen de producción.

## **3.2 LOCALIZACIÓN**

**3.2.1 Macrolocalización.** La realización del presente proyecto se hará en el municipio de Bucaramanga, en el Departamento de Santander.

**3.2.2 Microlocalización.** La determinación de la ubicación de la fábrica y almacén para el proyecto en el perímetro urbano de Bucaramanga, se realiza por medio del Método de Asignación de Puntos, el cual requiere como mínimo tres sitios de alternativa de ubicación. Cabe anotar, que la ubicación de la empresa debe realizarse en la zona urbana, teniendo en

cuenta el producto a elaborar y comercializar y la población a la cual va dirigido el mismo. Los sitios opcionados serían:

Ubicación 1 : Carrera 22 N° 21- 30 , Barrio San Francisco

Ubicación 2 : Calle 54 N° 17-30 , Barrio Los Candiles

Ubicación 3 : Manzana E, Zona Industrial

**3.2.2.1 Selección de factores.** Los factores seleccionados fueron los siguientes:

**Costo de canon de las instalaciones.** Es la suma de dinero a pagar mensualmente por concepto de arriendo, para la instalación y montaje de la empresa.

**Costo de los servicios públicos.** Dinero que se cancela por el consumo de los servicios mínimos que se requieren para el funcionamiento de la empresa, como son: luz, agua, alcantarillado y teléfono.

**Condiciones de vías de comunicación y de transporte.** Hace referencia a las condiciones en que encuentran las vías para poder ingresar al sitio donde se instalará la empresa.

**Distancia al mercado objetivo.** Se tendrá en cuenta la ubicación estratégica para tener acceso a la población objetivo, en metros.

**Actividades económicas de la zona.** Se refiere al entorno económico donde se desarrollan actividades hacia las cuales se dirigen el abono orgánico.

**Tamaño de las instalaciones en términos de metros cuadrados.** Se hace referencia al tamaño del inmueble, según metros cuadrados, que definirán su instalación.

**3.2.2.2 División de factores en grados.** Cada factor se subdivide en un determinado número de grados, de acuerdo con la diferencia de intensidad que se pueda detectar dentro de éste; cada grado se define con base en determinado nivel que representa así:

**Factor 1: Costo del arriendo**

<i>Grados</i>	<i>Descripción</i>
1	\$1.700.000 – 2.200.000
2	\$1.100.000 – 1.600.000
3	\$500.000 – 1.000.000

**Factor 2: Costo de los servicios**

<i>Grados</i>	<i>Descripción</i>
1	Costos Elevados
2	Costos Normal
3	Costo Bajos

**Factor 3: Condiciones de vías de comunicación y de transporte**

<i>Grados</i>	<i>Descripción</i>
1	Vías de comunicación en malas condiciones
2	Vías de comunicación en regulares condiciones
3	Optimas vías de comunicación, haciendo que no existan problemas de seguridad, falta de servicios o transporte del personal..

**Factor 4: Distancia al mercado objetivo**

<i>Grados</i>	<i>Descripción</i>
1	A más de 1.500 metros del mercado objetivo
2	A menos de 1.500 metros del mercado objetivo
3	A menos de 500 metros del mercado objetivo

**Factor 5: Actividades económicas de la zona**

<i>Grados</i>	<i>Descripción</i>
1	Zona de poco interés para el tráfico
2	Regular afluencia de tráfico.
3	Gran afluencia de tráfico

**Factor 6: Tamaño de las instalaciones (metros cuadrados)**

<i>Grados</i>	<i>Descripción</i>
1	Más de 190 mts <sup>2</sup>
2	121-190mts <sup>2</sup>
3	50-120 mts <sup>2</sup>

**3.2.2.3 Ponderación de factores.** A cada factor se le asigna un valor en porcentaje, dependiendo de su importancia en la localización de la empresa con su respectivo almacén, esto es a mayor importancia, mayor ponderación, teniendo en cuenta que la suma de la ponderación total de factores escogidos debe sumar el 100%.

**Cuadro 60. Ponderación de factores**

<b>Factores</b>	<b>Ponderación</b>
F1	20
F2	14
F3	14
F4	18
F5	14
F6	20
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cálculo de la autora.

**3.2.2.4 Calificación de factores y grados.** Se escoge un total de puntos a asignar, generalmente 500 a 1000 puntos, que al multiplicarse por la ponderación de cada factor, dará el puntaje máximo asignado, para todos los factores escogidos.

**Cuadro 61. Calificación de los factores y grados**

Factores	Puntuación	
Factor 1: Costo del arriendo Grado 1: Grado 2: Grado 3:	20 60 200	200
Factor 2: Costo de los servicios públicos Grado 1: Grado 2: Grado 3:	14 42 140	140
Factor 3: Condiciones de vías de comunicación y transporte Grado 1: Grado 2: Grado 3:	14 42 140	140
Factor 4: Distancia al mercado objetivo Grado 1: Grado 2: Grado 3:	15 54 180	180
Factor 5: Actividades económicas de la zona. Grado 1: Grado 2: Grado 3:	14 42 140	140
Factor 6: Tamaño de las instalaciones Grado 1: Grado 2: Grado 3:	20 60 200	200
TOTAL		1000

Fuente: Cálculo de la autora.

**3.2.2.5 Definición de la localización.** Calificándose el factor según el grado correspondiente para cada ubicación se tiene: Véase Cuadro 62.

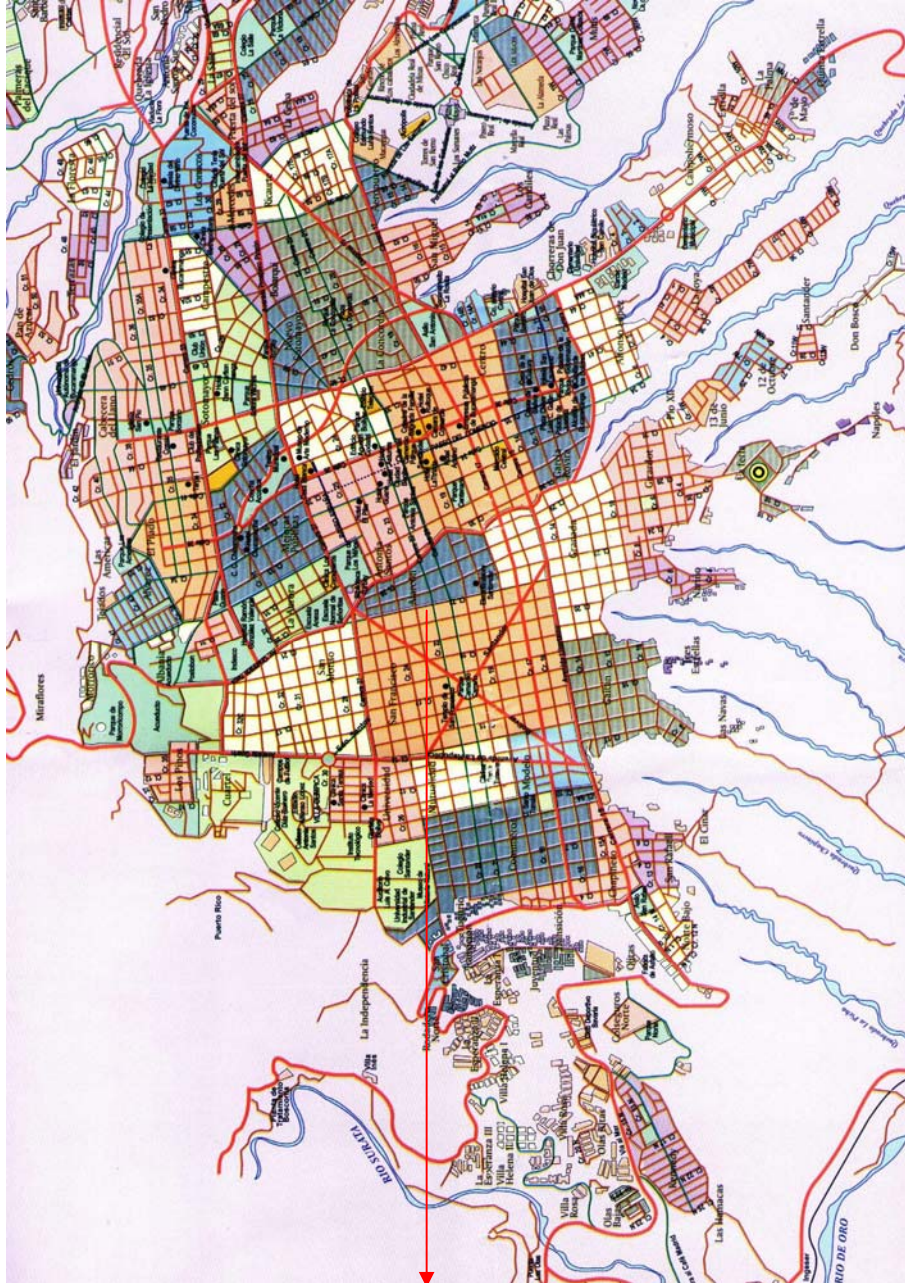
**Cuadro 62. Definición de la localización**

Factores	Ubicación 1		Ubicación 2		Ubicación 3	
	Grados	Puntaje	Grados	Puntaje	Grados	Puntaje
F1	3	200	2	60	1	20
F2	2	42	2	42	1	14
F3	3	140	3	140	2	42
F4	3	180	2	54	1	15
F5	3	140	2	42	3	140
F6	2	60	2	60	1	20
<b>TOTAL</b>		<b>762</b>		<b>398</b>		<b>251</b>

Fuente: Cálculo de la autora.

Según el método de asignación de puntos, la ubicación que da más puntaje es la ubicación 1 correspondiente a la ubicación 1: Ubicación 1: Carrera 22 N° 21-30, Barrio San Francisco; como ubicación 2: Barrio Los Candiles y en tercer lugar la ubicación correspondiente a la Zona Industrial. Figura 51, ubicación geográfica del sitio elegido.

**Figura 51. Ubicación geográfica del lugar elegido para ubicar la empresa**



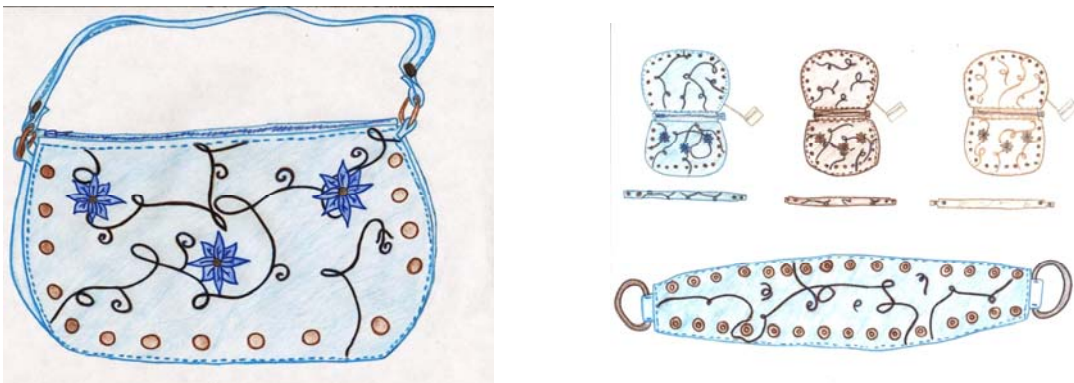
**Sitio seleccionado**

### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto. Los productos a elaborar son:

- Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande

Figura 52. Estilo de Bolso Rectangular. Tamaño: Grande



Fuente: Diseño de la autora

**Cuadro 63. Especificaciones del Producto. Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande**

<p><b>Producto principal</b></p>	<p><b>Bolso 3 en 1 tipo</b>  <b>Tipo: informal</b>  <b>Estilo: Rectangular</b>  <b>Tamaño: Grande</b></p>
<p><b>Diseño</b></p>	<p>El bolso tres en uno tipo informal rectangular es un diseño que como su nombre lo indica es rectangular, con una <b>base</b> de 27 cm. de longitud por 6.5 cm. de ancho. Es confeccionado en tela pana o dryll; en la parte inferior lleva una base en odena de 27 cm que va cubierta por la tela para darle más solidez y firmeza a esta base. En sus dos partes laterales lleva un ojal (uno en cada lado) en el cual va incrustado un herraje (aros metálicos), para unir posteriormente a las manijas del bolso. Los colores y la tela van de acuerdo a la moda. Pero inicialmente se elaborarán en tela de pana y dryll. La base es de color blanco, para que combine con las tres capelladas que trae el bolso.</p>

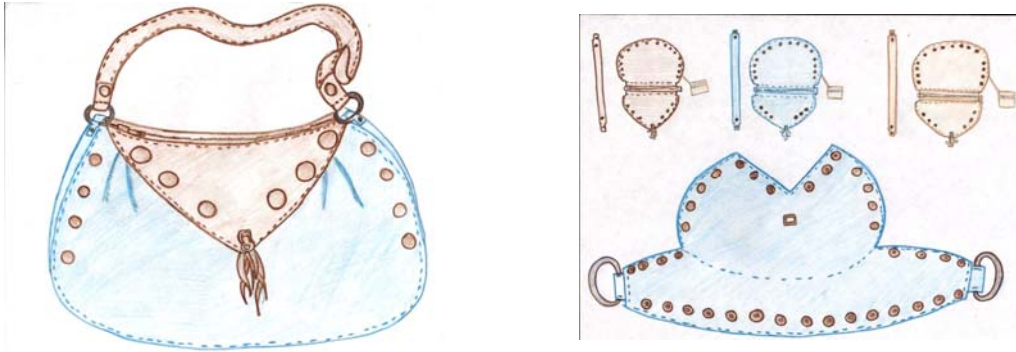
Continuación Cuadro 63

<p><b>Diseño</b></p>	<p>Tres <b>cuerpos o capelladas</b> diferentes que al intercambiarse conforman un solo bolso, constituidos por tela pana o de dryll (o según tendencias de la moda) con una de 27 cm. de ancho Por una altura (o largo) de 16 cms., este estilo por su forma es muy casual con 15 broches a cada lado (button 520) que aseguran el cuerpo a la base dándole seguridad y al mismo tiempo comodidad. Los adornos en sintético en este estilo son tres flores en material ruansa sintética que van a cada lado del cuerpo como decoración. Los colores en que se elaborarán las capelladas son: con la tela pana : azul, café y beige; y con la tela dryll: negro, blanco y caqui. Las <b>manijas</b> son los sostenedores de carga del bolso y es una tira de 50 cm. de longitud por 2.5 cm de ancho la cual puede ser del color del cuerpo o de la base dependiendo de la exigencia del cliente. Lleva dos broches (button) para ajustar a las argollas de la base. Los colores en que se elaborarán las manijas son: con la tela pana : azul, café y beige; y con la tela dryll: negro, blanco y caqui. Además, el bolso lleva un práctico monedero.</p>
<p><b>Especificaciones técnicas</b></p>	<p>El producto a ofrecer es un “Bolsos Tres en Uno“, es decir, formando el bolso a partir de la unión de los tres accesorios (base, cuerpo y Manija). El bolso Tres en Uno tiene una estructura compuesta por una base, el cuerpo que forma los laterales, unos broches que permite la formación del bolso, el cierre, argollas y las manijas.</p>
<p><b>Vida útil</b></p>	<p>1 año</p>
<p><b>Tela y colores</b></p>	<p>Tela pana: color azul, café y beige (café claro) Tela Dryll: color negro, blanco y caqui</p>

Fuente: Diseño de la autora

- Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano

**Figura 53. Estilo de Bolso Ovalado. Tamaño: Mediano**



Fuente: Diseño de la autora

**Cuadro 64. Especificaciones del producto. Bolso estilo ovalado, tamaño mediano**

Producto principal	<b>Bolso 3 en 1</b> <b>Tipo: Informal</b> <b>Estilo : Ovalado</b> <b>Tamaño: Mediano</b>
<p><b>Diseño</b></p>	<p>El diseño semiovalado del bolso tres en uno, es un diseño en forma de trapecio, clásico, cómodo y de buen tamaño que brinda seguridad como prenda para la mujer de hoy.</p> <p>Su <b>base</b> tiene un tamaño en medidas de 24 cm. de longitud por 6.5 cm. de altura. Este diseño en su parte inferior tiene una forma semiovalada y mide 24 cm. y en su parte superior tiene una medida de 14 cm. haciéndolo ver como la figura de un trapecio, en la parte posterior de la base están los 16 broches a cada lado, más 6 en la capellada del bolso en la parte frontal, para el cambio de los cuerpos, mientras en la parte frontal van tanto la pieza de apertura del bolso como sus decoraciones en sintético, también en la base de la saliente de la cremallera están los ojales donde se aseguran las manijas del bolso; estas se ajustan a las manijas por medio de 2 argollas. Los colores y la tela van de acuerdo a la moda. Pero inicialmente se elaborarán en tela de pana y dryll. . La base es de color blanco, para que combine con las tres capelladas que tiene el bolso.</p>

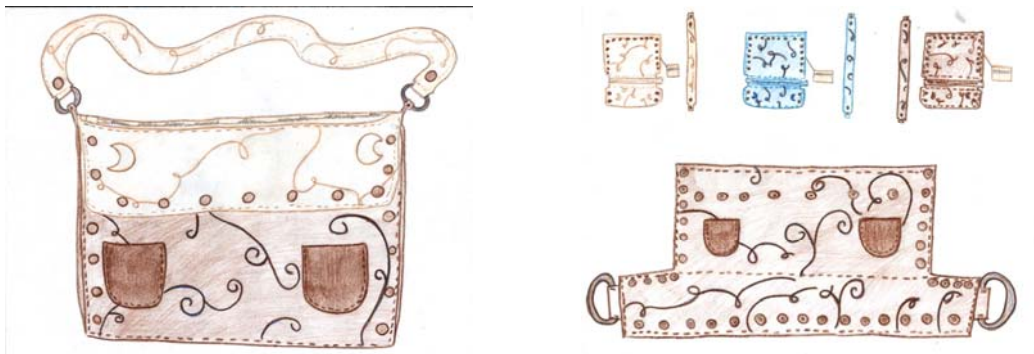
Continuación Cuadro 64

<p style="text-align: center;"><b>Diseño</b></p>	<p>Este diseño esta también comprendido por unos <b>cuerpos</b> en forma triangular, con unas medidas de 24 cm. ancho y de lado (largo) de 14 cm, los cuales, de acuerdo a su forma tapan completamente la parte posterior de la base pero en la parte frontal dan un estilo decorativo en forma que el bolso de acuerdo a sus colores dan la apariencia de ser siempre un bolso diferente.</p> <p>En este diseño, los decorativos en sintético son unas tirillas de 5 cm. que salen de la parte frontal del bolso y que dan la informalidad del mismo con el color de la base. Los colores en que se elaborarán las capelladas son: con la tela pana : azul, café y beige; y con la tela dryll: negro, blanco y caqui.</p> <p>Las <b>manijas</b> de este estilo van de acuerdo al color del mismo y su longitud es de 40 cm y 2.5 cm, de acuerdo a la descripción general del bolso. Lleva dos broches (button) para ajustar a las argollas de la base. Los colores en que se elaborarán las capelladas son: con la tela pana : azul, café y beige; y con la tela dryll: negro, blanco y caqui.</p> <p>Además, el bolso lleva un práctico monedero.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Especificaciones técnicas</b></p>	<p>El producto a ofrecer es un “Bolsos Tres en Uno“, es decir, formando el bolso a partir de la unión de los tres accesorios (base, cuerpo y Manija).</p> <p>El bolso Tres en Uno tiene una estructura compuesta por una base, el cuerpo que forma los laterales, unos broches que permite la formación del bolso, el cierre, argollas y las manijas.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Vida útil</b></p>	<p>1 año</p>
<p style="text-align: center;"><b>Tela y colores</b></p>	<p>Tela pana: color azul, café y beige Tela dryll: color negro, café y caqui</p>

Fuente: Diseño de la autora

- **Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño**

**Figura 54. Estilo de bolso cuadrado. Tamaño: pequeño**



Fuente: Diseño de la autora

**Cuadro 65. Especificaciones del producto. Bolso estilo cuadrado, tamaño pequeño**

<p><b>Producto principal</b></p>	<p><b>Bolso 3 en 1</b>  <b>Tipo: informal</b>  <b>Estilo: Cuadrado</b>  <b>Tamaño: pequeño</b></p>
<p><b>Diseño</b></p>	<p>El diseño cuadrado del bolso tres en uno es un diseño que por su tamaño es práctico, de buen manejo y estilo que llegara con buena aceptación por parte de los clientes.</p> <p>Su <b>base</b> tiene por longitud 21cm y 6.5 cm de altura lo cual da una apariencia de ser un bolso cuadrado pero muy delicado y con una apariencia informal. La base de este bolso es igual a la base del bolso anterior (en diseño), la cual en su parte posterior completa va con los broches para unir los cuerpos a la base, mientras que en la parte frontal el cuerpo solo cubre 10 cm dejando así ver la base en su parte inferior, y en la parte superior va la cremallera y los ojales que sujetan las manijas; que se unen por medio de 2 argollas. Los colores y la tela van de acuerdo a la moda. Pero inicialmente se elaborarán en tela de pana y dryll. . La base es de color blanco, para que combine con las tres capelladas que tiene el bolso.</p>

Continuación Cuadro 65

<p><b>Diseño</b></p>	<p>Los <b>cuerpos</b> de este diseño tienen una medida de 21 cm de ancho que llegan a la mitad de la parte frontal y 14 cm de altura (o largo), adornado dos bolsillos en el mismo material de la tela, uno a cada lado en la base. Este estilo es muy práctico por su tamaño y además de muy buena presentación. Los colores en que se elaborarán las capelladas son: azul, café y caqui (café claro).</p> <p>Las <b>manijas</b> de este estilo van de acuerdo al color del mismo y su longitud es de 30 cm y 2.5 cm, de acuerdo a la descripción general del bolso Los colores en que se elaborarán las manijas son: azul, café y caqui (café claro). Además, el bolso lleva un práctico monedero.</p>
<p><b>Especificaciones técnicas</b></p>	<p>El producto a ofrecer es un “Bolsos Tres en Uno”, es decir, formando el bolso a partir de la unión de los tres accesorios (base, cuerpo y Manija).</p> <p>El bolso Tres en Uno tiene una estructura compuesta por una base, el cuerpo que forma los laterales, unos broches que permite la formación del bolso, el cierre, argollas y las manijas.</p>
<p><b>Vida útil</b></p>	<p>1 año</p>
<p><b>Tela y colores</b></p>	<p>Tela pana: color azul, café y beige Tela dryll: color negro, café y caquí</p>

Fuente: Diseño de la autora

Cabe anotar, que el producto a elaborar y comercializar, está compuesto por un bolso completo con sus tres partes: base, capellada y tiras, más dos capelladas y dos tiras, lo que permitirá que el consumidor adquiera tres bolsos en uno solo por el precio de uno .

Además, en el año se elaborarán 3 colecciones de bolsos, que incluye el diseño en sus tres tamaños y estilos. En este caso en el proyecto, se efectuarán cálculos de prototipo de tamaño, con el propósito de poder cuantificar por insumos necesarios a utilizar, al igual que el costo y precio de los mismos. En el año, cada 4 meses, se sacarán diseños diversos, según tendencia de la moda.

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** Antes de describir el proceso técnico de producción de cada tipo de bolso, según tamaño, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Diseño:** Para el diseño de los bolsos, se contrata los servicios de una diseñadora externa a la empresa, debido a que por motivos de costos que implica su contratación, al igual que la adquisición de los programas para diseño, patronaje y sisnado del producto y de los moldes, es más favorable su contratación externa. El contratar una diseñadora, implica un salario más sus prestaciones sociales, además los programas para efectuar la actividad, tienen un costo de \$50 millones de pesos, que sería una inversión que sólo se utilizaría cada cuatro meses cuando se efectúen los diseños. Dichos programas se llaman: Programa Kaledo, utilizado para el diseño que consiste en la pintura ó dibujo del producto como se desea; Programa Modaris, donde se elaboran a escala los moldes del producto en forma desmenuzada según piezas del mismo, esta actividad se denomina el patronaje; y el Programa Diamino, donde se realiza el sisnado o ubicación de los moldes en una dimensión que supone la tela, para después ser llevado al plotter, el cual servirá para efectuar más adelante el corte de las partes del bolso.

La diseñadora cada cuatro meses elabora modelos según tendencia de la moda. Ella elabora o pinta el bolso de cómo va a salir al mercado. Lo presenta al Gerente de la empresa y al jefe de producción, quienes le darán el visto bueno.

- **Patronaje** : elaborado el diseño, se contrata los servicios del patronador, quien elabora los moldes a escala, es la persona que maneja el programa Modaris. Aprobado los moldes, se pasa a la siguiente etapa.

- **Sisnado o Trazado:** Continúa con el proceso de sisnado, donde se utiliza el programa Diamino, con el propósito de tener 0% de desperdicio. Este sisnado consiste en establecer un plano, que en este caso concreto sería la tela, y sobre ella se colocan los moldes distribuidos organizadamente, conservando el hilo o largo de la tela, para conseguir un 0% de desperdicio en la tela. Este plano se graba en un CD y se lleva a un plotter, para sacar propiamente los moldes que se utilizan para el corte de las partes del bolso.
  
- **Corte:** Ploteado los moldes, se realiza el proceso de corte, que consiste en colocar sobre la tela los moldes o plano ploteado, se ajusta con alfileres y se colocan la cantidad de tela que desea cortarse. Se realiza inicialmente el corte de todas las partes de la producción a realizarse en el día o en la semana ó en el mes, con la máquina manual eléctrica, para conseguir perfección en el corte de las piezas.
  
- **Ensamble:** Obtenidas las partes ya cortadas, se continúa con el proceso de ensamble de las partes.
  
- **Armado:** Seguido se efectúa el armado del bolso
  
- **Finisaje:** Este consiste en la despeluzada del producto, colocación de etiqueta, relleno de papel, se embolsa y se lleva a almacenaje

Cabe anotar aspectos del proceso:

- La tela viene bordada previamente de fábrica.
  
- Las flores sintéticas se adquieren en almacenes de adornos y cacharrerías ubicadas en la ciudad, puesto que es más económico para la

empresa adquirir este producto ya elaborado. Se adhieren al bolso con pegante.

- Los monederos se adquieren ya fabricados, escogiendo un fabricante exclusivo, quien se encargará de ser el proveedor de este monedero, según especificaciones previas a su proceso de pedido. Como en el caso anterior, es conveniente adquirir los monederos ya fabricados, puesto que la producción de los monederos demanda otro proceso productivo, requiriendo más maquinaria y más contratación de personal.
- Cabe anotar, que se encuentra una pequeña diferencia en el tiempo de extendida, moldeado y corte del producto y en el ensamble de las partes; el tiempo en armado y finisaje es igual en los tres procesos de producción.
- La base, capellada y tiras se elaboran con tela bordada, bien sea pana o dryll, se adquirirán así de los distribuidores mayoristas. El material sobrante al cortar las piezas como base, capellada y tiras, se utilizan para obtener los orillos de la base. Además, el forro se elabora en seda vendaval o tempestad, sus sobrantes después de obtenido el forro, se utilizan para los bolsillos internos que tendrá el bolso.
- En el interior del bolso deben existir dos bolsillos elaborados en el mismo material del forro, los cuales deben servir como portaesferos, o para los celulares.
- El bolso debe llevar en la parte superior una cremallera en naylon cubriendo totalmente la parte superior del mismo. Sus extremos firmemente unidos mediante costuras dobles a la terminación superior del fuelle. Los cierres de cremallera deben presentar un acabado limpio, la

cadena y todos sus componentes deben estar sin excedentes de material.  
El color de la capellada debe ser uniforme y debe coincidir con el color de la cremallera.

- Las costuras deben ser continuas y uniformes sin hilos flojos, libres de protuberancias, asperezas, pliegues y restos de material.

**3.3.2.1 Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande (Lote: 15 bolsos).** A continuación se presenta el proceso de descripción, teniendo en cuenta que el lote de producción es de 15 bolsos, en sus etapas de producción. Se presenta en forma separa cada etapa, con el objetivo de medir tiempo para el proceso de producción por lote de 15 bolsos y por unidad del mismo, pero cabe recordar que el proceso de corte se realiza global, es decir, que cuando se realiza el corte se hace para todas las piezas, solo a continuación se discrimina para cada parte del bolso, con el propósito de cuantificar tiempos.

• **Extendida de la tela, trazo(sisnado) y corte:**

1. Se seleccionan las telas. 5 min.

De la base:

2. Se extiende la tela en el mesón para marcar la base 10 min.  
3. Se colocan los moldes para obtener la base 1 min.  
4. Se ajustan moldes con alfileres 1 min.  
5. Se corta la tela para obtener la base 7 min.

De la Odena (refuerzo de la base):

6. Se coloca la lámina en el mesón para obtener el refuerzo 10 min.  
7. Se colocan los moldes para sacar la el refuerzo 1 min.  
8. Se ajustan moldes 1 min.  
9. Se corta la lámina para obtener el refuerzo 7 min.

De la capellada:

10. Se extiende la tela en el mesón para obtener la capellada 10 min.  
11. Se colocan los moldes para sacar la capellada 1 min.  
12. Se ajusta moldes con alfileres 1 min.  
13. Se corta la tela para la capellada 10 min.

De las manijas:

- |  |         |
|--|---------|
| 14. Se extiende la tela en el mesón para obtener las manijas | 10 min. |
| 15. Se colocan los moldes para sacar las manijas             | 1 min   |
| 16. Se ajusta moldes con alfileres                           | 1 min.  |
| 17. Se corta la tela para las manijas                        | 8 min   |

Del forro de la capellada:

- |   |        |
|---|--------|
| 18. Se extiende la tela en el mesón para obtener el forro | 10 min |
| 19. Se colocan los moldes para sacar el forro             | 1 min  |
| 20. Se ajusta moldes con alfileres                        | 1 min. |
| 21. Se corta la tela para obtener el forro                | 10 min |

De los bolsillos internos:

- |   |        |
|---|--------|
| 22. Se extiende la tela en el mesón para obtener los bolsillos internos | 10min  |
| 23. Se colocan los moldes sacar el bolsillo interior                    | 1 min  |
| 24. Se ajusta moldes con alfileres                                      | 1 min. |
| 25. Se corta la tela para obtener el bolsillo interior                  | 5 min  |

De los ojales en la base:

- |   |        |
|---|--------|
| 26. Se extiende la tela en el mesón para obtener los ojales             | 5 min  |
| 27. Se coloca el molde para el ojal                                     | 1 min  |
| 28. Se ajusta moldes con alfileres                                      | 1 min. |
| 29. Se corta la tela para obtener los ojales, para colocar las argollas | 10 min |

**Subtotal tiempo extendida, moldeado y corte 141 min.**

• **Ensamble partes:**

Ya cortadas las partes del bolso se inicia el prearmado del bolso, que es coser las partes, es decir el proceso de ensamble:

Base:

- |  |         |
|--|---------|
| 30. Se cose la base del bolso introduciendo la odena o refuerzo cociendo los orillos a la base y se colocan las argollas | 45 min. |
| 31. Se colocan los broches a la base   | 25 min  |

Capellada:

- |   |         |
|---|---------|
| 32. Se une el bolsillo interno al forro, dividiéndolo en dos partes | 25 min  |
| 33. Se cose el forro, marquilla y el cierre a la capellada          | 50 min. |
| 34. Se colocan los broches a la capellada                           | 25 min. |
| 35. Se colocan los adornos (flores sintéticas) a la capellada       | 10 min. |

Manijas:

- |                          |        |
|--------------------------|--------|
| 36. Se cosen las manijas | 15 min |
|--------------------------|--------|

37. Se colocan los broches a las manijas	5 min
<b>Subtotal tiempo ensamble</b>	<b>200 min.</b>

• **Armado:**

38. Se arma el bolso	30 min
<b>Subtotal tiempo armado</b>	<b>30 min.</b>

• **Finisaje:**

39. Se revisa y se despeluzo	5 min.
40. Colocación etiqueta	15min
41. Se rellena de papel para que no se desforme	10 min
42. Se empaca	8 min
43. Se almacena	2 min
<b>Subtotal tiempo finisaje</b>	<b>40 min.</b>

<b>TOTAL TIEMPO PRODUCCIÓN DE 15 bolsos</b>	<b>411 Min.</b>
<b>TOTAL TIEMPO PRODUCCIÓN DE 1 BOLSO GRANDE</b>	<b>27,40 min.</b>

**3.3.2.2 Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Ovalado , Tamaño Mediano (Lote: 15 bolsos)**A continuación se presenta el proceso de descripción, teniendo en cuenta que el lote de producción es de 15 bolsos, en sus cuatro etapas de producción. Se tiene en cuenta lo anotado en el bolso anterior.

• **Extendida de la tela, trazo(sisnado) y corte:**

1. Se seleccionan las telas.	5 min.
------------------------------	--------

De la base:

2. Se extiende la tela en el mesón para marcar la base	8 min.
3. Se colocan los moldes para obtener la base	1 min.
4. Se ajusta moldes con alfileres	1 min.
5. Se corta la tela para obtener la base	6 min.

De la odena (refuerzo de la base):

6. Se extiende la lámina en el mesón para marcar la odena	8 min.
7. Se colocan los moldes para sacar la odena	1 min.
8. Se ajusta los moldes	1 min.
9. Se corta la odena para obtener el refuerzo	6 min.

De la capellada:

- |   |        |
|---|--------|
| 10. Se extiende la tela en el mesón para obtener la capellada | 8 min. |
| 11. Se colocan los moldes para sacar la capellada             | 1 min. |
| 12. Se ajusta moldes con alfileres                            | 1 min. |
| 13. Se corta la tela para la capellada                        | 8 min. |

De las manijas:

- |  |        |
|--|--------|
| 14. Se extiende la tela en el mesón para obtener las manijas | 8 min. |
| 15. Se colocan los moldes para sacar las manijas             | 1 min. |
| 16. Se ajusta moldes con alfileres                           | 1 min. |
| 17. Se corta la tela para las manijas                        | 7 min. |

Del forro de la capellada:

- |   |        |
|---|--------|
| 18. Se extiende la tela en el mesón para obtener el forro | 8 min. |
| 19. Se colocan los moldes para sacar el forro             | 1 min. |
| 20. Se ajusta moldes con alfileres                        | 1 min. |
| 21. Se corta la tela para obtener el forro                | 8 min. |

De los bolsillos internos:

- |   |        |
|---|--------|
| 22. Se extiende la tela en el mesón para obtener los bolsillos internos | 8 min. |
| 23. Se colocan los moldes sacar el bolsillo interior                    | 1 min. |
| 24. Se ajusta moldes con alfileres                                      | 1 min. |
| 25. Se corta la tela para obtener el bolsillo interior                  | 5 min. |

De los ojales de la base:

- |   |        |
|---|--------|
| 26. Se extiende la tela en el mesón para obtener los ojales             | 5 min. |
| 27. Se coloca el molde para el ojal                                     | 1 min. |
| 28. Se ajusta moldes con alfileres                                      | 1 min. |
| 29. Se corta la tela para obtener los ojales, para colocar las argollas | 9 min. |

**Subtotal tiempo extendida, moldeado, sisnado( trazo) y corte 120 min.**

• **Ensamble de las partes:**

Ya cortadas las partes del bolso se inicia el prearmado del bolso, que es coser las partes, se ensambla:

Base:

- |  |         |
|--|---------|
| 30. Se cose la base del forro introduciendo la odena, cociendo los orillos y se colocan las argollas | 39 min. |
| 31. Se colocan los broches a la base   | 25 min. |

Capellada:	
32. Se une el bolsillo interno al forro, dividiéndolo en dos partes	25 min.
33. Se cose el forro, marquilla y el cierre a la capellada	50 min.
34. Se colocan los broches a la capellada	25 min.
35. Se colocan los adornos (flores sintéticas) a la capellada	10 min.
Manijas:	
36. Se cosen las manijas	10 min.
37. Se colocan los broches a las manijas	3 min.
<b>Subtotal tiempo ensamble</b>	<b>187 min.</b>
• <b>Armado</b>	
38. Se arma el bolso	30 min.
<b>Subtotal tiempo armado</b>	<b>30 min.</b>
• <b>Finisaje</b>	
39. Se revisa y se despeluza	5 min.
40. Colocación etiqueta	15 min.
41. Se rellena de papel para que no se desforme	10 min.
42. Se empaca	8 min.
43. Se almacena	2 min.
<b>Subtotal tiempo finisaje</b>	<b>40 min</b>
<b>TOTAL TIEMPO PRODUCCIÓN DE 15 bolsos</b>	<b>377 min.</b>
<b>TOTAL TIEMPO PRODUCCIÓN DE 1 BOLSO MEDIANO</b>	<b>25,13 min.</b>

### 3.3.2.3 Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Cuadrado , Tamaño Pequeño (Lote: 15 bolsos)

- **Extendida de la tela, trazo (sisnado) y corte:**

1. Se seleccionan las telas 5 min.

De la base:

2. Se extiende la tela en el mesón para marcar la base 7 min.

3. Se colocan los moldes para sacar la base 1 min.

4. Se ajusta moldes con alfileres 1 min.

5. Se corta la tela para obtener la base 6 min.

De la odena (refuerzo de la base):	
6. Se extiende la lámina en el mesón para marcar la base	7 min.
7. Se colocan los moldes para sacar la base	1 min.
8. Se ajusta moldes	1 min.
9. Se corta la lámina para obtener la base	6 min.
De la capellada:	
10. Se extiende la tela en el mesón para obtener la capellada	7 min.
11. Se colocan los moldes para sacar la capellada	1 min.
12. Se ajusta moldes con alfileres	1 min.
13. Se corta la tela para la capellada	7 min.
De las manijas:	
14. Se extiende la tela en el mesón para obtener las manijas	7 min.
15. Se colocan los moldes para sacar las manijas	1 min.
16. Se ajusta moldes con alfileres	1 min.
17. Se corta la tela para las manijas	7 min.
Del forro de la capellada:	
18. Se extiende la tela en el mesón para obtener el forro	7 min.
19. Se colocan los moldes para sacar el forro	1 min.
20. Se ajusta moldes con alfileres	1 min.
21. Se corta la tela para obtener el forro	7 min.
De los bolsillos internos:	
22. Se extiende la tela en el mesón para obtener los bolsillos internos	7min
23.. Se colocan los moldes para sacar el bolsillo interior	1 min.
24. Se ajusta moldes con alfileres	1 min.
25. Se corta la tela para los bolsillos interior	5 min.
De los bolsillos externos:	
26. Se extiende la tela en el mesón para obtener los bolsillos externos	: 7min
27. Se colocan los moldes para sacar los bolsillos externos	1 min.
28. Se ajusta moldes con alfileres	1 min
29 . Se corta la tela para los bolsillos externos	7 min.
De los ojales de la base:	
30. Se extiende la tela en el mesón para obtener los ojales	5 min.
31. Se coloca el molde para el ojal	1 min.
32. Se ajusta moldes con alfileres	1 min.
33. Se corta la tela para obtener los ojales, para colocar las argollas	8 min.
<b>Subtotal tiempo extendida, moldeado, sisnado (trazo) y corte</b>	<b>128 min.</b>

- **Ensamble de las partes:**

Ya cortadas las partes del bolso se inicia el prearmado del bolso, que es coser las partes, se ensambla:

**Base:**

- 34. Se cose la base del forro introduciendo la odena, cociendo los orillos y se colocan las argollas 36 min.
- 35. Se colocan los broches a la base 25 min.

**Capellada:**

- 36. Se une el bolsillo interno al forro, dividiéndolo en dos partes 25 min
- 37. Se cosen primero los bolsillos externos a la capellada, para que en la parte posterior no se note la costura 25 min
- 38. Se cose el forro, marquilla y cierre a la capellada 55 min.
- 39. Se colocan los broches a la capellada 25 min.
- 40. Se colocan los adornos sintéticos a la capellada 10 min

**Manijas:**

- 41. Se cosen las manijas 8 min.
- 42. Se colocan los broches a las manijas 3 min.

**Subtotal tiempo ensamble: 212 min**

- **Armado**

- 43. Se arma el bolso 30 min.
- Subtotal tiempo armado 30 min.**

- **Finisaje:**

- 44. Se revisa y despeluzo 5 min.
- 45. Colocación etiqueta 15 min.
- 46. Se rellena de papel para que no se desforme 10 min.
- 47. Se empaca 8 min.
- 48. Se almacena 2 min.

**Subtotal tiempo finisaje 40 min.**

**TOTAL TIEMPO PRODUCCIÓN DE 15 bolsos 400 min.**  
**TOTAL TIEMPO PRODUCCIÓN DE 1 BOLSO PEQUEÑO 26,67 min.**

Cabe anotar, que en las etapas del proceso de producción cambia el tiempo debido a que el tamaño de los bolsos es diferentes, pero es necesario hacer la aclaración, que en el bolso cuadrado que es el pequeño, el tiempo de producción es mayor que en el bolso mediano, debido a que el bolso pequeño lleva dos bolsillos externos, lo que genera dos procesos adicionales, el moldeado-sisnado-corte y ensamble de los mismos.

Resumiendo los tiempos por etapas del proceso y por tipo de bolso se tiene:

**Cuadro 66. Tiempos de producción, según tipo de bolso (Lote : 15 unidades)**

<b>Etapas</b>	<b>Estilo : Rectangular Tamaño : Grande</b>	<b>Estilo: Ovalado Tamaño: Mediano</b>	<b>Estilo: Cuadrado Tamaño: pequeño</b>
Extendida tela, moldeado y corte	141 min.	120 min.	128 min.
Ensamble partes	200 min.	187min.	212 min.
Armado	30 min.	30 min.	30 min.
Finisaje	40 min.	40 min.	40 min.
<b>TOTAL</b>	<b>411 min.</b>	<b>377 min.</b>	<b>400 min.</b>

Fuente: Cálculos de la autora.

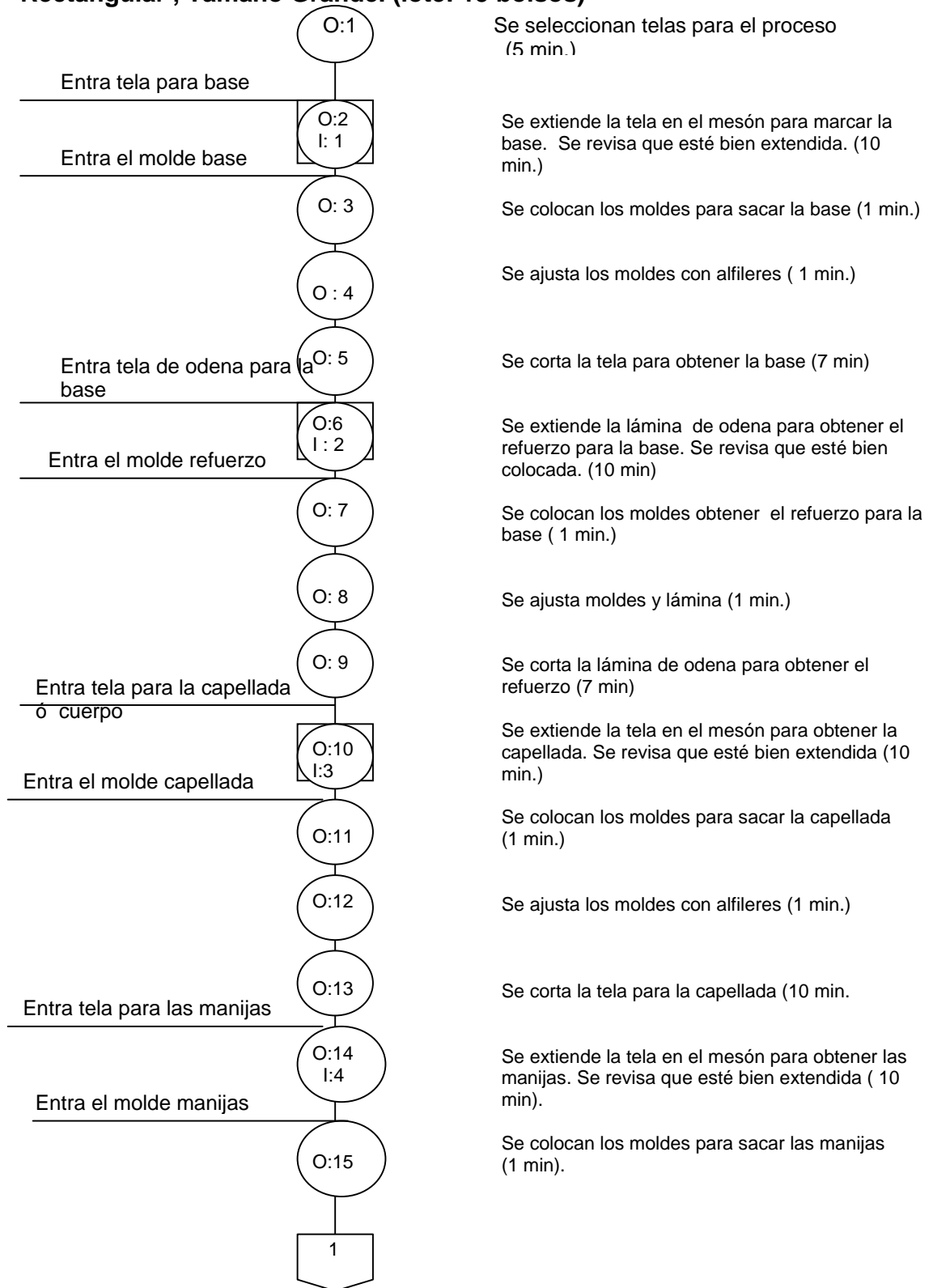
### 3.3.3 Diagrama de operación

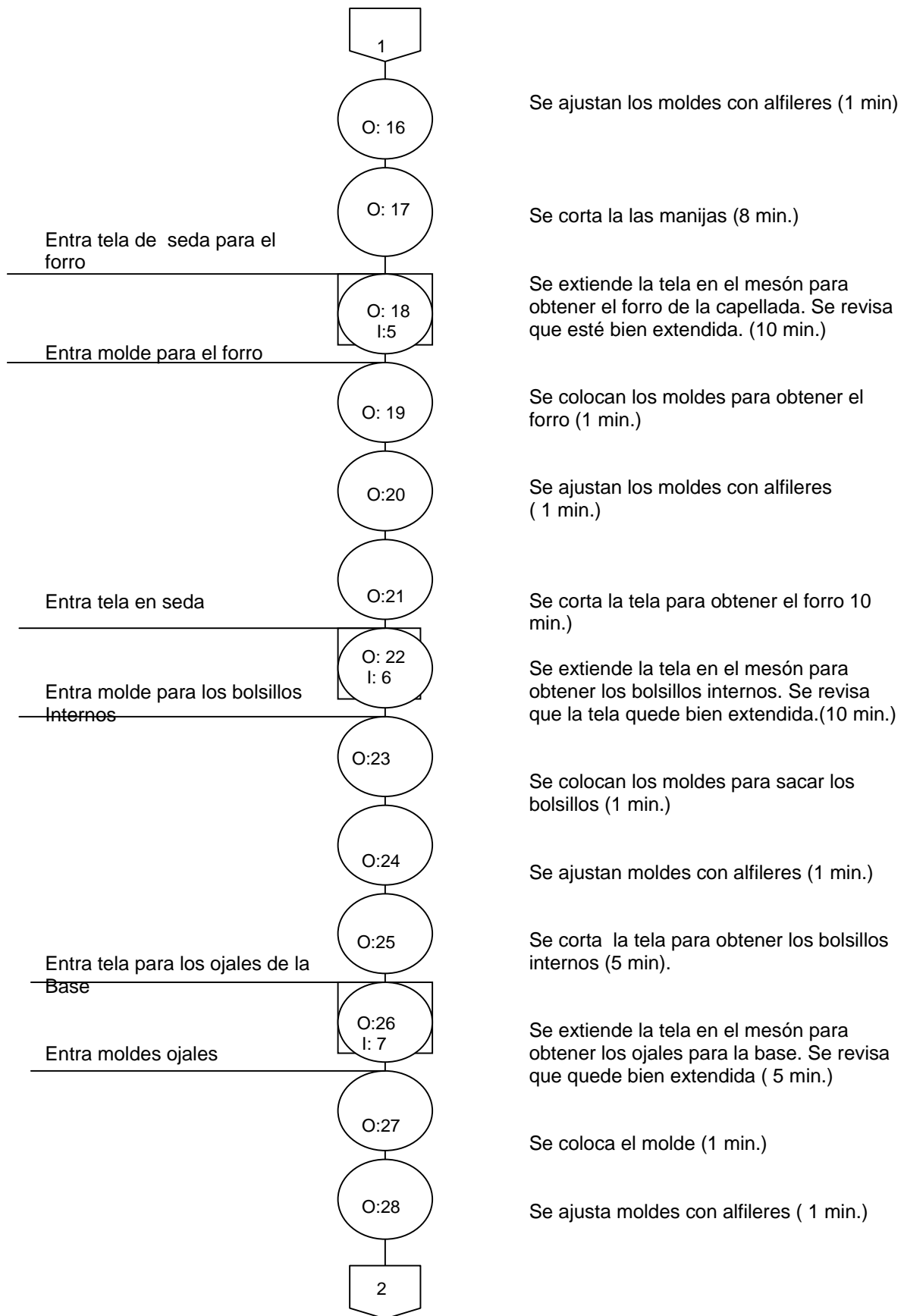
**3.3.3.1 Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Rectangular , Tamaño Grande.** Véase Figura 55 .

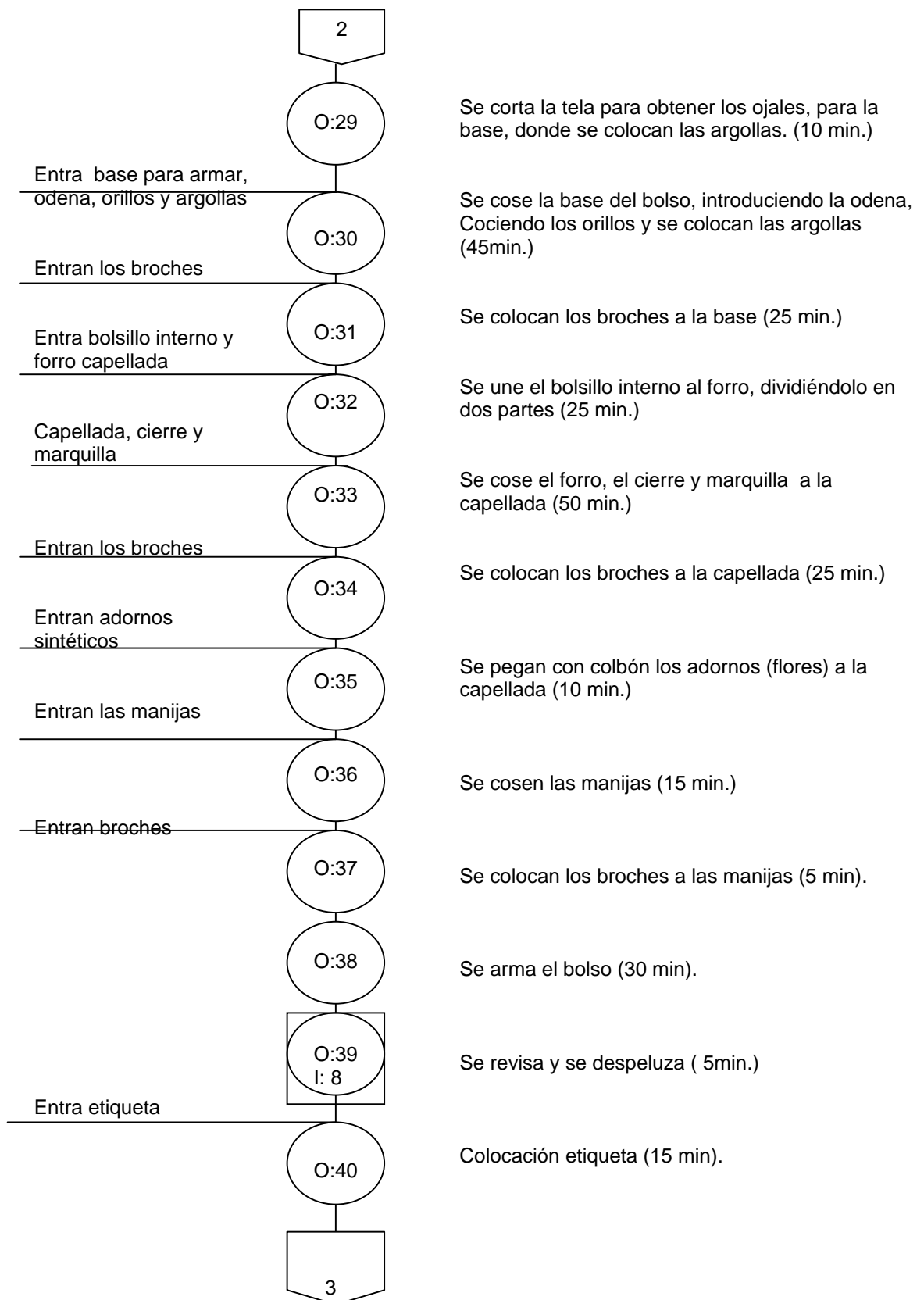
**3.3.3.2 Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano.** Véase Figura 56.

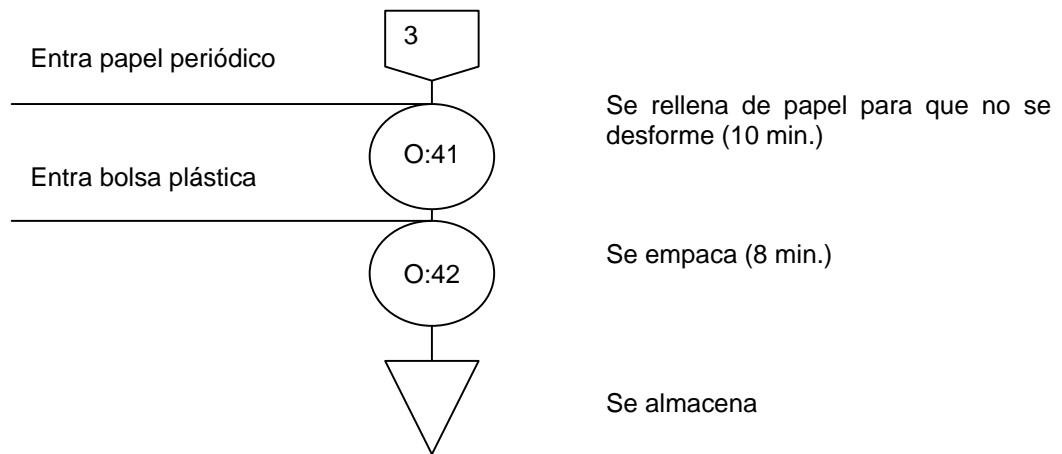
**3.3.3.3 Descripción técnica del proceso de producción para el Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño.** Véase Figura 57.

**Figura 55. Proceso técnico para la producción del Bolso Estilo Rectangular , Tamaño Grande. (lote: 15 bolsos)**



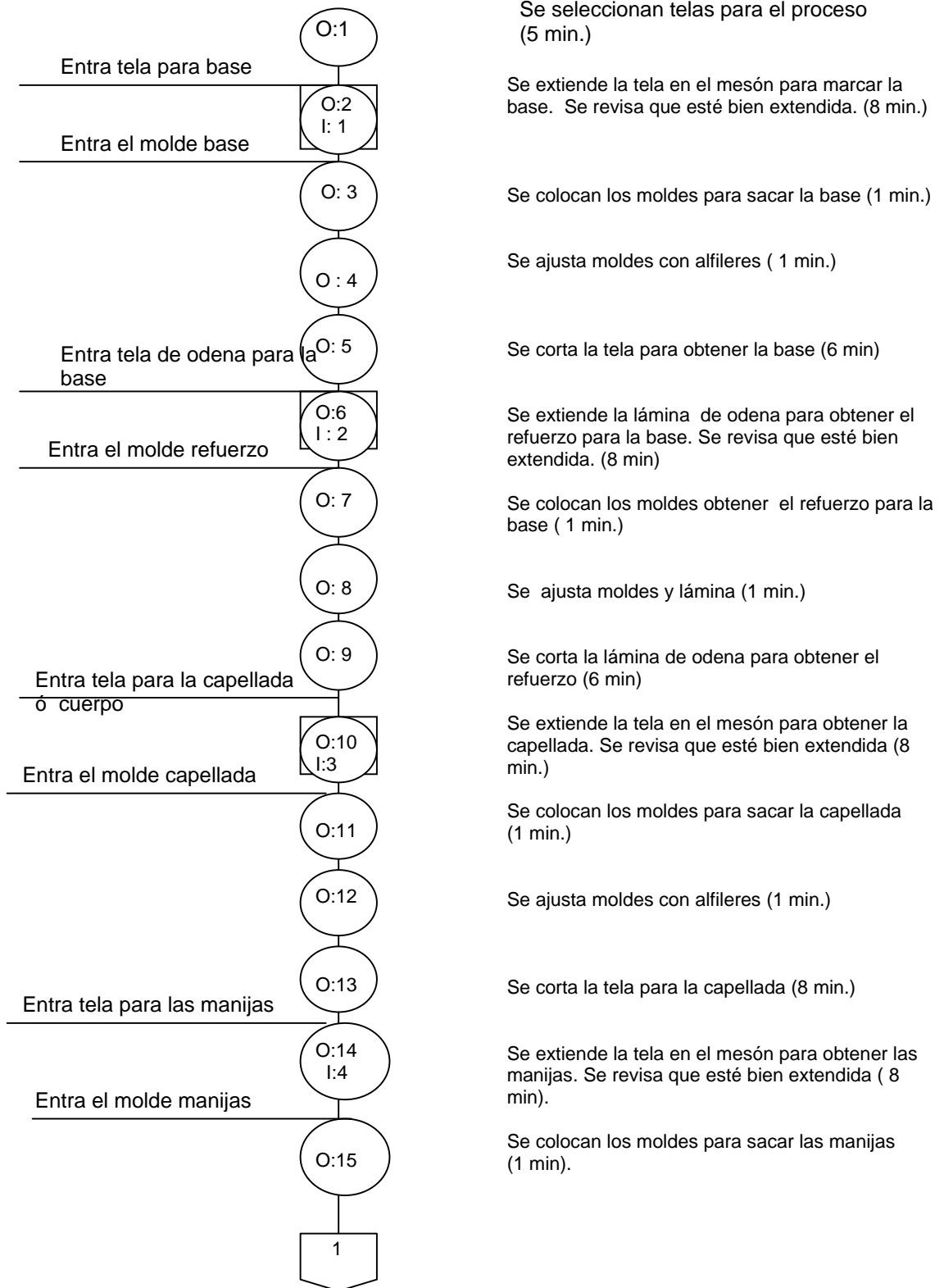


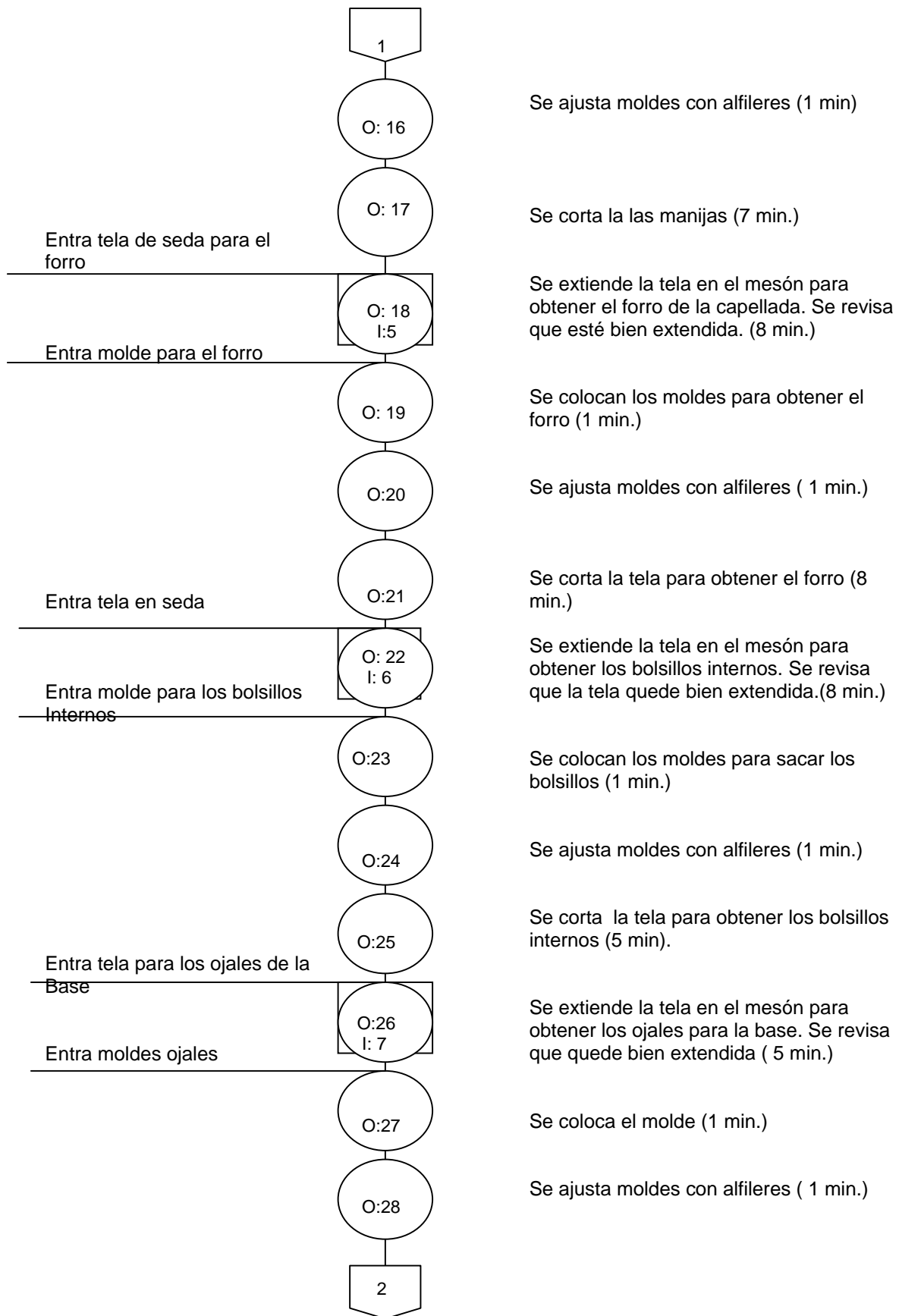


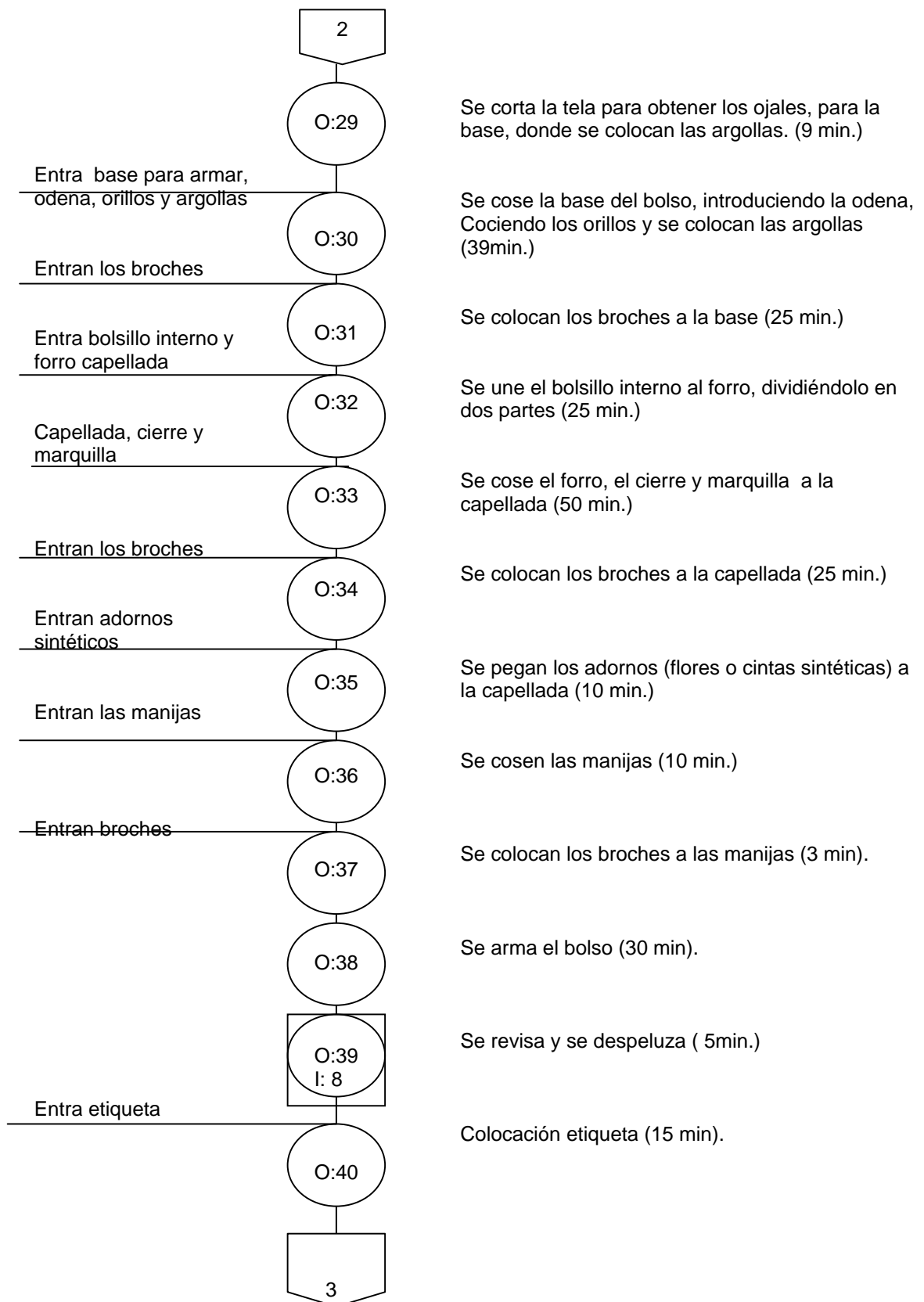


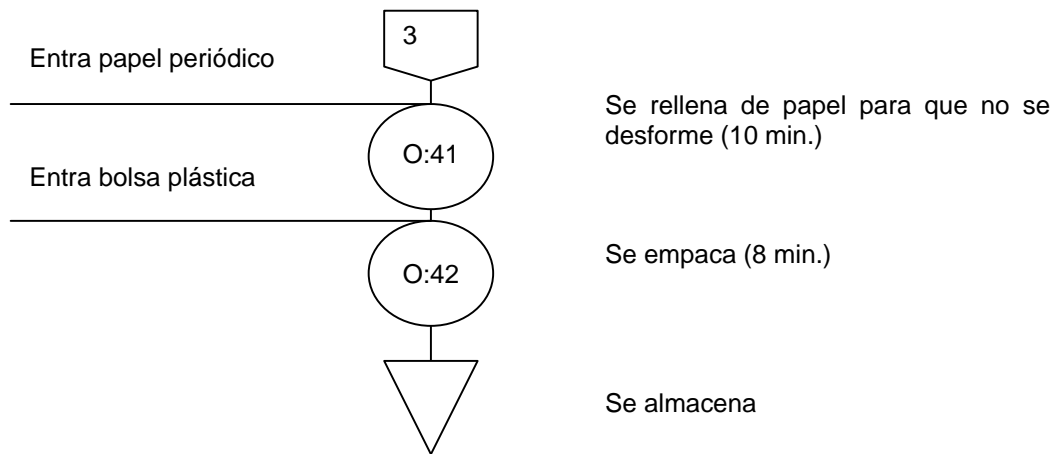
Fuente: Autora del proyecto

**Figura 56. Proceso técnico para la producción del Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano (lote: 15 bolsos)**



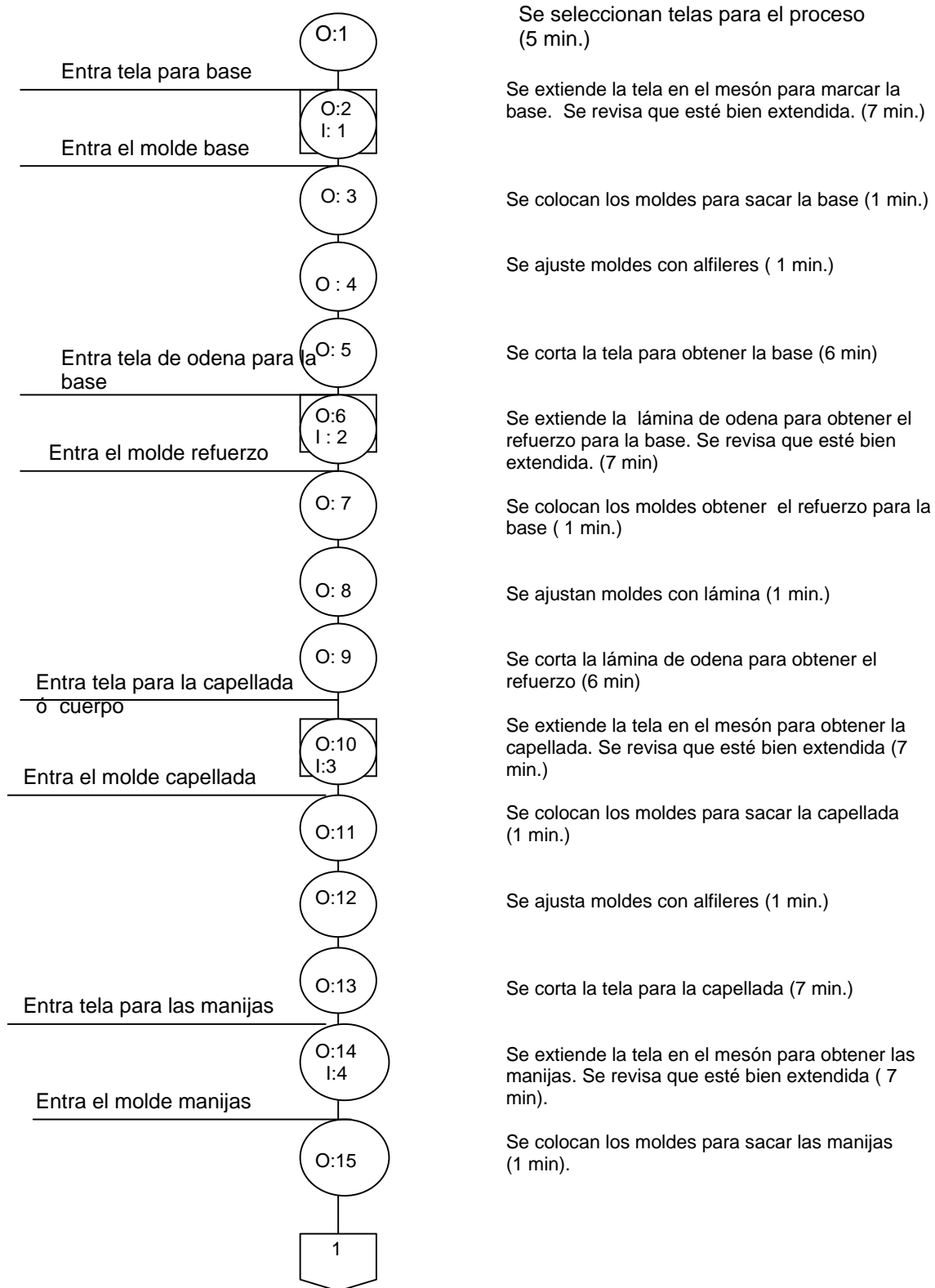


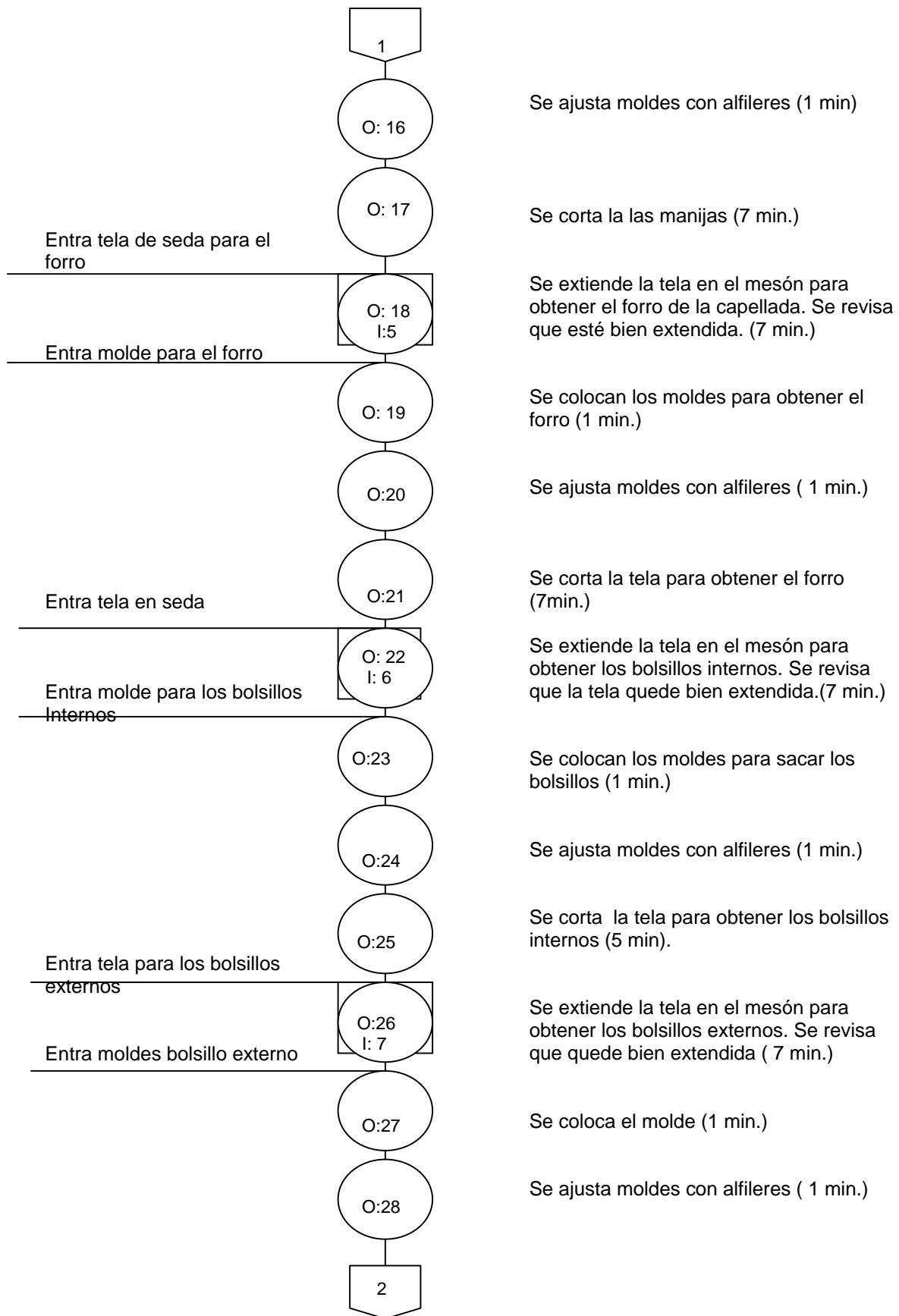


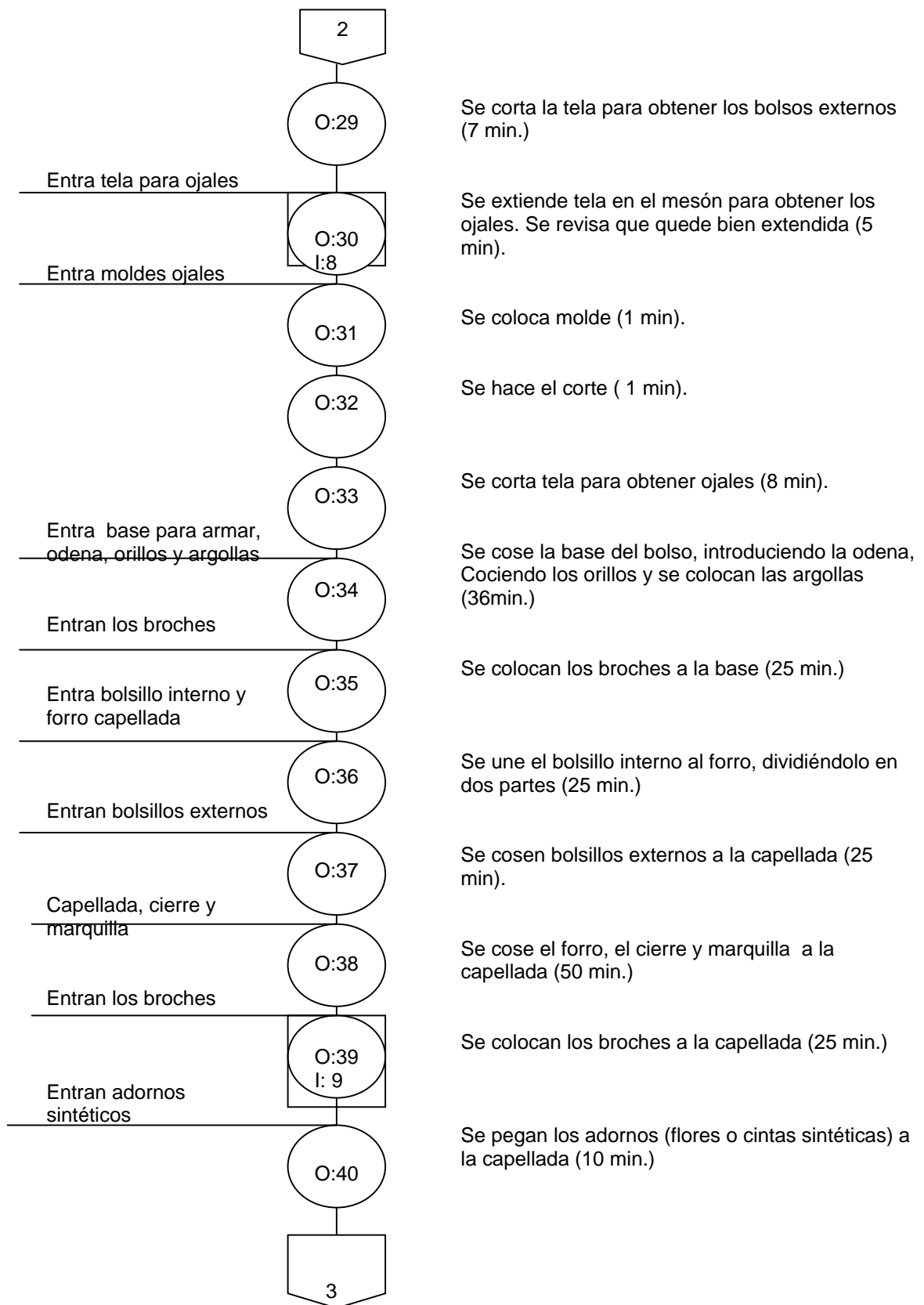


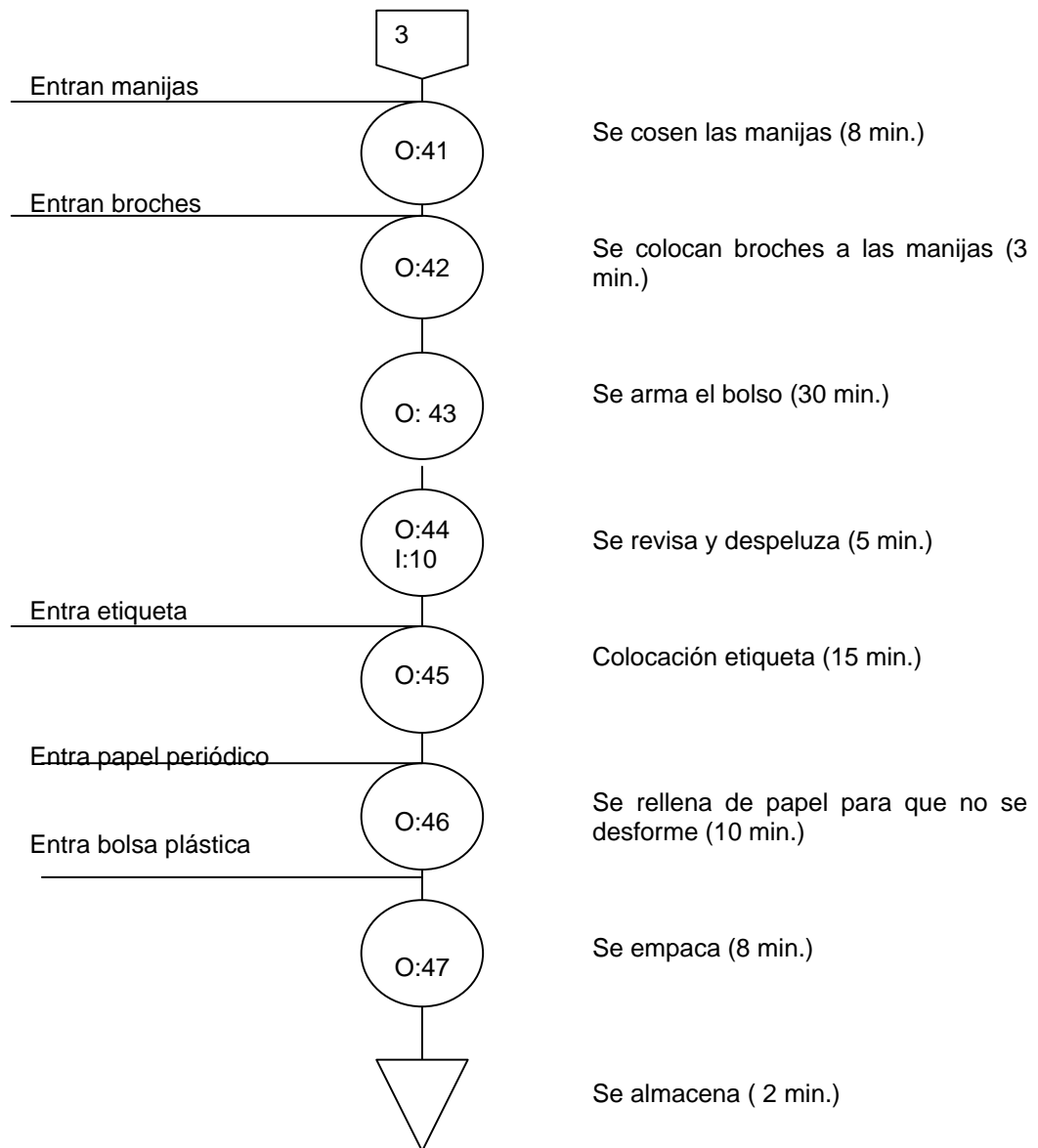
Fuente: Autora del proyecto

**Figura 57. Proceso técnico para la producción del Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño (lote: 15 bolsos)**









Fuente: Autora del proyecto

**3.3.4 Control de calidad.** Para que la empresa pueda operar con éxito es necesario que exista un adecuado manejo en cuanto a los controles de calidad en donde se tenga un enfoque de las necesidades actuales y futuras del cliente que le permita brindar un producto de excelente calidad, por tal razón se tendrá en cuenta los requerimientos exigidos en las normas:

ISO 9000:2000: Establece los términos y definiciones del sistema de gestión de la calidad.

ISO 9001:2000: Establece los requisitos del sistema de gestión de la calidad.

ISO 10013:2000: Directrices para la documentación del sistema de gestión de la calidad.

ISO 18000:2007: Seguridad y salud ocupacional (OHSAS)

Lo anterior, para evitar tener productos con defectos ya sea en costuras y calidad de los insumos. Además, se debe llevar un registro de quejas o reclamos que los clientes crean pertinentes, para lograr un buen resultado en el proceso de elaboración y funcionamiento de la empresa, estar en una permanente retroalimentación y capacitación con el personal acerca de la calidad en el producto.

En el momento de recibir la materia prima en la empresa, proveniente del proveedor se inspecciona la calidad de los conos de hilos, y su color, al igual que las telas que vienen de los proveedores ya bordadas. Se constata que los pedidos recibidos coincidan con los realizados, al igual que los precios acordados previamente. También se revisa la calidad de los otros insumos como es odena, las argollas, los broches y adornos sintéticos. Acordar con el proveedor que ante algún defecto de la materia prima, ésta se debe ser reemplaza o cambiada, con el propósito de lograr una excelente calidad en el producto a fabricar.

Se procede a colocar en los estantes respectivos, para cubrir y proteger la

materia prima; esto se revisan previamente que estén limpios sin ninguna impureza.

Cada estante en donde se ubicará la materia prima, tendrá una señalización de acuerdo al tipo de insumos.

En el momento de iniciar la producción las mesas deben estar limpias y con sus respectivas herramientas. Cada etapa del proceso se va evaluando, con el fin de lograr una calidad final en el producto. Cabe anotar, que antes de iniciar el proceso de corte de las partes que conforman el bolso, debe seleccionarse la materia prima que se requerirá en el proceso. Inicialmente los mesones deben estar limpios, al igual que los moldes y estar en el momento de iniciar la actividad. Para obtener una excelente calidad, se debe extender bien la tela y colocarla de acuerdo a la cantidad de bolsos a elaborar en el día. Se coloca los moldes y se efectúa un trazado y un corte exacto, con el propósito de hacer un buen aprovechamiento de las telas y evitar desperdicios de los insumos. Durante el proceso se tiene que realizar una inspección en las tareas, con el fin de corregir en el momento los errores cometidos, para así lograr un proceso productivo eficiente.

El producto final será empacado en bolsas de plástico en el que se encontrará impreso el nombre, dirección y teléfono de la Empresa. Se almacenan en un lugar seco, con buena ventilación, organizados por tamaño y por tipo de tela en que se elaboraron.

Es necesario anotar, que cuando se efectúa el corte de las partes del bolso como son: base, capellada y tiras, los residuos o sobrantes de tela obtenidos una vez cortadas las partes, se utilizan para cortar los orillos (ojales) de la base del bolso, donde se colocarán las tiras del mismo. Relativamente es poco el desperdicio que se obtendrá del mismo; los residuos que no se

pueden utilizar, quedan como sobrantes para reciclaje; este es poco, dado la debida utilización de las telas. El corte se hará en forma longitudinal, para obtener un bolso de buena calidad, es decir, su corte se hará aprovechando la tela al máximo, pero teniendo en cuenta la calidad del producto, es decir, el corte no se hace a lo hecho, puesto con el tiempo el bolso se puede deformar. Lo único que se puede hacer a lo ancho es el forro, haciendo uso de su desperdicio para elaborar los bolsillos internos.

Por lo anterior puede afirmarse que el sobrante que queda al cortar obtenido en el proceso se utiliza para elaborar otras partes, por consiguiente es muy mínimo.

Los equipos deben tener un mantenimiento preventivo, con el propósito de evitar daños en su funcionamiento, que entorpezcan el proceso productivo.

**3.3.5 Recursos.** El capital humano necesario para la producción que se ha estipulado es el siguiente:

**3.3.5.1 Humanos.** El personal requerido tanto para el área operativa, como administrativa y comercial, es el siguiente:

Mano de Obra para el área de producción

- |                          |   |   |
|--------------------------|---|---|
| - Jefe de producción     | 1 |   |
| - Operario N° 1          | 1 | (cortador, ensambla y arma)                             |
| - Operario N° 2          | 1 | (ensambla partes y arma)                                |
| - Auxiliar de producción | 1 | (para almacenar insumos, producto terminado y finisaje) |

Fuera de nómina:

- |              |   |                         |
|--------------|---|-------------------------|
| - Diseñadora | 1 | (honorario, por diseño) |
|--------------|---|-------------------------|

- Patronador 1 (honorario, por moldes)
- Sisnador 1 (honorario, por pieza de molde)

Cabe anotar, que para cada año debido a que aumenta la producción, según el Cuadro 59, es necesario aumentar la mano de obra directa, pero en los años 1 y 2, se trabaja con el mismo personal; para el año 3, se contrata un nuevo operario; en el año 5 se contratará otro operario. Por consiguiente la mano de obra directa sería:

**Cuadro 67 . Mano de obra directa estimada para cinco años**

<b>Cargos</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Jefe de producción	1	1	1	1	1
Operario N° 1 (cortador, ensamble y armada)	1	1	1	1	1
Operario N° 2 (ensamble y armada)	1	1	1	1	1
Aux. de operario	1	1	1	1	1
Operario N° 3 (ensamble y armada)	--	--	1	1	1
Operario N° 4 (ensamble y armada)	--	--	--	--	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>6</b>

Mano de Obra Administrativa y Comercial:

- Gerente o Administrador 1
- Secretaria Auxiliar Contable 1
- Servicios Varios 1
- Vendedor mostrador 1
- Contador (por honorarios) 1

**3.3.5.2 Físicos.** Los recursos físicos requeridos para organizar el nuevo proyecto, se clasifican por áreas:

- **Área administrativa:**

**Cuadro 68. Muebles y enseres. Área Administrativa**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
1	Escritorio tipo gerente
1	Silla giratoria con brazos, ergonómica, tipo presidencial.
1	Mesa computador
6	Sillas auxiliares de madera
2	Escritorio secretariales
2	Sillas giratorias
4	Papeleras
1	Archivador de tres gavetas vertical

Fuente: Autora del proyecto

En cuanto a los equipos de oficina, se relacionan los necesarios para la realización de las actividades propias del área. Véase Cuadro 69

**Cuadro 69. Equipos de oficina. Área Administrativa**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
2	Calculadora manual eléctrica: Pantalla de 12 dígitos. Eléctrica, margen de utilidad, avance de papel, impresión bicolor, fuente de papel
2	Líneas telefónicas
1	Telefax: Marca Panasonic. Modelo KX-FT981 LA. Papel térmico, alimentador documentos 10 páginas, marcación directa a 100 números, modo superfino. Garantía 1 año.
3	Teléfonos marca Panasonic. Modelo T2315, sencillo, con manos libres, ideal para oficinas y para plantas telefónicas Panasonic.
1	Computador completo con impresora burbuja y con programas legalizados. Computador Marca HP, doble núcleo, 2 RAM de memoria, programas Microsoft office legalizado, Programa SIIGO para llevar contabilidad.

Fuente: Autora del proyecto

- **Área de Ventas ó Comercial**

**Cuadro 70. Muebles y enseres. Área Comercial**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
1	Mueble para ubicar caja registradora
2	Sillas auxiliares
4	Estantes para colocar bolsos
1	Papelera

Fuente: Autora del proyecto

**Cuadro 71. Equipos de oficina. Área Comercial**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
1	Máquina registradora , Marca Sharp XE A 102. Nuevo sistema de cerradura de control, 8 departamentos, 200 precios programados por código, cajón con 3 compartimentos para billetes y para monedas, información de los totales en pantalla, función de anulación último y anterior artículo, registro código de referencia, informes, función si --- no, en ticket para ahorrar papel, incluido porcentaje de descuento, pantalla para hora y fecha, Pantalla LED alargada y de fácil lectura. Dimensiones: 330x363x253mm y 5 Kg.
1	Teléfono Panasonic.
1	Calculadora. Marca Sharp. Pantalla de 12 dígitos. Eléctrica, margen de utilidad, avance de papel, impresión bicolor, fuente de papel.

Fuente: Autora del proyecto

- **Área Operativa o de Producción:**

**Cuadro 72. Muebles y enseres. Área Operativa**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
2	Mesón para corte
2	Mesón para armado
4	Sillas
6	Estantes metálicos
1	Locker

Fuente: Autora del proyecto

**Cuadro 73. Equipos de producción. Área Operativa**

<b>Cantidad</b>	<b>Nombre</b>	<b>Especificaciones técnicas</b>
2	Máquina plana, Marca Singer Ref. 394	Costura recta y zigzag, posicionador de aguja, motor de ½ HP, 4.000 puntadas por minuto, costura recta, lubricación automática, puntada de seguridad. Ajuste especial para trabajos medianos y pesados, como driles, jeans, telas de cortinas y cueros finos. Cabeza ergonómica. Sistema de levantamiento de prensatelas con la rodilla. El aceite circula a través de la máquina por medio de la bomba centrífuga que capta el aceite del depósito instalado en la base de la máquina. La caja bobina y el gancho son fabricados en Japón. Cabeza ergonómica. Selector grande que facilita regular el largo del punto. Palanca para remates de fácil operación. Protector de banda de fácil instalación. Ideal para Costuras generales en telas livianas hasta en prendas de uso industrial. Debe montarse en mesa industrial. (Véase Figura 58)
2	Máquinas de herraje Marca Gameco	Para colocar remaches, herrajes, botones, broches de presión, en jeans o en cualquier tipo de ropa. Los troqueles se pueden vender por separado. Se entrega con motor, accesorios, el motor funciona con corriente normal de 110 V. Un año de garantía(Véase Figura 59)
2	Máquina cortadora circular de 4". Marca Singer. Referencia RC-100	Capacidad de corte 100 mm, altura de cuchilla 200 mm, tipo de cuchilla octogonal, velocidad 600 rpm, potencia 100 watt, peso: 4,2 Kg. Dimensiones: 940x380x305/5. Para cortar telas tipo algodón, gasa, linos, jeans, etc.. Manejo manual. (Véase Figura 60).
1	Máquina de codo marca Singer. Ref. 225	Máquina de cose de codo, con doble cadeneta y tres agujas. Montaje en mesa. Gauge a 6.4 mm (estándar), con puller y rodillo de acero para trabajo extrapesado. Velocidad máxima de 3600 rpm, lubricación automática, largo de punta, montaje especial para dejar el codo libre. (Véase Figura 61)

Fuente: Autora del proyecto y cotizaciones realizadas.

**Figura 58. Máquina plana**



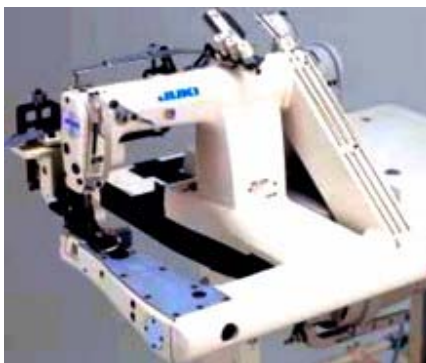
**Figura 59. Máquina de herrajes**



**Figura 60. Máquina cortadora**



**Figura 61. Máquina de codo**



**Cuadro 74. Herramientas Menores u otros insumos**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>
2	Reglas
2	Escuadras
3	Tijeras telas
3	Metros
1	Kit perforadores de mano
1	Dispensador de pegante
2	Lápiz de color para trazar
1	Martillo
2	Canastas para recoger desperdicios
3	Canastas para recoger bolsos de una sección a otra
3	Kit de cuchillas para cortadoras

Fuente: Autora del proyecto

**3.3.5.3 Insumos.** Los insumos necesarios para elaborar los bolsos en tela tres en uno son:

- Telas: Pana o dryll, bordadas
- Seda Vendaval o Tempestad (Para el forro)
- Odena (para la base del bolso)
- Argollas metálicas
- Broches Button 520
- Hilo
- Cierre

- Marquilla
- Etiqueta
- Bolsa
- Flores y tirillas sintéticas

Para producir cada tipo de bolso, según su estilo y tamaño, se hace necesario la siguiente cantidad de insumo por producto. A continuación se presenta una relación de insumos según el tipo de ellos. La cuantificación anual para la producción se realiza en el Estudio Financiero. Por consiguiente se tiene que en el Cuadro 75 se presenta la cantidad de partes de un bolso que saldrían de un metro de tela de pana o de dryll, de 1,00 x1,50 m. de ancho, la seda para el forro con igual magnitud y de la lámina de odena de 0,5 mm., que viene de 1,00 m. de largo por 1,40 m. de ancho.

**Cuadro 75. Manejo de la tela, forro y odena. Bolso Rectangular, Tamaño Grande**

Partes del bolso	Medidas Básicas	Medir en el metro	Salen de un metro	Sobrante que sirve
Base	27cm de largo x 6,5cm de ancho	27cmx13cm	33 Bases	19cm x 150cm y 81cm x 7 cm.
Cuerpo	27cm de ancho x 16cm de largo	54cmx32cm	6 Cuerpos	96cm x 42cm
Manijas	50cm de largo x 2,5cm de ancho	50cm x5cm	60 Manijas	No queda sobrante
Forro	27cm de ancho x16cm de largo	54cmx32cm	6 forros	4cm x 150cm y 96cm x 42cm
Bolsillo*	8cm de ancho x 12cm de largo	8cm x12cm	40 +75 =115bolsillos	Salen del sobrante del forro
Odena refuerzo	27cm de largo x 6,5cm de ancho	27cm x6,5cm	75 odenas	No queda sobrante
Orillos**	2,5cm de largo x 3cm de ancho	5 cmx6cm	75+16+133 = 224 orillos	salen del sobrante de base y cuerpo

La tela para el bolso y para el forro y bolsillos, es de 1,50 mts. de ancho; la odena es una lámina de 1" de 1,00 metro de largo por 1,40 mts de ancho

\* Los bolsillos se obtienen con el sobrante del forro

\*\* Los orillos se obtienen con el sobrante de la base y cuerpo

Fuente: Autora del Proyecto

En cuanto al bolso estilo ovalado, tamaño mediano, se tiene: Véase Cuadro 76

**Cuadro 76. Manejo de la tela, forro y odena. Bolso Ovalado, Tamaño Mediano**

Partes del bolso	Medidas	Medir en el metro	Salen de un metro	Sobrante que sirve
Base	24cm de largo x 6,5cm de ancho	24cmx13cm	44 bases	96cm x 7cm
Cuerpo	24cm de ancho x 14cm de largo	48cmX28cm	9 cuerpos	16cm x 150cm y 84cms x 6cm
Manijas	40cm de largo x 2,5cm de ancho	40cmx5cm	60 manijas	20cm x 150cm
Forro	24cm de ancho x 14cm de largo	48cmX28cm	9 forros	16cm x 150cm y 84cm x 6cm
Bolsillo*	6cm de ancho x 10cm de largo	6cmx10cm	25 + 8 = 33 bolsillos	salen del sobrante del forro
Odena refuerzo	24cm de largo x 6,5cm de ancho	24cmx6,5cm	75 odenas	No queda sobrante
Orillos**	2,5cm de largo x 3cm de ancho	5cmx6cm	19+75+16+100= 210 orillos	salen del sobrante de base, cuerpo y manija

La tela para el bolso y para el forro y bolsillos, es de 1,50 mts. de ancho; la odena es una lámina de 1" de 1,00 metro de largo por 1,40 mts de ancho

\* Los bolsillos se obtienen con el sobrante del forro

\*\* Los orillos se obtienen con el sobrante de la base y cuerpo

Fuente: Autora del Proyecto

**Cuadro 77. Manejo de la tela, forro y odena. Bolso Cuadrado Tamaño pequeño**

Partes del bolso	Medidas	Medir en el metro	Salen de un metro	Sobrante que sirve
Base	21cm de largo x 6,5cm de ancho	21cmx13cm	44 bases	16cm x150cm y 84 cm. x 150cm
Cuerpo	21cm de ancho x 14cm de largo	42cmx28cm	9 cuerpos	16cm x 150cm y 84 cm. x 150cms
Manijas	30cm de largo x 2,5cm de ancho	30cmx5cm	90 manijas	10cm x 150cm.
Forro	21cm de ancho x 14cm de largo	42cmx28cm	9 forros	16 cm x 150 cm y 84 cm. x 150 cm
Bolsillo*	5cm de ancho x 8 cm. de largo	5cmx8cm	30+ 48= 78 bolsillos	Salen del sobrante del forro
Odena refuerzo	21cm de largo x 6,5cm de ancho	21cmx13cm	90 odenas	No salen sobrantes
Orillos**	2,5cm de largo x 3cm de ancho	5cmx6cm	75+400+ 75+400+50= 1.000 orillos	Salen del sobrante de base, cuerpo y manija
Bolsillo externo	5cm de largo x 8cm de ancho	5cmx8cm	360	No salen sobrantes

La tela para el bolso, el forro y bolsillos, es de 1,50 mts. de ancho; la odena es una lámina de 1" de 1,00 metro de largo por 1,40 mts de ancho; el plástico de color para el bolsillo externo viene de 1,50mts de ancho.

\* Los bolsillos se obtienen con el sobrante del forro

\*\* Los orillos se obtienen con el sobrante de la base y cuerpo

Fuente: Autora del Proyecto

En cuanto a otros insumos como son: argollas, hilo, cierre, argollas, bolsas plásticas, etc.. se tienen los siguiente:

**Cuadro 78. Otros insumos requeridos para la fabricación de los bolsos**

<b>Insumos</b>	<b>Bolso Estilo Rectangular. Tamaño Grande</b>	<b>Bolso Estilo Ovalado. Tamaño Mediano</b>	<b>Bolso Estilo Rectangular. Tamaño Pequeño</b>
Hilo	33% de un tubino	25% de un tubino	29% de un tubino
Cremallera	1	1	1
Broches	32	23	25
Argollas	2	2	2
Marquilla	1	1	1
Etiqueta	1	1	1
Monedero	1	1	1
Adornos sintéticos	3 flores	1 tirilla	2 medialuna
Bolsa plástica	1	1	1

Fuente: Autora del Proyecto

Por consiguiente, el total de insumos que se requieren para cada estilo de bolsos, en términos mensuales y anuales, según volumen de producción, se contemplan en los cuadros siguientes:

**Cuadro 79 . Resumen total de insumos necesarios para producción del Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande, en términos mensual y anual**

Insumos	Unidad medida insumo	Por Unidad de bolso	Producción por mes	Total insumos por mes	Producción por año	Total insumos por año
Tela ( de 1 metro largo x 1,50 de ancho):						
Base	Metro	1/33= 0,030	67	2,03	799	24,21
Capellada	Metro	1/6= 0,167	67	11,17	799	133,19
Tiras	Metro	1/60 =0,167	67	1,12	799	13,34
Total tela				14,32		170,75
Hilo (Tubino)	Tubino	33%	67	22,11	799	263,67
Seda	Metro	1/6=0,167	67	11,17	799	133,19
Odena (0,5 mm)	Lámina	1/75=0,013	67	0,89	799	10,63
Cremallera	Unidad	1	67	67	799	799
Broches	Unidad	32	67	2.144	799	25.568
Argollas	Unidad	2	67	134	799	1.598
Marquilla	Unidad	1	67	67	799	799
Etiqueta	Unidad	1	67	67	799	799
Bolsa plástica	Unidad	1	67	67	799	799
Adornos sintéticos	Unidad	3	67	201	799	2.397
Monedero	Unidad	1	67	67	799	799
Para 2 capelladas y dos tiras						
Tela:						
Capelladas	Metro	2/6= 0,33	67	22,11	799	263,67
Tiras	Metro	2/60=0,033	67	2,211	799	26,36
Total tela				24,321		290,04
Hilo	Tubino	58%	67	38,86	799	463,42
Seda forro	Metro	2/6=0,33	67	22,11	799	263,67
Cremallera	Unidad	2	67	134	799	1.598
Broche	Unidad	60	67	4.020	799	47.940
Marquilla	Unidad	2	67	134	799	1.598
Etiqueta	Unidad	2	67	134	799	1.598
Adornos sintéticos	Unidad	6	67	402	799	4.794

Fuente: Cálculos de la autora

**Cuadro 80 . Resumen total de insumos necesarios para producción del Bolso Estilo Ovalado , Tamaño Mediano**

Insumos	Unidad medida insumo	Por Unidad de bolso	Producción por mes	Total insumos por mes	Producción por año	Total insumos por año
Tela ( de 1 metro largo x 1,50 de ancho)						
Base	Metro	$1/44=0,023$	150	3,41	1.798	40,81
Capellada	Metro	$1/9=0,111$	150	16,67	1.798	199,76
Tiras	Metro	$1/60=0,0167$	150	2,51	1.798	30,03
Total tela				22,58		270,60
Hilo (Tubino)	Tubino	25%	150	37,5	1.798	449,5
Seda	Metro	$1/9=0,111$	150	16,67	1.798	199,76
Odena	Lámina	$1/75= 0,133$	150	1,995	1.798	23,91
Cremallera	Unidad	1	150	150	1.798	1.798
Broches	Unidad	23	150	3.450	1.798	41.354
Argollas	Unidad	2	150	300	1.798	3.596
Marquilla	Unidad	1	150	150	1.798	1.798
Etiqueta	Unidad	1	150	150	1.798	1.798
Bolsa plástica	Unidad	1	150	150	1.798	1.798
Adorno sintético	Unidad	1	150	150	1.798	1.798
Monedero	Unidad	1	150	150	1.798	1.798
Para 2 capelladas y dos tiras						
Tela:						
Capelladas	Metro	$2/9=0,22$	150	33,33	1.798	399,52
Tiras	Metro	$2/60= 0,33$	150	4,995	1.798	59,87
Total tela				11,805		459,39
Hilo	Tubino	20%	150	30	1.798	359,6
Seda forro	Metro	$2/9=0,22$	150	33,33	1.798	399,52
Cremallera	Unidad	2	150	300	1.798	3.596
Broche	Unidad	44	150	6.600	1.798	79.112
Marquilla	Unidad	2	150	300	1.798	3.596
Etiqueta	Unidad	2	150	300	1.798	3.596
Adornos sintéticos	Unidad	2	150	300	1.798	3.596

Fuente: Cálculos de la autora

**Cuadro 81 . Resumen total de insumos necesarios para producción del Bolso Estilo Cuadrado , Tamaño Pequeño**

Insumos	Unidad medida Insumo	Por Unidad de bolso	Producción por mes	Total insumos por mes	Producción por año	Total insumos por año
Tela ( de 1 metro largo x 1,50 de ancho)						
Base	Metro	$1/44=0,023$	117	2,66	1.399	31,76
Capellada	Metro	$1/9=0,111$	117	13,00	1.399	155,43
Tiras	Metro	$1/90=0,011$	117	1,30	1.399	15,53
Total tela				16,95		202,72
Hilo (Tubino)	Tubino	29%	117	33,93	1.399	405,71
Seda	Metro	$1/9=0,111$	117	13,00	1.399	155,43
Odena	Lámina	$1/90=0,011$	117	1,2987	1.399	15,53
Cremallera	Unidad	1	117	117	1.399	1.399
Broches	Unidad	25	117	2.925	1.399	34.975
Argollas	Unidad	2	117	234	1.399	2.798
Marquilla	Unidad	1	117	117	1.399	1.399
Etiqueta	Unidad	1	117	117	1.399	1.399
Bolsa plástica	Unidad	1	117	117	1.399	1.399
Adornos sintéticos	Unidad	2	117	234	1.399	2.798
Monedero	Unidad	1	117	117	1.399	1.399
Bolsillos externos	Metro	$2/360=0,0056$	117	0,66	1.399	7,83
Para 2 capelladas y dos tiras						
Tela:						
Capelladas	Metro	$2/9=0,22$	117	26	1.399	310,86
Tiras	Metro	$2/90=0,022$	117	2,60	1.399	31,06
Total tela				28,59		341,92
Hilo	Tubino	50%	117	58,50	1.399	699,50
Seda forro	Metro	$2/9=0,22$	117	26,00	1.399	310,86
Cremallera	Unidad	2	117	234	1.399	2.798
Adornos sint.	Unidad	4	117	468	1.399	5.596
Broche	Unidad	48	117	5.616	1.399	67.152
Marquilla	Unidad	2	117	234	1.399	2.798
Etiqueta	Unidad	2	117	234	1.399	2.798
Bolsillos ext.	Metro	$4/360=0,011$	117	1,29	1.399	15,39

Fuente: Cálculos de la autora

**3.3.6 Estudio de proveedores.** Los proveedores tanto de los activos como de los insumos, se encuentran todos ubicados en la ciudad de Bucaramanga. Ellos son:

- **Para los muebles**

Compumuebles	:	Carrera 33 N° 55-50
Almacén Xinor	:	Calle 41 N° 19-36
Muebles Equi-Ofis	:	Carrera 17 N° 53-27
Muebles Ofimacto	:	Carrera 21 N° 50-70
Papelería y Suministros S.A.:		Carrera 6 N° 25-06
Almacén Fábrica Metálicas Colombia:		Carrera 15 N° 45-33
Metálicas García	:	Carrera 15 N° 24-61
Industrias Pico	:	Carrera 15 N° 11-89
Manufacturas Muñóz	:	Carrera 36 N° 51-71 Of. 204

- **Para los equipos**

American Computer	:	Carrera 34 N° 48-109
Big-Color	:	Carrera 34 N° 52-34
Casa Hermes Ltda.	:	Carrera 17 N° 36-23
Tiendas y Tecnología	:	Diagonal 15 CC. La Isla P-3 L.611-613
Ofitécnica & Cía. Ltda.	:	Carrera 18 N° 36-32
Almacén Acoser(Singer)	:	Calle 42 N° 16-75
Maquicoser	:	Carrera 21 N° 36-73

- **Para otros activos menores**

Decoriente	:	Calle 33 N° 27-11 (canastas plásticas)
El Viboral	:	Carrera 17 N° 36-12 (canastas plásticas)

Papelería y Suministros S.A.: Carrera 6 N° 25-06 (sacaganchos,  
perforadoras)

Representaciones León Gómez Ltda.: Calle 61 N° 17 E-69

• **Para insumos**

Telas:

Kilómetros : Calle 36 N° 13-20

Jescar : Carrera 14 N° 37-10

Marquilla y etiqueta:

Armonía : Carrera 27 N° 19-74

Diseño Empresarial : Carrera 13 N° 37-88

Jordan Publicidad : Calle 21 N° 16-31

Hilos, flores sintéticas, tijeras, metros, cierres, etc.:

Papelería y Suministros S.A.: Carrera 6 N° 25-06

Cacharrería Punto Dorado : Edificio Colseguros P2- L-41

Cacharrería y Papelería Marifer: Calle 63 N° 2AW-06

Distribuciones La Gran Cacharrería: Carrera 24 N° 52-31

Metroadornos : Calle 36 N° 13-48 L-102

Argollas metálicas y broches o herrajes: Herrajes Sg: Calle 32 N° 14-31,  
San Alonso.

Bolsas plásticas: Carlixplast : Carrera 15 N° 33-76.

La odena calibre 0,5 mm. para el refuerzo de la base del bolso: Almacén  
Continental de Materiales: Calle 33 N° 13-65.

**3.3.7 Distribución en planta.** Véase Figura 62. La distribución se hará en un área de 170 mts<sup>2</sup>, así:

Área Administrativa:

Oficina Secretaria	:	12 mts <sup>2</sup>
Oficina Gerente	:	12 mts <sup>2</sup>

Área de Producción:

Bodega de insumos	:	8 mts <sup>2</sup>
Zona de trabajo	:	77,5 mts <sup>2</sup>
Bodega de producto terminado:		11,25 mts <sup>2</sup>

Área Comercial:

Almacén	:	20,25 mts <sup>2</sup>
Zona de descanso	:	20 mts <sup>2</sup>
Pasillo entrada	:	9 mts <sup>2</sup>
TOTAL		170 mts <sup>2</sup>

**3.3.8 Logística de distribución.** La logística de distribución comprende cuatro aspectos importantes a tener en cuenta: almacenamiento del producto, procesamiento de pedidos, distribución física y manejo de inventarios.

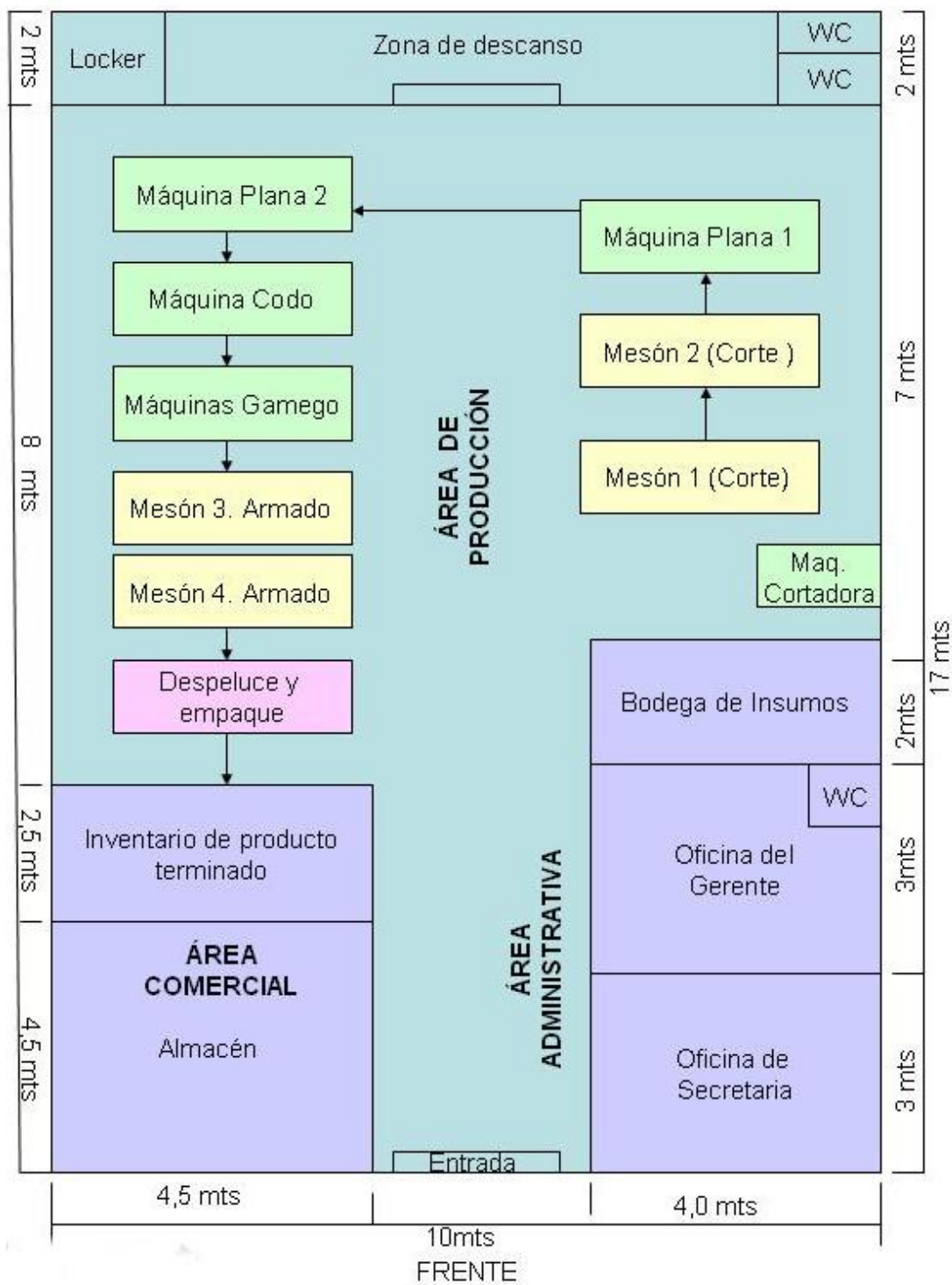
**Almacenamiento y bodega.** Se contará con un área asignada para el almacenamiento tanto de la materia prima, como del producto terminado, mientras se efectúa su venta. Se contará con unos estantes metálicos donde se colocará el producto final, ubicadas en el área de bodega de producto terminado; igualmente, se hará uso de unas canastas para recoger los desperdicios que se originen en el proceso. En la bodega de materia prima, también se almacenarán los empaques para arreglar el producto que va a comercializarse.

**Procesamiento de los pedidos.** Los pedidos se procesarán eficientemente, se recibirán en dos formas: por solicitud del cliente a la empresa, quien se comunicará con la secretaría y ésta le dará la información requerida sobre el producto; o por parte del gerente, quien visitará los posibles clientes, para ofrecer el producto y que lo conozcan. Recibido el pedido, se realiza el trámite interno para procesar la remisión, desde su contabilización, hasta la entrega directa al cliente, haciéndose firmar los documentos que se consideren necesarios. El procesamiento interno influye en la entrega del pedido oportunamente. Se establecerán canales de agilicen el trámite interno para que los clientes reciban el producto a tiempo y en forma oportuna.

**Distribución física.** La asignación de espacios para la creación y organización de departamentos y dependencias en la empresa, genera una eficiencia en el proceso productivo, que a su vez repercutirá en la entrega oportuna de los pedidos. Se espera que la distribución física asignada en este proyecto, permita la obtención de un producto a tiempo, que llegue en forma rápida a los clientes. A su vez, esta logística en la distribución locativa, permitirá el desempeño y la facilidad de realización de las actividades entre los miembros de la organización.

**Manejo de inventarios.** Se dará un manejo de inventario que permita el suministro constante de los pedidos. Se planearán los inventarios de tal modo que los demandantes del producto no tengan demora en el recibo del producto. La entrega oportuna del producto, está generando a favor de éste un valor agregado tanto para el demandante, como para el productor.

**Figura 62. Distribución locativa inicial**



Fuente: La Autora del Proyecto

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

Realizado el estudio técnico del proyecto, se puede afirmar que éste es viable, por los siguientes motivos:

- El proyecto contará con unos equipos de producción que permitirán tener una capacidad diseñada, instalada y utilizada, capaz de responder a las necesidades del mercado. Se inicia con una capacidad utilizada de 3.996 unidades equivalente a un 50% sobre la capacidad instalada de 7.992 unidades, dicha capacidad utilizada se va incrementando cada año en un 10%, hasta lograr un 100% de la capacidad diseñada de 11.988 unidades.
- La empresa estará ubicada en la ciudad de Bucaramanga, ubicación que se considera favorable, dado los medios de comunicación y transporte con que se cuenta, permitiendo que el producto sea asequible a la población interesada en el producto a obtener. Además, la ubicación en el Barrio San Francisco, favorece la economía del proyecto, dada la infraestructura de servicios públicos, su arrendamiento y su ubicación en cercanías al mercado objetivo.
- Se contará con un suministro de los recursos físicos, de insumos y de materiales requeridos para la actividad, contando con proveedores constantes de los mismos, a nivel local.
- El recurso humano es esencial para el desempeño del proyecto, se contará mano de obra calificada, capaz de desempeñar las actividades que le sean asignadas en el proceso de fabricación del bolso en tela tres en uno. Se inicia con una contratación de 1 jefe de producción, 2 operarios: Operario N° 1: Corta y ensambla, y el Operario N° 2 :

ensambla; además un auxiliar de operario. Este mismo personal existirá hasta el año 2, en el año 3, se contratará otro operario adicional, dado el aumento en el nivel de producción; y posteriormente en el año 5 se contratará nuevamente otro operario. La actividad de diseño, patronaje y sisnado, se contratará con personal externo de la empresa, ya que esto le reporta a la empresa un menor costo y evitará tener que contratar personal con prestaciones sociales. A esta contratación externa se le pagará por diseño de producto.

- En lo que respecta a la estructura física de las instalaciones donde se organizará la empresa, no tendrá inconvenientes, debido a que se efectuará una distribución locativa, asignando las diferentes dependencias con el propósito de tener una organización departamental de las diversas actividades de la unidad empresarial.
- Con la distribución de planta, se busca una maximización del espacio, con el propósito de optimizar y agilizar las actividades que se realicen, haciendo que la distribución de espacios y la asignación de ellos, permitan una circulación y un tránsito cómodo tanto de las personas, como de los implementos que sean necesarios manipular en dichas áreas.

Además, cabe anotar, que la asignación de espacio para cada área de funcionamiento, busca el desempeño de actividades en lugares dotados y con condiciones mínimas necesarias y requeridas, para que las personas se sientan cómodas y se cumplan así los requisitos de confort para la realización de la labor asignada.

## **4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

El estudio administrativo de una empresa representa la construcción de estructuras, definición de funciones, asignación de responsabilidades que comprometen el sistema empresarial.

Una buena organización de una empresa constituye el pilar decisivo para el logro de sus diferentes metas. La división del trabajo y responsabilidad en el esfuerzo organizado es imprescindible en cualquier actividad empresarial, pero, además se necesita la coordinación de esfuerzos si se desea tener un propósito común; por tanto, es necesario que se consideren en detalle los cargos, las líneas jerárquicas y el flujo de información de los diferentes niveles de la organización.

Con base en lo descrito se clarifica la necesidad de que la empresa que se va a conformar cuente con una estructura bien organizada, que tenga en cuenta las capacidades del talento humano de forma que se asignen con claridad y eficiencia las diversas funciones y responsabilidades, plasmando un orden legal, que le permita desarrollar adecuadamente las actividades de la misma.

### **4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN**

La empresa productora y comercializadora de Bolsos 3 en 1 se constituirá como una organización que tenga una estructura bien definida que pueda ser descrita en cuanto a relaciones de autoridad, poder, subordinación y responsabilidad, en este caso se conformará una Empresa constituida bajo la modalidad de Sociedad de Acciones Simplificadas (S.A.), según la Ley 1258

del 5 de diciembre de 2008 (Véase Anexo D). <sup>18</sup>.

**4.1.1 Tipo de sociedad** La empresa a constituir será una empresa constituida bajo la modalidad de Sociedad de Acciones Simplificada (S.A.S.) , con el propósito de efectuar una actividad de producción y comercial de bolsos en tela tres en uno, en la ciudad de Bucaramanga.

- **Según el sector económico:** pertenece al sector secundario, ya que esta es una empresa que se dedica a la transformación de materia prima en productos terminados.

- **Según el origen del capital:** es una empresa privada porque su capital pertenece a una persona que pueda destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter Mercantil.

- **Según los bienes producidos:** Bolsos P&T Collections S.A.A., es una empresa de consumo.

- **Según el número de propietarios:** esta es una empresa de carácter Individual

- **Tipo de sociedad:** Sociedad de Acciones Simplificadas (S.A.S.)

**4.1.2 Razón social.** La razón social de la empresa será: Bolsos P & T Colecctions S.A.S..

**4.1.3 Constitución.** Se constituirá como empresa unipersonal, para ello se inscribirá ante la Cámara de Comercio de Bucaramanga, llevando a cabo los siguientes pasos:

---

<sup>18</sup> COLOMBIA. CONGRESO DE COLOMBIA. Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008. Available form Internet: [actualicese.com/.../2008/.../ley-1258-de-05-12-2008](http://actualicese.com/.../2008/.../ley-1258-de-05-12-2008)

- Inscripción en la Cámara de Comercio, permite obtener el Registro Mercantil y de representación legal, contemplando los siguientes aspectos:
  - \* Nombre (razón social o denominación)
  - \* Nombre del propietario, identificación, nacionalidad
  - \* Domicilio social
  - \* Término de duración
  - \* Objeto Social
  - \* Capital
  - \* Facultades del Representante Legal
  
- Número de identificación tributaria (NIT):se obtiene ante la Dirección de Impuestos y aduanas Nacionales (DIAN), entidad que otorga el número de identificación tributaria a la entidad, para efectos tributarios.
  
- Libros de contabilidad: se registran los siguientes libros: libro de diario, balance, ventas, inventarios en la Cámara de Comercio de la ciudad.
  
- Licencia de funcionamiento otorgado por la Alcaldía Municipal: permiso otorgado por la Alcaldía Municipal en conjunto con el Departamento de Planeación, donde emiten permiso o concepto sobre el manejo y uso del lugar donde se instalara la empresa.
  
- Licencia sanitaria de funcionamiento: emitida por el Instituto de Salud de Bucaramanga ISABU a las empresas productoras de alimentos para el consumo humano.

## **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

**4.2.1 Visión.** En el año 2013 Bolsos P & T COLLECTIONS S.A.S., se proyecta como una empresa sólida, vigorosa y líder desarrollada y constituida en el sector de los Bolsos en la Ciudad de Bucaramanga, posicionando los productos en el mercado con una alta imagen de calidad.

**4.2.2 Misión.** Bolsos P & T COLLECTIONS S.A.S., es una empresa productora y comercializadora de Bolsos tres en uno, apoyados en el talento y la creatividad de nuestro capital humano, satisfacemos a nuestros clientes, ofreciéndoles productos de alta calidad y con excelentes servicios de venta, para ello cuenta con un equipo dinámico y emprendedor, contribuyendo al desarrollo local, a través de la generación de empleo y dando su aporte a nivel social y económico.

**4.2.3 Objetivos.** Los objetivos de la empresa serán los siguientes:

- Hacer partícipes a todos los colaboradores de la fabricación de los Bolsos P & T COLLECTIONS S.A.S. del éxito de la empresa, puesto que son ellos los que hacen posible su desarrollo.
  
- Crear ventajas competitivas en cuanto a presentación y comercialización del producto.
  
- Proporcionar estabilidad laboral, desarrollo integral, reconocimiento y bienestar familiar a todos nuestros trabajadores.
  
- Lograr la constitución legal como empresa, cumpliendo con los requisitos establecidos a nivel gubernamental, para desempeñar eficazmente sus actividades.

- Lograr un nivel de producción en el primer año de 3.996 bolsos, vendiendo inicialmente en el mercado el valor equivalente a un 50% de utilización de su capacidad instalada.
- Producir un bolso en tela tres en uno con control de calidad, que le permita al consumidor lograr el objetivo que lo llevó a la adquisición de dicho producto.
- Lograr un nivel de ingresos, capaz de cubrir los costos y gastos que se generen en la actividad productiva.
- Aumentar cada año la capacidad utilizada de la empresa en un 10%.
- Buscar una mayor rentabilidad en las operaciones de la empresa, mediante la consolidación del crecimiento alcanzado el logro de mayores niveles de control que permitan disminuir los gastos.
- Revisar periódicamente las actividades de la empresa, con el propósito de establecer correctivos necesarios, para fortalecerla, haciéndola más competitiva en el mercado.

**4.2.4 Políticas.** Se plantean los siguientes tipos de políticas:

**4.2.4.1 Políticas de personal.** El reclutamiento del personal se hará según la base de candidatos suministrada por el SENA y entidades especializadas, lo cual es una garantía de las calidades profesionales de los candidatos; con estudios CAP

Cabe anotar, que además, debe tenerse en cuenta las siguientes políticas de personal, una vez seleccionado, así:

- Personal con edades entre os 18 a 35 años.
- Horario laboral, de lunes a sábado, de 8am. a 12m. y de 2 pm. a 6pm.
- Realizar una inducción de reconocimiento de la empresa. El nuevo empleado deberá conocer la empresa, su proceso productivo y el radio de acción de la misma.
- Permitir al empleado la formulación de sugerencias que considere favorezcan el desempeño de su cargo y el desarrollo de la empresa.
- Respetar la autoridad jerárquica de la empresa, al igual que el conducto para el procedimiento interno en el manejo de situaciones que se presenten en la empresa.
- Dar capacitación periódica al personal, aprovechando el aporte que se da a las cajas de compensación y al Sena.
- Efectuar reuniones cada 15 días, de forma obligatoria para todo el personal administrativo, ventas y producción.

**4.2.4.2 Políticas de compras.** Los proveedores estarán ubicados en la región y la ciudad de Bogotá. El pago de los compromisos de compras tanto de materiales, como de materia prima y de otro tipo de gastos, se efectuarán a final del mes, contando con un período de 45 días para el cumplimiento del compromiso.

Además, se establecen las siguientes políticas:

- Horarios de atención a proveedores solo los días lunes de 10 a.m. 6 p.m.

- Forma de pago efectivo, tarjeta crédito y débito
- Se recibirán los pedidos exclusivamente los días miércoles de 10 a. m. a 6 p.m.
- Los documentos que acompañen la entrega de mercancías deberá ser factura original y copia, anexarle copia de la orden de compra

**4.2.4.3 Políticas de ventas.** Se plantean las siguientes políticas de venta:

- Las ventas serán tanto de contado.
- Se podrán otorgar descuentos a clientes que lleven más de un bolso, hasta de un 5% .
- Realización de una base de datos con los clientes que vaya adquiriendo la empresa, que le permitan una fácil identificación de cada uno de ellos.
- Pedidos telefónicos se entregan cada 24 horas.
- Se hará entrega de la factura original a la hora de compra.

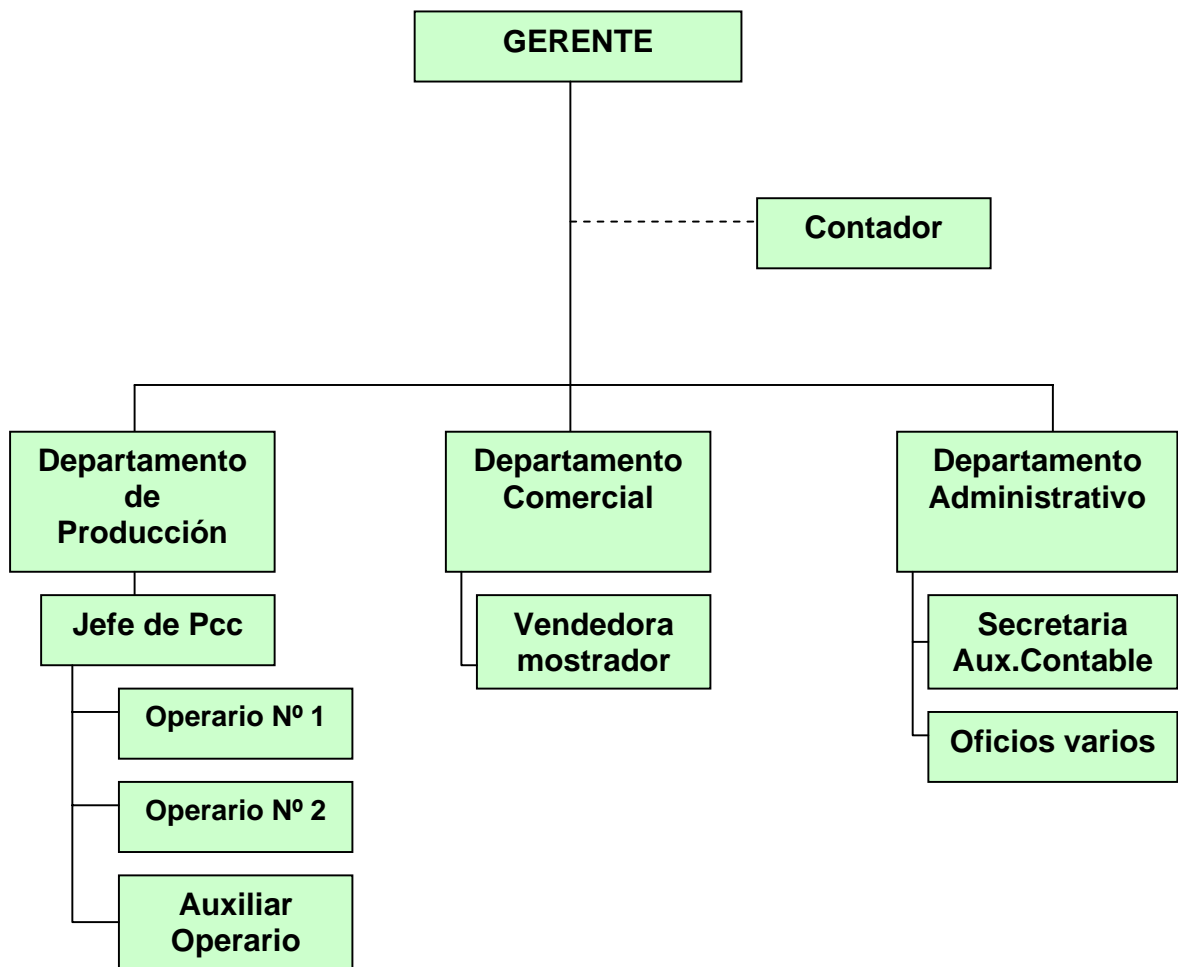
### **4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**4.3.1 Organigrama.** Véase Figura 63.

Como se aprecia en el organigrama, la máxima autoridad en la empresa es el Gerente (propietario), quienes tiene a su cargo la representación legal de la empresa; este cuenta con la asesoría y colaboración de un contador. Del Gerente se desprenden tres áreas a su cargo: el área de producción, que cuenta con un jefe de producción, un cortador, dos operarios y un auxiliar de operarios; un área comercial compuesta por una vendedora de mostrador y

el área administrativa con la secretaria auxiliar contable y el mensajero-  
oficios varios.

**Figura 63. Organigrama propuesto**



Fuente: Autora del proyecto

#### 4.3.2 Descripción y perfil del cargo

<b>GERENTE</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Gerente	<b>Código:</b> 001
<b>Personal a cargo:</b> Jefes de Departamentos y Contador	<b>Fecha:</b> Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Ninguno
<b>Función principal:</b>	
Es la persona que lleva la representación y autoridad en la empresa, responsable de dar un manejo adecuado de los recursos técnicos, humanos y administrativos, con el objetivo siempre de mantenerse en el mercado, y reflejar ambiente de confiabilidad. Es el representante legal de la empresa y aporta el dinero para su funcionamiento.	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser el representante legal de la empresa.</li> <li>• Revisar el total y adecuando funcionamiento de la empresa.</li> <li>• Formular la política general de la empresa, los planes y programas que deben proponerse para ser incorporados a los planes sectoriales y a los planes generales de la empresa.</li> <li>• Elaborar el presupuesto de la empresa</li> <li>• Controlar el funcionamiento general de la empresa y verificar periódicamente su conformidad con la política adoptada.</li> <li>• Cumplir con las normas establecidas para brindarles bienestar y seguridad a cada uno de los empleados y un mejor vivir a su familia (labor diaria) llevar una contabilidad clara y confiable para el desarrollo y expandimiento de la empresa.</li> <li>• Llevar un control de inventario diario actualizando el respectivo libro de kardex.</li> <li>• Despertar en los individuos el sentido de pertenencia hacia la empresa.</li> <li>• Cancelar los recibos de consumo administrativo y facturas a proveedores.</li> <li>• Contratación de personal en el momento requerido .</li> <li>• Tener contacto directo con los clientes externos, internos, proveedores de la empresa</li> <li>• Velar por el correcto y apropiado funcionamiento de la empresa.</li> </ul>	
<b>Funciones periódicas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar juntas periódicas con el fin de tomar decisiones y conocer las respectivas opiniones de su asesor, jefes de departamento y personal en general.</li> <li>• Realizar actividades lúdicas para los empleados.</li> <li>• Informar constantemente al personal sobres los cambios realizados en la organización.</li> <li>• Promulgar los valores dentro la empresa.</li> <li>• Atender a los clientes siempre que sea necesario</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Profesional en administración y finanzas Experiencia: Conocimientos en el manejo del empresas o afines a ésta, tiempo mínimo dos años. Criterio: Iniciativa para la toma de decisiones. Habilidades: Liderazgo, capacidad administrativa, excelente relaciones humanas, capacidad negociadora para planificar, organizar, cumplir objetivos y poder de convicción.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: patrimonial o penalmente	

Contacto al público: comunicación cara a cara con los clientes externos e internos, proveedores y sociedad en general
Información confidencial: toda la información contable, financiera, administrativa como también estrategias de ventas, políticas de la empresa, innovación de productos y del conocimiento de la formula secreta y elaboración del mismo
Por dinero: ingreso, activo y patrimonio de la empresa
Supervisión: general y por resultados, a todo el personal directivo, ejecutivo, asesor y operarios de la empresa
<b>Nivel de esfuerzo:</b>
Mental: cansancio visual, estrés por recarga de trabajo, concentración
Físico: postura poco normal sentado
<b>Riesgo:</b>
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efectos en la salud inflamación del túnel de carpo

<b>CONTADOR</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Contador	<b>Código:</b> 002
<b>Personal a cargo:</b> Secretaria Auxiliar Contable	<b>Fecha:</b> Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente
<b>Función principal:</b>	
Elaborar estados financieros, declaraciones de impuestos a las ventas, retefuente, impuesto de renta y complementarios, industria y comercio, cámara de comercio, licencia de funcionamiento. Revisar los movimientos contables. Asistir requerimientos de la DIAN	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar semanalmente los comprobantes contables y los libros diarios de caja</li> <li>• Elaborar mensualmente los balances y estados de resultados.</li> <li>• Dar su concepto sobre el presupuesto de ingresos y egresos.</li> <li>• Dar respuesta a los requerimientos de la DIAN.</li> <li>• Firmar los estados financieros.</li> <li>• Asesorar al gerente en los estados financieros y sus rendimientos en capital.</li> <li>• Diligenciar mensualmente los formularios de retefuente.</li> <li>• Diligenciar bimestralmente los formularios de impuesto a las ventas.</li> <li>• Elaborar anualmente la declaración de renta y complementarios.</li> <li>• Elaborar en el primer trimestre la declaración de industria y comercio y registro mercantil</li> <li>• Revisar las nominas del personal al servicio de la empresa, elaboradas por la Secretaria Auxiliar Contable.</li> <li>• Dar las opiniones y sugerencias que considere son positivos para la empresa</li> </ul>	
<b>Funciones periódicas:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía que valla en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Contador público titulado. Experiencia: Debe contar con una experiencia laboral de dos años. Habilidades: Agilidad, manejo tributario, responsabilidad y honestidad Criterio: Iniciativa para la toma de decisiones.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: llamado de atención	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos de la empresa	
Por dinero: responde con sueldo en caso que se le descubra un fraude	
Supervisión: si aplica	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar sentado	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud	

<b>SECRETARIA AUXILIAR CONTABLE</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Secretaria Auxiliar Contable	<b>Código:</b> 003
<b>Personal a cargo:</b> Mensajero-Oficios Varios	<b>Fecha:</b> Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente
<b>Función principal:</b>	
Atención al público en general y apoyo de contabilidad y recepción.	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar los libros diarios de caja y responder por los documentos a su cargo.</li> <li>• Manejar caja menor de la empresa.</li> <li>• Liquidar nómina con sus respectivas deducciones.</li> <li>• Liquidar aportes y diligenciar formularios respectivos para los pagos de aportes parafiscales, fondos de pensiones, riesgo y salud.</li> <li>• Digitar los informes y documentos que le sean entregados por la gerencia, y el contador público.</li> <li>• Elaborar conciliaciones bancarias.</li> <li>• Elaborar las cotizaciones que se deben presentar a los diferentes clientes que las soliciten.</li> <li>• Responder por los equipos que estén a su cargo para la actividad.</li> <li>• Atender al público, contestar el teléfono y tomar pedidos</li> <li>• Llevar la agenda de clientes y proveedores de la empresa.</li> <li>• Elaborar los recibos de pagos</li> <li>• Todas las demás que le sean asignadas por la gerencia.</li> </ul>	
<b>Funciones secundarias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía que valla en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Bachiller, CAP del Sena como Auxiliar Contable, Técnico Contable o cuatro (4) semestres de contaduría pública. Experiencia: De 12 meses en labores similares. Habilidades: Eficiencia y eficacia en la ejecución de las actividades, responsabilidades con criterio de análisis y organización que le permita planear las actividades a realizar.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: llamado de atención	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos de la empresa	
Por dinero: responde con sueldo en caso que se le descubra un fraude	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar sentado	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud	

<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Jefe de producción	<b>Código:</b> 004
<b>Personal a cargo:</b> Operarias	Fecha: Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente
<b>Función principal:</b>	
Responder por la producción solicitada, haciendo que se haga buen uso de maquinarias y de insumos a su cargo y en mano de los operarios.	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responder por las órdenes de producción</li> <li>• Dar el visto bueno a la revisión de los pedidos de los insumos efectuada por el Auxiliar Operario, con el propósito de lograr una excelente calidad en la producción.</li> <li>• Evitar que falten insumos que obstaculicen el proceso de producción.</li> <li>• Efectuar las actividades de corte de los bolsos, para su posterior ensamble.</li> <li>• Evitar desperdicios en el manejo de los insumos por parte de los operarios.</li> <li>• Hacer que los operarios respondan por las funciones asignadas</li> <li>• Buscar en común acuerdo con los operarios un excelente manejo de los equipos</li> <li>• Hacer que los operarios mantengan en buenas condiciones y en orden el lugar de trabajo.</li> <li>• Revisar los bolsos una vez terminado el proceso, con el fin de establecer un control de calidad en el producto.</li> <li>• Estar pendiente para que los operarios porten sus uniformes de trabajo y conserven las normas de seguridad industrial.</li> <li>• Demás funciones asignadas por el jefe inmediato</li> </ul>	
<b>Funciones secundarias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía que valla en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Curso de modistería, con capacitación adicional en fabricación de bolsos, dados por entidades como el Sena, Cajasan, Comfenalco o Fundesan, entre otras	
Experiencia: Dos años	
Habilidades: Eficiencia y eficacia en la ejecución de las actividades, responsabilidades con criterio de análisis y organización que le permita planear las actividades a realizar.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: no aplica	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos sobre la empresa y las formulas utilizadas en la elaboración del producto	
Condiciones ambientales: sitio cerrado buena iluminación amplia para realizar sus labores	
Supervisión: no aplica	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar sentado y de pie , uso de la energía muscular (levantar los implemento de producción)	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio, sitio cerrado	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud. Cortadas de primero, segundo, tercer grado, venas varices por estar de pie.	

<b>OPERARIO N° 1</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Operario N° 1	<b>Código:</b> 005
<b>Personal a cargo:</b> Ninguno	<b>Fecha:</b> Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Jefe de Producción
<b>Función principal:</b>	
Responder por el corte de las piezas para armar los bolsos y del ensamble de los mismos	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los cortes de las piezas requeridas para la fabricación de los productos</li> <li>• Efectuar las actividades de ensamble y armada de los bolsos</li> <li>• Evitar desperdicios en el manejo de los insumos</li> <li>• Responder por las funciones asignadas</li> <li>• Hacer un buen uso de los equipos</li> <li>• Mantener en buenas condiciones y en orden el lugar de trabajo.</li> <li>• Portar sus uniformes de trabajo, conservando las normas de seguridad industrial.</li> <li>• Dar sugerencias sobre la calidad de los insumos utilizados en el proceso productivo.</li> <li>• Demás funciones asignadas por el jefe inmediato</li> </ul>	
<b>Funciones secundarias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía que valla en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Capacitación adicional en fabricación de bolsos, con énfasis en corte, dados por entidades como el Sena, Cajasan, Comfenalco o Fundesan, entre otras Experiencia: Dos años Habilidades: Eficiencia y eficacia en la ejecución de las actividades, responsabilidades con criterio de análisis y organización que le permita planear las actividades a realizar.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: llamado de atención	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos de la empresa Y fabricación del producto	
Por dinero: responde con sueldo en caso que se le descubra un fraude	
Supervisión: no aplica	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar de pie	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud	

<b>OPERARIO N° 2</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Operario N° 2	<b>Código:</b> 007
<b>Personal a cargo:</b> Ninguno	<b>Fecha:</b> Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Jefe de Producción
<b>Función principal:</b>	
Responder por la producción de bolsos en tela tres en uno, con buen uso de equipos y recursos, para obtener un producto de elevada calidad.	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responder por las órdenes de producción</li> <li>• Efectuar las actividades de ensamble y armada de los bolsos</li> <li>• Evitar desperdicios en el manejo de los insumos</li> <li>• Responder por las funciones asignadas</li> <li>• Hacer un buen uso de los equipos</li> <li>• Mantener en buenas condiciones y en orden el lugar de trabajo.</li> <li>• Revisar los bolsos una vez terminado el proceso, con el fin de establecer un control de calidad en el producto.</li> <li>• Portar sus uniformes de trabajo, conservando las normas de seguridad industrial.</li> <li>• Dar sugerencias sobre la calidad de los insumos utilizados en el proceso productivo.</li> <li>• Demás funciones asignadas por el jefe inmediato</li> </ul>	
<b>Funciones secundarias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía que valla en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
<p>Nivel Académico: Capacitación adicional en fabricación de bolsos, dados por entidades como el Sena, Cajasan, Comfenalco o Fundesan, entre otras</p> <p>Experiencia: Dos años</p> <p>Habilidades: Eficiencia y eficacia en la ejecución de las actividades, responsabilidades con criterio de análisis y organización que le permita planear las actividades a realizar.</p>	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: llamado de atención	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos de la empresa	
Y fabricación del producto	
Por dinero: responde con sueldo en caso que se le descubra un fraude	
Supervisión: no aplica	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar de pie	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud	

<b>AUXILIAR DE OPERARIO</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Auxiliar de operario	<b>Código:</b> 008
<b>Personal a cargo:</b> Ninguno	Fecha: Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Jefe de Producción
<b>Función principal:</b>	
Responder por el manejo de inventario de insumos y de producto terminado, al igual que la actividad de finisaje efectuada en el proceso de producción	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responder por las facturas en el momento de recibir el pedido de los insumos</li> <li>• Efectuar las actividades de finisaje del proceso que consiste en el despeluce de la prenda, colocación de etiqueta, relleno de los bolsos, empaque y almacenamiento de los mismos.</li> <li>• Evitar desperdicios en el manejo de los insumos</li> <li>• Responder por las funciones asignadas</li> <li>• Hacer un buen uso de los equipos</li> <li>• Mantener en buenas condiciones y en orden el lugar de trabajo.</li> <li>• Revisar los bolsos una vez terminado el proceso, con el fin de establecer un control de calidad en el producto.</li> <li>• Portar sus uniformes de trabajo, conservando las normas de seguridad industrial.</li> <li>• Dar sugerencias sobre la calidad de los insumos utilizados en el proceso productivo.</li> <li>• Demás funciones asignadas por el jefe inmediato</li> </ul>	
<b>Funciones secundarias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignadas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Capacitación adicional en confección, dados por entidades como el Sena, Cajasan, Comfenalco o Fundesan, entre otras	
Experiencia: Dos años	
Habilidades: Eficiencia y eficacia en la ejecución de las actividades, responsabilidades con criterio de análisis y organización que le permita planear las actividades a realizar.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: llamado de atención	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos de la empresa	
Y fabricación del producto	
Por dinero: responde con sueldo en caso que se le descubra un fraude	
Supervisión: no aplica	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar de pie	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud	

<b>VENDEDORA DE MOSTRADOR</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Vendedor de Mostrador	<b>Código:</b> 006
<b>Personal a cargo:</b> Ninguno	<b>Fecha:</b> Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente
<b>Función principal:</b>	
Asesorar a los clientes respecto al producto, su uso e intercambio de partes, dando una presentación del producto, mencionando las características y ventajas del mismo.	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomar pedidos de los clientes.</li> <li>• Cautivar a los clientes (Atenderlos, explicarles las bondades del producto)</li> <li>• Trazar un plan de ventas</li> <li>• Realizar análisis de precios</li> <li>• Llevar un estricto control de los dineros recaudados pro venta del producto en la empresa.</li> <li>• Dar un informe semanal sobre las actividades realizadas durante la semana</li> <li>• Informar al gerente sobre posibles anomalías en la entrega del producto.</li> <li>• Presentar las sugerencias de ventas que considere favorezcan la empresa.</li> <li>• Proponer políticas de publicidad y mercadeo que permitan incrementar el volumen de ventas del producto.</li> <li>• Transmitir las inquietudes de los canales de comercialización respecto del uso del producto.</li> <li>• Cumplir las metas de ventas fijadas por la gerencia</li> <li>• Todas las demás que sean asignadas por la gerencia</li> </ul>	
<b>Funciones secundarias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía que valla en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Bachiller, con capacitación en Ventas y Mercadeo en el Sena	
Experiencia : Dos años	
Habilidades: Eficiencia y eficacia en la ejecución de las actividades, responsabilidades con criterio de análisis y organización que le permita planear las actividades a realizar.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: llamado de atención	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos de la empresa	
Y fabricación del producto	
Por dinero: responde por dineros de la venta de los bolsos	
Supervisión: no aplica	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar de pie	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud	

<b>MENSAJERO-OFIICIOS VARIOS</b>	
<b>Identificación del cargo:</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b> Mensajero-Oficios Varios	<b>Código:</b> 007
<b>Personal a cargo:</b> Ninguno	<b>Fecha:</b> Día _____ Mes _____ Año _____
<b>Número de cargos iguales:</b> 1	<b>Jefe Inmediato:</b> Gerente
<b>Función principal:</b>	
Hacer el servicio de mensajería interna y externa. A su vez mantener en perfecto orden y aseo las diversas dependencias de la empresa.	
<b>Funciones generales:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recoger y entregar el correo tanto interno de la empresa, como externo.</li> <li>• Realizar el aseo de las dependencias de la empresa.</li> <li>• Efectuar las compras de materiales que le sean encomendadas.</li> <li>• Informar en las anomalías que detecte en el proceso de ejecución de sus funciones.</li> <li>• Ayudar en la entrega de los pedidos del producto.</li> <li>• Cobrar las facturas de venta de los pedidos.</li> <li>• Pagar las facturas de las compras realizadas.</li> <li>• Efectuar consignaciones bancarias</li> <li>• Pagar los servicios públicos</li> <li>• Demás funciones asignadas por su superior inmediato.</li> </ul>	
<b>Funciones secundarias:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informar de cualquier anomalía que valla en contra de los objetivos de la empresa</li> <li>• Colaborar con el gerente siempre que sea necesario.</li> <li>• Realizar otras funciones asignas por el gerente</li> </ul>	
<b>Perfil del cargo:</b>	
Nivel Académico: Bachiller, con situación militar definida	
Experiencia : Un año	
Habilidades: Eficiencia y eficacia en la ejecución de las actividades, responsabilidades con criterio de análisis y organización que le permita planear las actividades a realizar.	
<b>Responsabilidad por:</b>	
Errores: llamado de atención	
Contacto al público: llamado de atención	
Información confidencial: guardar discreción en cuanto a conocimientos de la empresa	
Y fabricación del producto	
Por dinero: responde por dineros dados para consignar y efectuar compras y pagos	
Supervisión: no aplica	
<b>Nivel de esfuerzo:</b>	
Mental: concentración	
Físico: trabajar de pie	
Condiciones ambientales: buena iluminación condiciones atmosféricas normales, espacio amplio	
<b>Riesgos:</b>	
Factores de riesgo, probabilidad de ocurrencia y efecto en la salud	

**4.3.3 Asignación salarial.** Las compensaciones laborales se establecen con relacionado al mercado de oferta para esta clase de producto en la ciudad de Bucaramanga, quedando de la siguiente forma:

**Cuadro 82. Asignación salarial**

<b>Cargo</b>	<b>Salario</b>
Gerente(1)	\$1.200.000 Contrato indefinido
Secretaria(1)	\$550.000 Contrato indefinido
Vendedor mostrador(1)	\$496.900 Contrato indefinido
Jefe de producción (1)	800.000 contrato indefinido
Operario N° 1: Cortador y ensamblador	\$700.000 contrato indefinido
Operario N° 2: Ensamblador	\$600.000 Contrato indefinido
Auxiliar de operario	\$500.000 Contrato indefinido
Contador(1)	\$200.000 (Honorarios)
Aseadora-Mensajera(1)	\$250.000 Contrato indefinido, medio tiempo

Fuente: Autora del Proyecto

Cabe recordar, que los servicios de la persona que diseñará, al igual que la que elaborará los patrones y el sisnado, no se pagan mensualmente, ellos se pagan cuando se realice cambio de colección, que se estableció fuera de 3 colecciones al año, es decir, cada cuatro meses.

La diseñadora cobra un valor de \$50.000 por producto a diseñar.

El patronador cobra un valor de \$8.500 por moldes de cada producto.

El sisnador cobra un valor de \$50 por cada parte del molde que trace

**Política contractual.** La empresa define dentro de su política de contratación para el desarrollo de sus actividades y cumplimiento de su misión organizacional, lo siguiente:

- El cargo de Gerente recibirá, en pago a sus funciones realizadas, un salario mensual equivalente \$1.200.000, más las prestaciones de ley. Trabajará ocho horas diarias, 48 en la semana.
- El cargo de Secretaria recibirá, en pago a sus funciones realizadas, una retribución económica mensual equivalente \$550.000, más las correspondientes prestaciones de ley. Trabajará ocho horas diarias, 48 en la semana.
- El Vendedor de mostrador recibirá una compensación por servicios prestados equivalente a \$496.900. Trabajará 8 horas diarias, 48 en la semana.
- El jefe de producción recibirá una compensación mensual de \$800.000 más las correspondientes prestaciones de ley. Trabajará ocho horas diarias, 48 a la semana.
- El cortador, se contratará en forma indefinida, pero con un tiempo de trabajo de tiempo completo, más prestaciones sociales de ley. Se denominará Operario N° 1.
- El operario N° 2 recibirán una compensación por servicios prestados equivalente a \$600.000, más las prestaciones sociales de ley. Trabajará ocho horas diarias, 48 en la semana.
- El profesional que desarrolla la función de Contador recibirá por honorarios cada mes el equivalente a \$200.000.

- Por el servicio de aseo y mensajería, se contratará una persona para oficios varios, se le cancelará la suma de \$250.000, contratado por medio tiempo, con prestaciones de ley.

Las personas que se contraten por contrato indefinido, tendrán derecho a las siguientes prestaciones sociales:

#### **Cuadro 83 . Liquidación prestaciones sociales**

<b>Prestaciones</b>	<b>Base en %</b>
Cesantías	8,33%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Intereses a la cesantías	1%
<b>Total prestaciones</b>	<b>21,83%</b>
Cajas de Compensación	4%
Sena	2%
Instituto de Bienestar Familiar	3%
<b>Total Parafiscales</b>	<b>9%</b>
Salud	8,5%
Pensión	11,625%
Riesgos profesionales	0,348%
<b>Total Salud, Pensión y ARP</b>	<b>20,473%</b>
<b>Dotación</b>	<b>7%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>58,30%</b>

Fuente: Autora del Proyecto

#### **4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

El proyecto estará dotado de instrumentos de tipo administrativo que permitirán un funcionamiento eficiente y un desarrollo acertado de sus actividades. La empresa contará con una constitución bajo la modalidad de Sociedad de Acciones Simplificadas, con el propósito de tener una estructura de representación ante entidades crediticias, facilitándole su desenvolvimiento en el campo económico en el cual se desenvolverá.

Con el diseño del organigrama se podrá conocer el nivel de autoridad y de jerarquía de la empresa, al igual que el manual de funciones proporcionará y permitirá que cada empleado conozca las funciones propias de su cargo.

La Misión, Visión, Objetivos y Políticas, son instrumentos desafiantes para la empresa, que le servirán como incentivos en el constante desarrollo, funcionamiento y crecimiento de la misma.

Desde el punto de vista administrativo, se acepta la factibilidad de creación de la empresa, dado la dotación de instrumentos con la cual contará.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

Los estudios de mercado y técnico, permitieron identificar los recursos necesarios para la operación del proyecto, establecer la producción y definir las condiciones y demás requerimientos para el funcionamiento. Ahora en el estudio financiero se debe convertir estos elementos a valores monetarios para establecer el monto de los recursos financieros que serán necesarios para la implementación y operación y confrontar los ingresos esperados con los egresos, para pronosticar los resultados de la operación que se va a emprender.

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

### 5.1 INVERSIONES

**5.1.1 Inversión fija.** Está conformada por los activos muebles y equipos que se requieren tanto para el área administrativa, comercial y productiva. Véase Cuadros 84

- **Activos Área Administrativa.** Véase Cuadros 84 y 85, Muebles y Enseres y Equipos de Oficina, para el Área Administrativa.

**Cuadro 84. Inversión en Muebles y Enseres. Área Administrativa**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio tipo gerente	1	200.000	200.000
Silla giratoria con brazo	1	100.000	100.000
Mesa de computador	1	150.000	150.000
Sillas auxiliares	6	70.000	420.000
Escritorios Secretariales	2	140.000	280.000
Sillas giratorias	2	70.000	140.000
Papeleras	4	30.000	120.000
Archivador 3 gavetas	1	300.000	300.000
<b>TOTAL</b>			<b>1.710.000</b>
Depreciación 10 años			171.000
Depreciación mensual			14.250

Fuente: Cotizaciones realizadas.

**Cuadro 85. Inversión en Equipos de Oficina. Área Administrativa**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Calculadora manual	2	250.000	500.000
Líneas telefónicas	2	100.000	200.000
Telefax	1	350.000	350.000
Teléfono	3	35.000	105.000
Computador completo	1	4.000.000	4.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>5.155.000</b>
Depreciación 5 años			1.031.000
Depreciación mensual			85.917

Fuente: Cotizaciones realizadas.

- **Activos Área Comercial.** Véase Cuadros 86 y 87

**Cuadro 86. Inversión en Muebles y Enseres. Área Comercial**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mueble caja registradora	1	500.000	500.000
Sillas auxiliares	2	70.000	140.000
Estantes	4	100.000	400.000
Papelera	1	30.000	30.000
<b>TOTAL</b>			<b>1.070.000</b>
Depreciación 10 años			107.000
Depreciación mensual			21.400

Fuente: Cotizaciones realizadas.

**Cuadro 87. Inversión en equipos de oficina. Área Comercial**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Maquina registradora	1	450.000	450.000
Teléfono	1	35.000	35.000
Calculadora	1	250.000	250.000
<b>Total</b>			<b>735.000</b>
Depreciación 5 años			147.000
Depreciación mensual			12.250

Fuente: Cotizaciones realizadas.

- **Área de producción.** Véase Cuadros 88 a 90

**Cuadro 88. Inversión en Muebles y Enseres. Área de Producción**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Mesón para armado	2	500.000	1.000.000
Mesón para cortes	2	400.000	800.000
Sillas	4	60.000	240.000
Estantes metálicos	6	100.000	600.000
Locke	1	100.000	100.000
<b>TOTAL</b>			<b>2.740.000</b>
Depreciación 10 años			274.000
Depreciación mensual			22.833

Fuente: Cotizaciones realizadas.

**Cuadro 89. Inversión en Equipos. Área de Producción**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Maquinas planas	2	2.000.000	4.000.000
Maquina de codo	1	3.000.000	3.000.000
Maquina cortadora	2	300.000	600.000
Maquina de herrajes	2	300.000	600.000
<b>Total</b>			<b>8.200.000</b>
Depreciación a 5 años			1.640.000
Depreciación mensual			136.667

Fuente: Cotizaciones realizadas.

**Cuadro 90. Inversión en Herramientas Menores. Área de Producción**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Tijera para despeluzar	1	25.000	25.000
Reglas	3	10.000	30.000
Escuadras	3	3.500	10.500
Kid cuchillas	2	52.300	104.600
Metros	3	1.500	4.500
Perforadores de mano	3	5.000	15.000
Dispensador pegante	2	30.000	60.000
Lápiz color trazo	2	500	1.000
Tijeras corte	3	20.000	60.000
Canastas para desperdicios	2	10.000	20.000
Canastas para producción	3	10.000	30.000
<b>TOTAL</b>			<b>360.600</b>
Depreciación anual			360.600
Depreciación mensual			30.050

Estas herramientas menores se consumen en un año, por tanto su recuperación es anual, se contempla su recuperación en los Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Fuente: Cotizaciones realizadas.

- **Total Inversión Fija.** En el Cuadro 91, se condensa el total de la inversión fija requerida, conformada por el total de Muebles y Enseres, Equipos, herramientas menores, de las Áreas Administrativa, Comercial y de Producción.

**Cuadro 91. Total Inversión Fija**

Descripción	Valor total
Muebles y enseres	5.520.000
Equipos de oficina y producción	14.090.000
Herramientas menores	360.600
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>	<b>19.970.600</b>

Fuente: Autora del Proyecto

**5.1.2 Inversión Diferida .** Los activos intangibles están constituidos por bienes no físicos (no se pueden tocar, pesar y medir) y derechos de la empresa necesarios para su funcionamiento, tales como: estudios de prefactibilidad, gastos de constitución y organización, de puesta en marcha, publicidad de lanzamiento. Dadas sus características estos son amortizables generalmente durante los primeros cinco años de operación.

La empresa requiere de las inversiones diferidas que están representadas en los estudios técnicos, económicos de organización y demás. Se recupera la inversión en un total de 5 años. ( $\$8.955.000/5= \$1.791.000/\text{año}$ ).

**Cuadro 92. Inversión Diferida**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Estudio de mercados	1.500.000
Publicidad lanzamiento	4.455.000
Constitución empresa	3.000.000
<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>	<b>8.955.000</b>

Fuente: Cámara de Comercio, Notarías, Investigación autora del Proyecto

**5.1.3 Capital de trabajo.** El capital de trabajo está constituido por las inversiones necesarias para cubrir costos y gastos generados por la operación o funcionamiento normal del proyecto. El monto correspondiente debe estar disponible al final del período de implementación.

Esta inversión está conformada en esencia por las necesidades de efectivo, para la operación normal de la empresa en su primer mes de ciclo productivo, con el propósito de poder cubrir compromisos económicos.

Cabe anotar, que inicialmente en cada uno de los elementos que conforman los costos de producción unitario, como son materia-materiales, mano de

obra directa y costos indirectos de fabricación (CIF), se calcula un costo unitario para el año actual, el cual se considera como año base. Pero como el proyecto iniciará actividades el año entrante, este costo unitario calculado a término de hoy o año base, debe ajustarse con un nivel de inflación estimado más adelante.

**5.1.3.1 Costos de producción.** Están conformados por los tres elementos de los costos que son: Materia prima y materiales (MPM), Mano de Obra Directa (MOD) y Costos Indirectos de Fabricación (CIF). Inicialmente se debe calcular el costo unitario por cada concepto, según los productos a comercializar, para obtener el capital de trabajo para un mes de producción.

- **Materia prima y materiales.** Tomando como base la información presentada en los Cuadros 75 a 81 en el Estudio Técnico, se tiene que el cálculo por concepto de materia prima y materiales, se realizó para cada tipo de bolso, según el material a elaborar, es decir, se escogieron dos tipos de tela: pana y dryll, por consiguiente, se presenta el costo por concepto de materia prima y materiales para seis productos. Cabe anotar que la comercialización del bolso en cualquier estilo y tamaño, contempla la adición de dos capelladas y dos tiras. Por consiguiente los costos obtenidos se calcularon para un bolso en forma completa, más el costo de producir dos capelladas y dos tiras, puesto que esto en forma total determina el costo del bolso a vender.

Pero antes de efectuar los cálculos en el Cuadro 94 se presenta el costo base de los insumos, los cuales se toman como concepto para calcular el costo en cada uno de los bolsos.

**Cuadro 93. Costo unitario de la materia prima y materiales a utilizar**

<b>Material</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor /unidad de medida</b>
Tela pana (1,50 de ancho)	Metro	8.000
Tela dryll (1,50 de ancho)	Metro	6.000
Hilo	Tubino 1	1.200
Seda forro(1,50 de ancho)	Metro	3.500
Odena refuerzo base (1,00 x 1,40 de ancho)	Lámina de 0,5 mm	5.800
Plástico de color	Metro	5.800
Cremallera	Unidad	500
Broches	Unidad	310
Argollas	Unidad	250
Marquilla	Unidad	288
Etiqueta	Unidad	300
Bolsa plástica	Unidad	50
Adornos sintéticos	Unidad	500
Monedero	Unidad	1.500

Fuente: Cotizaciones realizadas por la Autora

- **Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande.** En el Cuadro 94, se aprecia los costos por concepto de materia prima para el bolso en mención, elaborado tanto en tela de pana como en dryll. Además, se efectúa el cálculo correspondiente a las dos capelladas y dos tiras adicionales que se contemplan en la comercialización del bolso. Cabe anotar, se toma como base la información de los Cuadros 75, 78 y 78. El cálculo del costo unitario por concepto de materia prima y materiales se obtuvo por lote de producción de 15 unidades, que luego al dividirse por su valor, da el costo unitario por concepto de materia prima y materiales, que incluye el bolso completo, más dos capelladas y dos tiras. Véase Cuadros 94 y 95.

**Cuadro 94. Costo por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Rectangular. Tamaño Grande.**

Insumos	Unidad medida insumo	Insumo por bolso	Lote de 15 Unidades	Total insumos por lote	En Pana		En Dryll	
					Precio Unid. de insumo	Total	Precio Unid. de insumo	Total
Tela para base	Metro	1/33= 0,0303	15	0,4545	8.000	3.636	6.000	2.727
Tela para capellada	Metro	1/6= 0,1667	15	2,5005	8.000	20.004	6.000	15.003
Tela para Tiras	Metro	1/60= 0,0167	15	0,2505	8.000	2.004	6.000	1.503
Hilo (Tubino)	Tubino	33 %	15	4,95	1.200	5.940	1.200	5.940
Seda	Metro	1/60= 0,1667	15	2,5005	3.500	8.752	3.500	8.752
Odena	Lámina	1/75=0,0133	15	0,1995	5.800	1.157	5.800	1.157
Cremallera	Unidad	1	15	15	500	7.500	500	7.500
Broches	Unidad	32	15	480	310	148.800	310	148.800
Argollas	Unidad	2	15	30	250	7.500	250	7.500
Marquilla	Unidad	1	15	15	288	4.320	288	4.320
Etiqueta	Unidad	1	15	15	300	4.500	300	4.500
Bolsa plástica	Unidad	1	15	15	50	750	50	750
Adornos sintéticos	Unidad	3	15	45	500	22.500	500	22.500
Monedero	Unidad	1	15	15	1.500	22.500	1.500	22.500
<b>Costo Total MP y Materiales Lote 15 bolsos</b>						<b>259.863</b>		<b>253.452</b>
<b>Costo unitario 1 bolso</b>						<b>17.324</b>		<b>16.897</b>
<b>Para 2 capelladas y dos tiras</b>								
Tela para Capelladas	Metro	2/6= 0,33	15	4,95	8.000	39.600	6.000	29.700
Tela para Tiras	Metro	2/60= 0,033	15	0,495	8.000	3.960	6.000	2.970
Hilo	Tubino	58 %	15	8,7	1.200	10.440	1.200	10.440
Seda forro	Metro	2/6= 0,33	15	4,95	3.500	17.325	3.500	17.325
Cremallera	Unidad	2	15	30	500	15.000	500	15.000
Broche	Unidad	60	15	900	310	279.000	310	279.000
Marquilla	Unidad	2	15	30	288	8.640	288	8.640
Etiqueta	Unidad	2	15	30	300	9.000	300	9.000
Adornos sintéticos	Unidad	6	15	90	500	45.000	500	45.000
<b>Costo Total MP y Materiales Lote 15 bolsos</b>						<b>427.965</b>		<b>417.075</b>
<b>Costo unitario 2 capelladas y dos tiras</b>						<b>28.531</b>		<b>27.805</b>
<b>COSTO UNITARIO MP. Y MATERIALES UN BOLSO COMPLETO</b>						<b>45.855</b>		<b>44.702</b>

Como se explicó en el Cuadro 75, de un metro de tela de pana salen 33 bases ; igualmente de un metro de tela de pana salen 6 capelladas,

y un metro se obtienen 60 tiras ya dobles

Los orillos de la base su cuantificación monetaria queda incluida en el costo de la base y de la capellada.

Seda: Un metro de seda se obtienen 6 forros

El costo de los bolsillos internos queda incluido en el valor del forro, debido a que los bolsillos se elaboran con sobrantes del forro.

Igual procedimiento se efectuó para el cálculo cuando se produce el bolso con tela de Dryll.

Fuente: Cálculos de la Autora

Según el cuadro anterior, el costo por concepto de materia prima y materiales para el Bolso Estilo Rectangular, tamaño grande según el tipo de tela a utilizar sería:

**Cuadro 95 Costo unitario por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Rectangular , tamaño grande. Un bolso completo más dos capelladas y dos tiras**

<b>Descripción</b>	<b>En Pana</b>	<b>En Dryll</b>
Bolso completo	17.324	16.897
Más dos capelladas y dos tiras	28.531	27.805
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>45.855</b>	<b>44.702</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

- **Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano.** En el Cuadro 96 se aprecia los costos por concepto de materia prima para el bolso en mención, elaborado tanto en tela de pana como en dryll. Además, se efectúa el cálculo correspondiente a las dos capelladas y dos tiras adicionales que se contemplan en la comercialización del bolso. Cabe anotar, se toma como base la información del Cuadro 76, 78 y 80.

**Cuadro 96. Costo por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano**

Insumos	Unidad medida insumo	Insumos por bolso	Lote de 15 Unidades	Total insumos por lote	En Pana		En Dryll	
					Precio Unid. de insumos	Total	Precio Unid. de insumos	Total
Base	Metro	1/44=0,022	15	0,3405	8.000	2.724	6.000	2.043
Capellada	Metro	1/9=0,111	15	1,6665	8.000	13.332	6.000	9.999
Tiras	Metro	1/60=0,0167	15	0,2505	8.000	2.004	6.000	1.503
Hilo	Tubino	25%	15	3,75	1.200	4.500	1.200	4.500
Seda	Metro	1/9=0,11	15	1,6665	3.500	5.832	3.500	5833
Odena	Lámina	1/75= 0,133	15	0,1995	5.800	1.157	5.800	1.157
Cremallera	Unidad	1	15	15	500	7.500	500	7.500
Broches	Unidad	23	15	345	310	106.950	310	106.950
Argollas	Unidad	2	15	30	250	7.500	250	7.500
Marquilla	Unidad	1	15	15	288	4.320	288	4.320
Etiqueta	Unidad	1	15	15	300	4.500	300	4.500
Bolsa plástica	Unidad	1	15	15	50	750	50	750
Adornos sintéticos	Unidad	1	15	15	500	7.500	500	7.500
Monedero	Unidad	1	15	15	1.500	22.500	1.500	22.500
<b>Costo Total MP y Materiales Lote 15 bolsos</b>						<b>191.070</b>		<b>186.555</b>
<b>Costo unitario 1 bolso</b>						<b>12.738</b>		<b>12.437</b>
<b>Para 2 capelladas y dos tiras</b>								
Capelladas	Metro	2/9=0,22	15	3,333	8.000	26.664	6.000	19.998
Tiras	Metro	2/60=0,33	15	0,4995	8.000	3.996	6.000	2.997
Hilo	Tubino	20%	15	3	1.200	3.600	1.200	3.600
Seda forro	Metro	2/9=0,22	15	3,333	3.500	11.666	3.500	11.666
Cremallera	Unidad	2	15	30	500	15.000	500	15.000
Broche	Unidad	44	15	660	310	204.600	310	204.600
Marquilla	Unidad	2	15	30	288	8.640	288	8.640
Etiqueta	Unidad	2	15	30	300	9.000	300	9.000
Adornos sintéticos	Unidad	2	15	30	500	15.000	500	15.000
<b>Costo Total MP y Materiales Lote 15 bolsos</b>						<b>298.166</b>		<b>290.501</b>
<b>Costo unitario 2 capelladas y dos tiras</b>						<b>19.878</b>		<b>19.367</b>
<b>COSTO UNITARIO MP. Y MATERIALES UN BOLSO COMPLETO</b>						<b>32.616</b>		<b>31.804</b>

a): Como se explicó en el Cuadro 76 de un metro de tela de pana salen 44 bases; Igualmente, se tiene que de un metro de tela de pana salen 9 capelladas, y de un metro de tela se obtienen 60 tiras ya dobles

Los orillos de la base su cuantificación monetaria queda incluida en el costo de la base y de la capellada.

Seda: Un metro de seda se obtienen 9 forros

El costo de los bolsillos internos queda incluido en el valor del forro, debido a que los bolsillos se elaboran con sobrantes del forro.

Igual procedimiento se efectuó para el cálculo cuando se produce el bolso con tela de Dryll.

Fuente: Cálculos de la Autora

Según el cuadro anterior, el costo por concepto de materia prima y materiales para el Bolso Estilo Ovalado, tamaño mediano según el tipo de tela a utilizar sería:

**Cuadro 97. Costo unitario por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Ovalado , tamaño mediano. Un bolso completo más dos capelladas y dos tiras**

<b>Descripción</b>	<b>En Pana</b>	<b>En Dryll</b>
Bolso completo	12.738	12.437
Más dos capelladas y dos tiras	19.878	19.367
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>32.616</b>	<b>31.804</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

- **Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño.** En el Cuadro 98, se aprecia los costos por concepto de materia prima para el bolso en mención, elaborado tanto en tela de pana como en dryll. Además, se efectúa el cálculo correspondiente a las dos capelladas y dos tiras adicionales que se contemplan en la comercialización del bolso. Cabe anotar, se toma como base la información del Cuadro 77,78 y 81..

**Cuadro 98. Costo por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño Pequeño**

Insumos	Unidad medida insumo	Insumos por bolso	Lote de 15 Unidades	Total insumos por lote	En pana		En Dryll	
					Precio Unid. de insumo	Total	Precio Unid. de insumo	Total
Base	Metro	1/44= 0,0227	15	0,34	8.000	2.724	6.000	2.043
Capellada	Metro	1/9=0,11	15	1,67	8.000	13.332	6.000	9.999
Tiras	Metro	1/90=0,01	15	0,17	8.000	1.332	6.000	999
Hilo (Tubino)	Tubino	29%	15	4,35	1.200	5.220	1.200	5.220
Seda	Metro	1/9=0,11	15	1,67	3.500	5.833	3.500	5.833
Odena	Lámina	1/90=0,01	15	0,1665	5.800	966	5.800	966
Cremallera	Unidad	1	15	15	500	7.500	500	7.500
Broches	Unidad	25	15	375	310	116.250	310	116.250
Argollas	Unidad	2	15	30	250	7.500	250	7.500
Marquilla	Unidad	1	15	15	288	4.320	288	4.320
Etiqueta	Unidad	1	15	15	300	4.500	300	4.500
Bolsa plástica	Unidad	1	15	15	50	750	50	750
Adornos sintéticos	Unidad	2	15	30	500	15.000	500	15.000
Monedero	Unidad	1	15	15	1.500	22.500	1.500	22.500
Bolsillos externos	Metro	2/360=0,0056	15	0,08	5.800	487	5.800	487
<b>Costo Total MP y Materiales Lote 15 bolsos</b>						<b>208.214</b>		<b>203.867</b>
<b>Costo unitario 1 bolso</b>						<b>13.881</b>		<b>13.591</b>
<b>Para 2 capelladas y dos tiras</b>								
Capelladas	Metro	2/9=0,22	15	3,33	8.000	26.664	6.000	19.998
Tiras	Metro	2/90=0,022	15	0,33	8.000	2.664	6.000	1.998
Hilo	Tubino	50%	15	7,5	1.200	9.000	1.200	9.000
Seda forro	Metro	2/9=0,22	15	3,33	3.500	11.666	3.500	11.666
Cremallera	Unidad	2	15	30	500	15.000	500	15.000
Broche	Unidad	48	15	720	310	223.200	310	223.200
Marquilla	Unidad	2	15	30	288	8.640	288	8.640
Etiqueta	Unidad	2	15	30	300	9.000	300	9.000
Bolsillos sintéticos	Metro	4/360=0,011	15	0,17	5.600	924	5.600	924
Adornos	Unidad	4	15	60	500	30.000	500	30.000
<b>Costo Total MP y Materiales Lote 15 bolsos</b>						<b>336.758</b>		<b>329.426</b>
<b>Costo unitario 2 capelladas y dos tiras</b>						<b>22.451</b>		<b>21.962</b>
<b>COSTO UNITARIO MP. Y MATERIALES UN BOLSO COMPLETO</b>						<b>36.331</b>		<b>35.553</b>

Como se explicó en el Cuadro 77 y 81 de un metro de tela salen 44 bases; Igualmente de un metro de tela salen 9 capelladas y de un metro de tela salen 60 tiras ya dobles- Los orillos de la base su cuantificación monetaria queda incluida en el costo de la base y de la capellada.

Seda: De un metro de seda se obtienen 9 forros.

El costo de los bolsillos internos queda incluido en el valor del forro, debido a que los bolsillos se elaboran con sobrantes del forro.

Igual procedimiento se efectuó para el cálculo cuando se produce el bolso con tela de Dryll.

Fuente: Cálculos de la Autora

Según el cuadro anterior, el costo por concepto de materia prima y materiales para el Bolso Estilo Cuadrado, tamaño pequeño según el tipo de tela a utilizar sería:

**Cuadro 99. Costo unitario por concepto de materia prima y materiales. Bolso Estilo Cuadrado , tamaño pequeño. Un bolso completo más dos capelladas y dos tiras**

<b>Descripción</b>	<b>En Pana</b>	<b>En Dryll</b>
Bolso completo	13.881	13.591
Más dos capelladas y dos tiras	22.451	21.962
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>36.331</b>	<b>35.553</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

Por lo anterior, el costo por concepto de materia prima y materiales para la producción del bolso completo, más dos capelladas y dos tiras sería : Véase Cuadro 100.

**Cuadro 100. Costo unitario por concepto de materia prima y materiales. Bolso completo, más dos capelladas y dos tiras**

<b>Descripción</b>	<b>Pana</b>	<b>Dryll</b>
Bolso Rectangular, Tamaño grande	45.855	44.702
Bolso Ovalado, Tamaño mediano	32.616	31.804
Bolso Cuadrado, Tamaño pequeño	36.331	35.553

Fuente: Cálculos de la Autora

Como se aprecia en el Cuadro 100, el costo por concepto de mano de materia y materiales, es más elevado para el bolso elaborado en pana; además, el costo del bolso pequeño es mayor su costo respecto del costo para el bolso mediano, debido a que el bolso pequeño lleva los bolsillos externos, por consiguiente demanda más insumo y más mano de obra.

Una vez obtenido estos costos unitarios por cada tipo de bolso a comercializar, se obtiene el capital de trabajo, teniendo en cuenta el nivel de producción estimado en el Estudio Técnico, que sería:

**Cuadro 101. Capacidad utilizada del proyecto, según tipo de bolso y tela a producir**

Años	Tamaño del proyecto (bolsos)	Bolso Rectangular Grande (20%)			Bolso Ovalado Mediano (45%)			Bolso Cuadrado Pequeño (35%)		
		Año	Mes	Día	Año	Mes	Día	Año	Mes	Día
1	3.996	799	67	3	1.798	150	6	1.399	117	5
2	4.795	959	80	3	2.158	180	8	1.678	140	6
3	5.994	1.199	100	4	2.697	225	9	2.098	175	7
4	6.394	1.279	107	4	2.877	240	10	2.238	187	8
5	7.193	1.439	120	5	3.237	270	11	2.517	210	9

Fuente: Cálculos de la Autora

Pero distribuyendo este tamaño en términos de producción según si se utiliza la pana(55%) o el dryll(45%), el nivel de producción sería:

**Cuadro 102. Capacidad utilizada del proyecto según tipo de bolso y material a utilizar**

Años	Bolso Estilo Rectangular Tamaño Grande			Bolso: Estilo Ovalado Tamaño: Mediano			Bolso: Estilo Cuadrado Tamaño: Pequeño		
	En pana (55%)	En Dryll (45%)	Total año	En pana (55%)	En Dryll (45%)	Total año	En pana (55%)	En Dryll (45%)	Total año
Año 1	439	360	799	989	809	1.798	769	630	1.399
Año 2	527	432	959	1187	971	2.158	923	755	1.678
Año 3	659	540	1.199	1483	1.214	2.697	1.154	944	2.098
Año 4	703	576	1.279	1582	1.295	2.877	1.231	1.007	2.238
Año 5	791	648	1.439	1780	1.457	3.237	1.384	1.133	2.517

Fuente: Cálculos de la Autora

Tomando como base el Costo unitario resumido en el Cuadro 99, multiplicado por el número de unidades a producir en el primer año para cada tipo de bolso, según clase de tela, se obtiene un costo total por

concepto de materia prima y materiales, pero este se divide entre 12 y se obtiene el capital de trabajo para un mes del año. Véase Cuadro 103

**Cuadro 103. Capital de trabajo por concepto de materia prima y materiales**

<b>Estilo de bolso</b>	<b>Pana</b>	<b>Dryll</b>	<b>Total Año</b>
Bolso Rectangular, Tamaño Grande	20.151.063	16.072.529	36.223.592
Bolso Ovalado, Tamaño Mediano	32.253.656	25.732.366	57.986.021
Bolso Cuadrado, Tamaño Pequeño	27.955.203	22.382.272	50.337.475
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>80.359.923</b>	<b>64.187.166</b>	<b>144.547.088</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MES POR CONCEPTO DE MATERIA PRIMA Y MATERIALES</b>			<b>12.045.591</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

- **Mano de Obra Directa.** Para obtener la Mano de Obra Directa que intervendrá en el proceso productivo, se contemplan las dos operarios: Operario N° 1: Cortador y Ensamblador y Operario N° 2: Ensamblador; además se cuenta con un Auxiliar de Operario. Véase Cuadro 104.

**Cuadro 104. Costo por concepto de Mano de Obra Directa**

<b>Cargos</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Nº de cargos</b>	<b>Salario total</b>	<b>Subsidio de transporte</b>	<b>Total subsidio</b>	<b>Total salario + subsidio</b>	<b>Prestaciones sociales</b>	<b>Total mes</b>
Operario 1: Cortador y Ensamblador	700.000	1	700.000	59.200	59.200	759.200	442.614	1.201.814
Operario 2: Ensamblador	600.000	1	600.000	59.200	59.200	659.200	383.314	1.043.514
Auxiliar operario	500.000	1	500.000	59.200	59.200	559.200	326.014	885.214
<b>CAPITAL DE MOD. PARA UN MES</b>								<b>3.130.541</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

- **Costos Indirectos de Fabricación (CIF).** Están conformados por una parte fija y una parte variables. Así: Véase Cuadro 105.

**Cuadro 105. Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

Descripción	Fijos	Variables
Mano de obra indirecta: Jefe de producción Diseñador, Patronador y Sisnador	1.360.114	59.350
Depreciación	159.500	
Arriendo (70%)	700.000	
Aseo	40.000	
Mantenimiento equipos		50.000
Servicios públicos(70%)		210.000
Industria y comercio		50.000
Ploteada de planos		95.000
Botiquín	15.000	
Otros*		30.050
Subtotal	<b>2.274.614</b>	<b>494.400</b>
<b>TOTAL CIF MENSUALES</b>	<b>2.769.014x 12 meses=</b>	
<b>TOTAL CIF UNITARIO</b>	<b>33.228.163/3.996 Unid=8.315</b>	

\*Corresponde a los Utensilios que como se dijo anteriormente, se pueden consumir en un año, por consiguiente su recuperación es anual.:  $360.600 / 12 = 30.050$

Fuente: Cálculos de la Autora

Cabe señalar, que la mano de obra indirecta está conformada por: Jefe de Producción y mano de obra especializada contratada por servicios. Explicando cada una de ellas se tiene:

**Cuadro 106. Mano de obra indirecta: Jefe de producción**

Cargos	Salario mensual	Nº de cargos	Salario total	Subsidio de transporte	Total subsidio	Total salario + subsidio	Prestaciones sociales	Total mes
Jefe de producción Mano de obra externa	800.000	1	800.000	59.200	59.200	859.200	500.914	1.360.114 59.350

Fuente: Cálculos de la Autora

En cuanto a la mano de obra especializada como es el caso de la Diseñadora, Patronador y Sisnador se tiene:

Diseñadora: Cobra \$50.000 por cada diseño, por tanto como en el año se sacarán 3 colecciones cada 4 meses, el costo sería:

$\$50.000 \times 3 \text{ colecciones} \times 3 \text{ modelos} = \$450.000 \text{ al año} = \$37.500 \text{ por mes}$

Patronador: El patronador cobra \$8.500 por cada producto al cual tenga que elaborarle los moldes. Al igual que la diseñadora, se sacarán 3 colecciones cada 4 meses, el costo sería:

$\$8.500 \times 3 \times 3 = \$76.500 \text{ al año} = \$6.375 \text{ mensual}$

El sisnador o trazador: Cobra \$50 por cada pieza que ubique en la sábana de tela. Para obtener el valor a pagar, se tiene en cuenta el número de piezas que salen para cada estilo de bolso, de una sábana de 1,00 metro de largo por 1,50 mts de ancho.

Partes del bolso	Bolso Estilo Rectangular	Bolso Estilo Ovalado	Bolso Estilo Cuadrado	Total piezas
Base	33	44	44	121
Cuerpo	6	9	9	24
Manijas	60	60	90	210
Forro	6	9	9	24
Bolsillos	115	66	78	259
Odena	75	75	90	240
Bolsillo externo			360	360
<b>TOTAL PIEZAS</b>				<b>1.238</b>

Son 1.238 piezas x \$50 x 3 colecciones = 185.700 al año = \$15.475 mensual

Por tanto la Mano de obra Indirecta para diseñador, patronador y trazador sería:

	Anual	Mensual
Diseñador	\$450.000	\$37.500
Patronador	76.500	6.375
Trazador	187.500	15.475
<b>TOTAL</b>	<b>712.200</b>	<b>59.350</b>

En lo que respecta a la ploteada de los planos, es necesario plotear mensualmente un total de 19 planos: 6 para los bolsos rectangulares, 6 para los bolsos ovalados y 7 para los bolsos cuadrados. El valor de la ploteada es de \$5.000 por plano. Por consiguiente el concepto por capital de trabajo para el área de producción sería:

Materia prima y materiales	12.045.591
Mano de obra directa	3.130.541
CIF	<u>2.769.014</u>
<b>Total</b>	<b>17.945.146</b>

**5.1.3.2 Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros.** En el Cuadro 109 se resumen estos gastos para un período de un mes, sin incluir depreciaciones y prestaciones sociales. Véase Cuadro 107.

**Cuadro 107. Gastos Administrativos, de Ventas y Financieros**

Descripción	Año actual
<b>Administrativos</b>	
Salario Gerente	1.200.000
Salario Secretaria Auxiliar Contable	550.000
Salario Oficios varios	250.000
Subsidio transporte (59.200+29.600)	88.800
Honorarios Contador	200.000
Arriendo (30%)	300.000
Servicios Públicos	90.000
Seguros	16.667
Implementos aseo	30.000
Botiquín	12.000
Impuestos de industria y comercio	50.000
Papelería	50.000
Gastos bancarios	50.000
Imprevistos	59.200
<b>Subtotal</b>	<b>2.946.667</b>
<b>Ventas</b>	
Vendedora mostrador	496.900
Subsidio	59.200
Publicidad	200.000
<b>Subtotal</b>	<b>756.100</b>

Continuación Cuadro 110

<b>Financieros</b>	
Intereses	204.000
<b>Subtotal</b>	<b>204.000</b>
<b>TOTAL PARA CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>3.906.767</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.1.3.3 Total capital de trabajo.** El capital de trabajo requerido para un mes de funcionamiento de la empresa es el siguiente:

**Cuadro 108. Total capital de trabajo**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Materia prima y materiales	12.045.591
Mano de obra directa	3.130.541
CIF	2.769.014
Gastos Administrativos, Ventas y Financieros	3.906.767
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>21.851.913</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.1.4 Total inversión.** La inversión total requerida representa en inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo, se resume en el Cuadro 109.

**Cuadro 109. Total inversión**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión Fija	19.970.600
Inversión Diferida	8.955.000
Capital de trabajo	21.851.913
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>50.777.513</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.1.5 Fuentes de financiación.** La inversión total requerida asciende a un total de \$50.777.513 de los cuales se aportará un 61% y el restante 39% se financiará con línea de crédito especial de la Caja Social de Ahorro

**Cuadro 110. Financiación del proyecto**

Descripción	Recursos propios	Recursos externos	Total
Activos fijos	0	19.970.600	19.970.600
Inversión diferida	8.955.000	0	8.955.000
Capital de trabajo	21.822.512	29.400	21.851.913
<b>TOTAL</b>	<b>30.777.513</b>	<b>20.000.000</b>	<b>50.777.513</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

Las condiciones crediticias son:

Monto : \$20.000.000

Amortización: Mensual

Tiempo: 5 años: 60 meses

Tasa de interés: 30,40 % efectivo anual  
 $(1+0,3040)^{1/12} = 1,02\%$  mensual

**Cuadro 111. Liquidación crédito**

Periodos	Cuota de amortización	Intereses	Valor a pagar	Saldo
				20.000.000
1	333.333	204.000	537.333	19.666.667
2	333.333	200.600	533.933	19.333.333
3	333.333	197.200	530.533	19.000.000
4	333.333	193.800	527.133	18.666.667
5	333.333	190.400	523.733	18.333.333
6	333.333	187.000	520.333	18.000.000
7	333.333	183.600	516.933	17.666.667
8	333.333	180.200	513.533	17.333.333
9	333.333	176.800	510.133	17.000.000
10	333.333	173.400	506.733	16.666.667
11	333.333	170.000	503.333	16.333.333
12	333.333	166.600	499.933	16.000.000
13	333.333	163.200	496.533	15.666.667
14	333.333	159.800	493.133	15.333.333
15	333.333	156.400	489.733	15.000.000
16	333.333	153.000	486.333	14.666.667
17	333.333	149.600	482.933	14.333.333
18	333.333	146.200	479.533	14.000.000
19	333.333	142.800	476.133	13.666.667
20	333.333	139.400	472.733	13.333.333
21	333.333	136.000	469.333	13.000.000

Continuación Cuadro 111.

Periodos	Cuota de amortización	Intereses	Valor a pagar	Saldo
22	333.333	132.600	465.933	12.666.667
23	333.333	129.200	462.533	12.333.333
24	333.333	125.800	459.133	12.000.000
25	333.333	122.400	455.733	11.666.667
26	333.333	119.000	452.333	11.333.333
27	333.333	115.600	448.933	11.000.000
28	333.333	112.200	445.533	10.666.667
29	333.333	108.800	442.133	10.333.333
30	333.333	105.400	438.733	10.000.000
31	333.333	102.000	435.333	9.666.667
32	333.333	98.600	431.933	9.333.333
33	333.333	95.200	428.533	9.000.000
34	333.333	91.800	425.133	8.666.667
35	333.333	88.400	421.733	8.333.333
36	333.333	85.000	418.333	8.000.000
37	333.333	81.600	414.933	7.666.667
38	333.333	78.200	411.533	7.333.333
39	333.333	74.800	408.133	7.000.000
40	333.333	71.400	404.733	6.666.667
41	333.333	68.000	401.333	6.333.333
42	333.333	64.600	397.933	6.000.000
43	333.333	61.200	394.533	5.666.667
44	333.333	57.800	391.133	5.333.333
45	333.333	54.400	387.733	5.000.000
46	333.333	51.000	384.333	4.666.667
47	333.333	47.600	380.933	4.333.333
48	333.333	44.200	377.533	4.000.000
49	333.333	40.800	374.133	3.666.667
50	333.333	37.400	370.733	3.333.333
51	333.333	34.000	367.333	3.000.000
52	333.333	30.600	363.933	2.666.667
53	333.333	27.200	360.533	2.333.333
54	333.333	23.800	357.133	2.000.000
55	333.333	20.400	353.733	1.666.667
56	333.333	17.000	350.333	1.333.333
57	333.333	13.600	346.933	1.000.000
58	333.333	10.200	343.533	666.667
59	333.333	6.800	340.133	333.333
60	333.333	3.400	336.733	0

Fuente: Cálculos de la Autora

Resumiendo en términos anuales la financiación se tiene:

### Cuadro 112. Resumen financiación

Años	Cuota amortización	Intereses
1	4.000.000	2.223.600
2	4.000.000	1.734.000
3	4.000.000	1.244.400
4	4.000.000	754.800
5	4.000.000	265.200

Fuente: Cálculos de la Autora

## 5.2 COSTOS

Los costos están conformados por los costos de producción. Se clasifican en fijos y variables. Así:

### 5.2.1 Costos Fijos. Conformado por :

- CIF Porción Fija

### Cuadro 113 Costos CIF Fijos Totales y Unitario

Descripción	Fijos
Mano de obra indirecta: Jefe de producción	1.360.114
Depreciación	159.500
Arriendo (70%)	700.000
Aseo	40.000
Botiquín	15.000
Subtotal	<b>2.274.614</b>
<b>TOTAL CIF MENSUALES</b>	<b>2.274.614x 12 meses=</b>
<b>TOTAL CIF UNITARIO</b>	<b>27.295.363/3.996 Unid=6.830</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

- **Mano de obra directa:**

**Cuadro 114. Mano de obra directa, Total y unitaria**

Cargos	Salario mensual	Nº de cargos	Salario total	Subsidio de transporte	Total subsidio	Total salario + subsidio	Prestaciones sociales	Total mes
Cortador	700.000	1	700.000	59.200	59.200	759.200	442.614	1.201.814
Operarios	600.000	1	600.000	59.200	59.200	659.200	383.314	1.043.514
Auxiliar operarios	500.000	1	500.000	59.200	59.200	559.200	326.014	885.214
<b>CAPITAL DE MOD. PARA UN MES</b>								<b>3.130.541 x 12 meses= 37.566.490 /3.996 unid= 9.401</b>

**5.2.2 Costos Variables.** Conformado por CIF porción variable y Materia prima y materiales

- **CIF. Porción variable.** Véase Cuadro 158.

**Cuadro 115. Costos CIF Variables, total y unitario**

Descripción	Variables
Mano de obra indirecta: Diseñador, Patronador y Sisnador	59.350
Mantenimiento equipos	50.000
Servicios públicos(70%)	210.000
Industria y comercio	50.000
Ploteada de planos	95.000
Otros	30.050
Subtotal	<b>494.400</b>
<b>TOTAL CIF MENSUALES</b>	<b>494.400x12=</b>
<b>TOTAL CIF UNITARIO</b>	<b>5.932.800/3.996= 1.485</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

- **Materia prima y materiales.** Véase Cuadro 116.

**Cuadro 116. Costo Unitario por Materia prima y materiales**

Descripción	Pana	Dryll
Bolso Rectangular, Tamaño grande	45.855	44.702
Bolso Ovalado, Tamaño mediano	32.616	31.804
Bolso Cuadrado, Tamaño pequeño	36.331	35.553

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.2.3 Costo Unitario Total.** Está conformado por la suma de los costos fijos y variables. Véase Cuadro 117.

**Cuadro 117. Costo Unitario Total, según tipo de bolso y tamaño**

Productos	Costo año base
<b>Materia prima y materiales:</b>	
Bolsos en pana	
Estilo Rectangular (Grande)	45.855
Estilo Ovalado (Mediano)	32.616
Estilo Cuadrado (Pequeño)	36.331
Bolsos en Dryll	
Estilo Rectangular (Grande)	44.702
Estilo Ovalado (Mediano)	31.804
Estilo Cuadrado (Pequeño)	35.553
<b>Por mano de obra directa</b>	9.401
<b>Por CIF</b>	8.315
<b>COSTO TOTAL UNITARIO:</b>	
<b>Bolsos en pana</b>	
Estilo Rectangular (Grande)	63.572
Estilo Ovalado (Mediano)	50.332
Estilo Cuadrado (Pequeño)	54.048
<b>Bolsos en dryll:</b>	
Estilo Rectangular (Grande)	62.418
Estilo Ovalado (Mediano)	49.520
Estilo Cuadrado (Pequeño)	53.269

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.2.4. Precio de venta.** El precio de venta se obtiene de aplicar un margen de utilidad al costo unitario. Este margen de utilidad es de un 28%. Cabe anotar que el precio de venta del producto a vender, comprende el valor del bolso completo (base, capellada y tiras), más dos capelladas y dos bolsos, que contribuyen a que el comprador o consumidor adquiriera tres bolsos en uno.

El precio de venta se calcula con la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de venta} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Margen de utilidad}}$$

Por lo anterior el precio de venta para el año actual sería:

**Cuadro 118. Precio de venta, año actual**

Productos	Precio año base
<b>Bolsos en pana:</b>	
Estilo Rectangular (Grande)	84.762
Estilo Ovalado (Mediano)	67.109
Estilo Cuadrado (Pequeño)	72.064
<b>Bolsos en Dryll:</b>	
Estilo Rectangular (Grande)	83.224
Estilo Ovalado (Mediano)	66.027
Estilo Cuadrado (Pequeño)	71.026

Fuente: Cálculos de la Autora

Si se compara este precio con el precio que actualmente está pagando la población objetivo por la compra de un bolso, puede afirmarse que es aceptable, si se tiene en cuenta que la población objetivo está comprando un bolso por un precio que oscila entre \$55.001-85.000, mientras que al adquirir el bolso en tela tres en uno, adquiriría tres bolsos por un precio menor.

### 5.3 PRESUPUESTO DE EGRESOS E INGRESOS

**5.3.1 Presupuesto de Egresos.** Los egresos están conformados por el total de costos y gastos que se generen producto de la actividad de la empresa. Estos egresos se calculan teniendo como base la actual política del Banco de la República, la cual busca cada año disminuir los niveles de inflación cada año, por consiguiente se toman los siguientes porcentajes de incremento en los egresos:

Años	Porcentaje de crecimiento de egresos
1	6,5%
2	6,0%
3	5,5%
4	5,0%
5	4,5%

**5.3.1.1 Costos.** Como costos de producción se tienen: Costo por materia prima y materiales, mano de obra directa y CIF. Antes de calcular los costos totales es necesario hacer una proyección para conocer los costos unitarios, los cuales multiplicados por el tamaño del proyecto, daría los costos totales para cada concepto.

**5.3.1.1.1 Costo por materia prima y materiales.** En el Cuadro 119, se presenta la proyección de los costos unitarios por concepto de materia prima y materiales.

**Cuadro 119. Costo unitario por materia prima y materiales, proyectado**

Productos	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>En pana</b>						
Bolso Rectangular (Grande)	63.572	67.704	69.998	74.508	77.629	82.295
Bolso Ovalado (Mediano)	50.332	53.604	55.051	58.739	61.072	64.994
Bolso Cuadrado (Pequeño)	54.048	57.561	59.246	63.165	65.719	69.849
<b>En Dryll</b>						
Bolso Rectangular (Grande)	62.418	66.475	68.695	73.134	76.186	80.788
Bolso Ovalado (Mediano)	49.520	52.739	54.135	57.772	60.057	63.933
Bolso Cuadrado (Pequeño)	53.269	56.732	58.367	62.237	64.745	68.832

Fuente: Cálculos de la Autora

El producto de multiplicar este costo unitario por el número de unidades a producir, según tipo de bolso, y su material de elaboración en pana o dryll, se obtienen los costos totales por concepto de materia prima y materiales. Teniendo en cuenta que el producto que se menciona bien sea cualquiera de ellos, está conformado por un bolso completo, más dos capelladas y dos tiras, es decir, el valor agregado se refleja en la compra de un bolso y en recibir tres bolsos intercambiables entre sí en las partes que lo conforman. En el Cuadro 120 se resume la capacidad utilizada del proyecto en forma global, teniendo en cuenta la clasificación de este tamaño en tipo de bolso y material a elaborar:

**Cuadro 120. Capacidad utilizada del proyecto**

Años	Bolso Estilo Rectangular Tamaño Grande			Bolso: Estilo Ovalado Tamaño: Mediano			Bolso: Estilo Cuadrado Tamaño: Pequeño		
	En pana (55%)	En Dryll (45%)	Total año	En pana (55%)	En Dryll (45%)	Total año	En pana (55%)	En Dryll (45%)	Total año
Año 1	439	360	799	989	809	1.798	769	630	1.399
Año 2	527	432	959	1187	971	2.158	923	755	1.678
Año 3	659	540	1.199	1483	1.214	2.697	1.154	944	2.098
Año 4	703	576	1.279	1582	1.295	2.877	1.231	1.007	2.238
Año 5	791	648	1.439	1780	1.457	3.237	1.384	1.133	2.517

Fuente: Cálculos de la Autora

Por consiguiente, en el Cuadro 121 se resume el total de costos por concepto de materia prima y materiales.

**Cuadro 121. Costo total por materia prima y materiales**

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>En pana</b>					
Bolso Rectangular (Grande)	21.460.882	27.303.937	36.014.576	40.338.427	47.426.983
Bolso Ovalado (Mediano)	34.350.143	43.701.483	57.620.648	64.539.613	75.883.173
Bolso Cuadrado (Pequeño)	29.772.292	37.852.309	49.929.631	55.924.519	65.726.678
<b>En Dryll</b>					
Bolso Rectangular (Grande)	17.117.243	21.777.675	28.725.298	32.174.011	37.827.857
Bolso Ovalado (Mediano)	27.404.969	34.865.584	45.970.466	51.490.501	60.540.534
Bolso Cuadrado (Pequeño)	23.837.119	30.306.367	39.976.048	44.775.842	52.623.918
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>153.942.649</b>	<b>195.807.353</b>	<b>258.236.667</b>	<b>289.242.913</b>	<b>340.029.144</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.3.1.1.2 Mano de obra directa.** El costo unitario por concepto de mano de obra directa se calcula teniendo en cuenta que a través de los años es necesario ir adquiriendo más operarios, debido a que el nivel de producción va en aumento. La mano de obra directa a través de los cinco años será:

**Cuadro 122. Mano de obra directa proyectada, según volumen de pcc.**

Cargos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operario N° 1 (cortador, ensamble y armada)	1	1	1	1	1
Operario N° 2 (ensamble y armada)	1	1	1	1	1
Aux. de operario	1	1	1	1	1
Operario N° 3 (ensamble y armada)	--	--	1	1	1
Operario N° 4 (ensamble y armada)	--	--	--	--	1
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

Fuente: Cálculos de la autora

Con base en esta mano de obra directa proyectada, se calcula el costo a través de los años, teniendo en cuenta el crecimiento estimado anteriormente. Para ello se tiene:

**Cuadro 123. Costo total por mano de obra directa proyectada**

<b>Año 1</b>	Salario	Nº cargos	Salario	Subsidio transporte	Subsidio transporte Total	Salario + Subsidio	Prestaciones sociales 58,30%	Salario+subsidio + prestaciones sociales
Cortador	745.500	1	745.500	63.048	63.048	808.548	471.383	1.279.931
Operarios	639.000	1	639.000	63.048	63.048	702.048	409.294	1.111.342
Auxiliar operarios	532.500	1	532.500	63.048	63.048	595.548	347.204	942.752
Valor mes								3.334.026
Valor año								40.008.311
<b>Año 2</b>								
Cortador	790.230	1	790.230	66.831	66.831	857.061	499.666	1.356.727
Operario	677.340	1	677.340	66.831	66.831	744.171	433.852	1.178.023
Auxiliar operarios	564.450	1	564.450	66.831	66.831	631.281	368.037	999.318
								3.534.068
								42.408.810
<b>Año 3</b>								
Cortador	833.693	1	833.693	70.507	70.507	904.199	527.148	1.431.347
Operarios	714.594	2	1.429.187	70.507	141.013	1.570.201	915.427	2.485.627
Auxiliar operarios	595.495	1	595.495	70.507	70.507	666.001	388.279	1.054.280
Total mes								4.971.255
Total año								59.655.060
<b>Año 4</b>								
Cortador	875.377	1	875.377	74.032	74.032	949.409	553.506	1.502.915
Operarios	750.323	2	1.500.647	74.032	148.064	1.648.711	961.198	2.609.909
Auxiliar operarios	625.269	1	625.269	74.032	74.032	699.301	407.693	1.106.994
Total mes								5.219.818
Total año								62.637.813
<b>Año 5</b>								
Cortador	914.769	1	914.769	77.363	77.363	992.133	578.413	1.570.546
Operarios	784.088	3	2.352.264	77.363	232.090	2.584.354	1.506.678	4.091.032
Auxiliar operarios	653.407	1	653.407	77.363	77.363	730.770	426.039	1.156.809
Total mes								6.818.387
Total año								81.820.643

Fuente: Cálculos de la Autora

Resumiendo mano de obra directa total y unitaria, se tiene: Véase Cuadro 124.

**Cuadro 124. Resumen mano de obra directa unitaria y total**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total MOD	40.008.311	42.408.810	59.655.060	62.637.813	81.820.643
Unidades a producir	3.996	4.795	5.994	6.394	7.193
<b>MOD Unitaria</b>	<b>10.012</b>	<b>8.844</b>	<b>9.952</b>	<b>9.796</b>	<b>11.375</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

Cabe explicar en este cuadro, que entre los años 1 y 2 el costo disminuye porque se está produciendo un mayor volumen de producción con igual número de operarios; en el año 3 aumenta el costo unitario porque entra un nuevo operario, igual situación ocurre en los años 4 y 5.

Discriminando por tipo de producto la Mano de Obra Directa se tiene: Véase Cuadro 125.

**Cuadro 125. Costo total de Mano de Obra Directa por producto**

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
En pana					
Bolso Rectangular (Grande)	4.399.813	4.664.969	6.563.151	6.891.237	9.002.773
Bolso Ovalado (Mediano)	9.900.956	10.497.397	14.762.985	15.501.242	20.251.547
Bolso Cuadrado (Pequeño)	7.703.803	8.162.480	11.484.146	12.058.318	15.747.033
En Dryll					
Bolso Rectangular (Grande)	3.599.847	3.816.793	5.369.851	5.638.285	7.365.905
Bolso Ovalado (Mediano)	8.100.782	8.588.779	12.078.806	12.682.835	16.569.448
Bolso Cuadrado (Pequeño)	6.303.111	6.678.393	9.396.120	9.865.896	12.883.936
<b>TOTAL MOD DIRECTA</b>	<b>40.008.311</b>	<b>42.408.810</b>	<b>59.655.060</b>	<b>62.637.813</b>	<b>81.820.643</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.3.1.1.3 Costos Indirectos de Fabricación.** En el Cuadro 126 se presenta los Costos Indirectos de Fabricación unitarios proyectados.

**Cuadro 126. Costos Indirectos de Fabricación Unitario, proyectado**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CIF Unitario	8.856	9.387	9.942	10.489	10.996

Fuente: Cálculos de la Autora

El producto de multiplicar este costo CIF unitario por el tamaño del proyecto, se obtiene el Costo Total por Concepto de CIF. Véase Cuadro 127.

**Cuadro 127. Total Costos CIF, por producto**

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>En pana</b>					
Bolso Rectangular (Grande)	3.891.705	4.951.282	6.556.252	7.378.353	8.702.850
Bolso Ovalado (Mediano)	8.757.554	11.141.674	14.747.466	16.596.969	19.576.877
Bolso Cuadrado (Pequeño)	6.814.137	8.663.452	11.472.074	12.910.676	15.222.428
<b>En Dryll</b>					
Bolso Rectangular (Grande)	3.184.122	4.051.049	5.364.206	6.036.835	7.120.514
Bolso Ovalado (Mediano)	7.165.272	9.115.915	12.066.108	13.579.338	16.017.445
Bolso Cuadrado (Pequeño)	5.575.203	7.088.279	9.386.242	10.563.281	12.454.714
<b>TOTAL CIF</b>	<b>35.387.994</b>	<b>45.011.651</b>	<b>59.592.348</b>	<b>67.065.451</b>	<b>79.094.830</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

Resumiendo los costos de producción unitarios y totales se tiene: Véase Cuadro 128. Costos Unitarios Totales, que comprenden la suma de los costos por concepto de materia prima y materiales, mano de obra y CIF. Unitarios.

### Cuadro 128. Costos Unitarios Totales

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>En pana</b>					
Bolso Rectangular (Grande)	67.704	69.998	74.508	77.629	82.295
Bolso Ovalado (Mediano)	53.604	55.051	58.739	61.072	64.994
Bolso Cuadrado (Pequeño)	57.561	59.246	63.165	65.719	69.849
<b>En Dryll</b>					
Bolso Rectangular (Grande)	66.475	68.695	73.134	76.186	80.788
Bolso Ovalado (Mediano)	52.739	54.135	57.772	60.057	63.933
Bolso Cuadrado (Pequeño)	56.732	58.367	62.237	64.745	68.832

Fuente: Cálculos de la Autora

En el Cuadro 129 se resumen los costos totales de producción.

### Cuadro 129. Costos totales de producción

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia prima y materiales	153.942.649	195.807.353	258.236.667	289.242.913	340.029.144
MOD	40.008.311	42.408.810	59.655.060	62.637.813	81.820.643
CIF	35.387.994	45.011.651	59.592.348	67.065.451	79.094.830
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>	<b>229.338.954</b>	<b>283.227.814</b>	<b>377.484.075</b>	<b>418.946.176</b>	<b>500.944.616</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.3.1.2 Gastos** . Los gastos están conformados por los Gastos Administrativos, de Ventas, Financieros y Diferidos. Véase Cuadro 130.

**Cuadro 130. Gastos Totales: Administrativos, de Ventas, Financieros y Diferidos**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ADMINISTRATIVOS</b>					
Gerente	1.278.000	1.354.680	1.429.187	1.500.647	1.568.176
Secretaria auxiliar contable	585.750	620.895	655.044	687.796	718.747
Oficios varios	266.250	282.225	297.747	312.635	326.703
Subsidio transporte (59.200)+(29.600)	93.720	99.343	104.807	110.047	115.000
Prestaciones sociales	1.241.790	1.316.297	1.388.694	1.458.128	1.523.744
Contador	213.000	225.780	238.198	250.108	261.363
Arriendo (30%)	319.500	338.670	357.297	375.162	392.044
Serv. Públicos(30%)	95.850	101.601	107.189	112.549	117.613
Seguros	17.750	18.815	19.850	20.843	21.781
Implementos aseo	31.950	33.867	35.730	37.516	39.204
Botiquin	12.780	13.547	14.292	15.006	15.682
Impuestos Ind. y Ccio	53.250	56.445	59.549	62.527	65.341
Papelería	53.250	56.445	59.549	62.527	65.341
Gastos bancarios	53.250	56.445	59.549	62.527	65.341
Depreciación	100.167	100.167	100.167	100.167	100.167
Imprevistos	155.792	165.140	174.222	182.933	191.165
<b>SUBTOTAL MES</b>	<b>4.572.049</b>	<b>4.840.362</b>	<b>5.101.073</b>	<b>5.351.119</b>	<b>5.587.411</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>54.864.594</b>	<b>58.084.349</b>	<b>61.212.879</b>	<b>64.213.423</b>	<b>67.048.937</b>
<b>VENTAS</b>					
Vendedora mostrador	529.199	560.950	591.803	621.393	649.355
Subsidio (3x55.000)	63.048	66.831	70.507	74.032	77.363
Prestaciones sociales	345.280	365.996	386.126	405.433	423.677
Depreciación	33.650	33.650	33.650	33.650	33.650
Publicidad	213.000	225.780	238.198	250.108	261.363
SUBTOTAL	1.184.176	1.253.208	1.320.283	1.384.615	1.445.409
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>14.210.115</b>	<b>15.038.493</b>	<b>15.843.402</b>	<b>16.615.382</b>	<b>17.344.903</b>
<b>FINANCIEROS</b>					
Intereses	185.300	144.500	103.700	62.900	22.100
SUBTOTAL	185.300	144.500	103.700	62.900	22.100
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>2.223.600</b>	<b>1.734.000</b>	<b>1.244.400</b>	<b>754.800</b>	<b>265.200</b>
<b>DIFERIDOS</b>					
Amortización	149.250	149.250	149.250	149.250	149.250
SUBTOTAL	149.250	149.250	149.250	149.250	149.250
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>1.791.000</b>	<b>1.791.000</b>	<b>1.791.000</b>	<b>1.791.000</b>	<b>1.791.000</b>
<b>TOTAL MES</b>	<b>6.090.776</b>	<b>6.387.320</b>	<b>6.674.307</b>	<b>6.947.884</b>	<b>7.204.170</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>73.089.308</b>	<b>76.647.843</b>	<b>80.091.680</b>	<b>83.374.604</b>	<b>86.450.039</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

Resumiendo los costos y gastos totales se tienen, que los Costos totales son el 76% de los egresos de la empresa, frente a un 24% que corresponde a los gastos; este porcentaje de participación de los costos totales va creciendo cada año como respuesta a un aumento en el tamaño de la producción. Véase Cuadro 131.

**Cuadro 131. Costos y Gastos Totales**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Costos de producción</b>					
Materia prima	153.942.649	195.807.353	258.236.667	289.242.913	340.029.144
MOD	40.008.311	42.408.810	59.655.060	62.637.813	81.820.643
CIF	35.387.994	45.011.651	59.592.348	67.065.451	79.094.830
<b>Total Costos</b>	<b>229.338.954</b>	<b>283.227.814</b>	<b>377.484.075</b>	<b>418.946.176</b>	<b>500.944.616</b>
Participación/egresos	76%	79%	82%	83%	85%
<b>Gastos</b>					
Administrativos	54.864.588	58.084.344	61.212.872	64.213.416	67.048.930
Ventas	14.210.115	15.038.493	15.843.402	16.615.382	17.344.903
Financieros	2.223.600	1.734.000	1.244.400	754.800	265.200
Diferidos	1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000
<b>Total Gastos</b>	<b>73.089.303</b>	<b>76.647.837</b>	<b>80.091.674</b>	<b>83.374.598</b>	<b>86.450.033</b>
Participación/egresos	24%	21%	18%	17%	15%
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>302.428.257</b>	<b>359.875.651</b>	<b>457.575.749</b>	<b>502.320.774</b>	<b>587.394.649</b>

Fuente: Cálculos de la Autora

**5.3.2 Presupuesto de Ingresos.** Los ingresos se obtienen de multiplicar el precio de venta del producto por el número de unidades a vender.

- **Precio.** El precio de los 6 productos, contempla en cada uno de ellos un bolso completo, más dos capelladas y dos tiras. El precio del producto se calcula teniendo en cuenta el costo unitario resumido en el Cuadro 135, que al aplicarle el margen de utilidad del 28%, daría el precio de venta. Véase Cuadro 132. Precio de venta de los productos.

**Cuadro 132. Precio de venta de los productos**

Productos	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
En pana						
Bolso Rectangular (Grande)	84.762	94.033	97.219	103.483	107.818	114.299
Bolso Ovalado (Mediano)	67.109	74.450	76.460	81.583	84.823	90.269
Bolso Cuadrado (Pequeño)	72.064	79.946	82.286	87.729	91.276	97.013
En Dryll						
Bolso Rectangular (Grande)	83.224	92.327	95.410	101.575	105.815	112.206
Bolso Ovalado (Mediano)	66.027	73.248	75.187	80.239	83.412	88.795
Bolso Cuadrado (Pequeño)	71.026	78.794	81.065	86.441	89.924	95.600

Fuente: Cálculos de la Autora

Se aprecia en el Cuadro anterior, el precio más elevado corresponde al bolso estilo rectangular (tamaño grande) elaborado en pana, seguido por el bolso del mismo estilo elaborado en dryll. El bolso cuadrado es un poco más costoso que el bolso ovalado, debido a que a pesar de ser más pequeño, lleva una etapa adicional en el proceso que corresponde a los bolsillos externos que lleva el mismo, procedimiento que demanda más materia prima y más mano de obra.

Analizando el precio de los bolsos no se considera costoso si se tiene en cuenta que el consumidor compra un bolso y adquiere tres, ya que las dos capelladas adicionales y las dos tiras, permite obtener tres bolsos, puesto que estas se pueden intercambiar, porque contará con una base que permitirá una combinación acorde con los colores adquiridos. Por ejemplo, en el caso del bolso estilo rectangular, su precio de venta es de \$84.762, siendo este precio asequible y aceptable en el mercado, si se tiene en cuenta que actualmente se está pagando por un solo bolso un precio que fluctúa entre \$65.001-85.000

- **Unidades a vender.** Se estimó anteriormente en el estudio técnico un tamaño del proyecto, pero se considera conveniente dejar en inventario al finalizar el año, el valor correspondiente a una semana de producción, por

tanto, no todo lo que se produce se comercializa. Por tanto, se hace necesario calcular el inventario final del producto terminado y por consiguiente el número total de unidades a vender. Según este concepto, se presenta el cálculo del inventario por separado para cada tipo de producto, según el tipo de tela: pana o dryll.

**Cuadro 133. Nivel de inventario final de los productos a comercializar**

Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll
Nivel de producción	439	360	527	432	659	540	703	576	791	648
Más inventario inicial	0	0	5	4	5	4	7	6	7	6
Menos inventario final	5	4	5	4	7	6	7	6	8	7
<b>Volumen de venta</b>	<b>435</b>	<b>356</b>	<b>527</b>	<b>431</b>	<b>658</b>	<b>538</b>	<b>703</b>	<b>576</b>	<b>790</b>	<b>647</b>

Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll
Nivel de producción	989	809	1.187	971	1.483	1.214	1.582	1.295	1.780	1.457
Más inventario inicial	0	0	10	8	12	10	15	13	16	16
Menos inventario final	10	8	12	10	15	13	16	16	19	15
<b>Volumen de venta</b>	<b>979</b>	<b>801</b>	<b>1.185</b>	<b>969</b>	<b>1.480</b>	<b>1.211</b>	<b>1.581</b>	<b>1.294</b>	<b>1.778</b>	<b>1.454</b>

Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll	Pana	Dryll
Nivel de producción	769	630	923	755	1.154	944	1.231	1.007	1.384	1.133
Más inventario inicial	0	0	8	7	10	8	12	10	13	10
Menos inventario final	8	7	10	8	12	10	13	10	14	12
<b>Volumen de venta</b>	<b>761</b>	<b>623</b>	<b>921</b>	<b>754</b>	<b>1.151</b>	<b>942</b>	<b>1.230</b>	<b>1.006</b>	<b>1.383</b>	<b>1.131</b>

Fuente : Cálculos de la autora

Resumiendo el cuadro anterior se tiene:

**Cuadro 134 Resumen de unidades a vender**

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Bolso en pana</b>					
Estilo Rectangular( Grande)	435	527	658	703	790
Estilo Ovalado (Mediano)	979	1.185	1.480	1.581	1.778
Estilo Cuadrado (Pequeño)	761	921	1.151	1.230	1.383
<b>Bolso en dryll</b>					
Estilo Rectangular( Grande)	356	431	538	576	647
Estilo Ovalado (Mediano)	801	969	1.211	1.294	1.454
Estilo Cuadrado (Pequeño)	623	754	942	1.006	1.131

Fuente : Cálculos de la autora

Según los cuadros anteriores el resultado de multiplicar el precio de venta del Cuadro 132 por el número de unidades a vender en cada clase de producto recopiladas en el Cuadro 134 se obtiene el ingreso total por concepto de ventas. Véase Cuadro 135.

**Cuadro 135. Total ingresos por venta**

Productos	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Bolso en pana</b>						
Estilo rectangular (grande)	13%	40.892.333	51.229.986	68.048.200	75.809.148	90.319.735
Estilo ovalado (mediano)	23%	72.856.222	90.570.052	120.733.828	134.093.423	160.480.790
Estilo cuadrado (pequeño)	19%	60.873.437	75.810.471	101.019.252	112.278.890	134.145.123
<b>Bolso en dryll</b>						
Estilo rectangular (grande)	10%	32.850.335	41.127.070	54.640.077	60.902.066	72.575.090
Estilo ovalado (mediano)	19%	58.647.963	72.855.207	97.170.465	107.949.291	129.150.658
Estilo cuadrado (pequeño)	16%	49.088.052	61.106.535	81.438.723	90.503.513	108.109.415
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>100%</b>	<b>315.208.343</b>	<b>392.699.321</b>	<b>523.050.545</b>	<b>581.536.330</b>	<b>694.780.810</b>

Fuente : Cálculos de la autora

#### 5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio señala las unidades que la empresa debería vender para que su utilidad sea igual a cero (0), es decir es el punto donde los ingresos totales son iguales a los costos totales. Teniendo en cuenta que el proyecto posee varios productos, se calculó el Punto Equilibrio Monetario, el cual se distribuirá entre el total de grupos de productos, dando el punto de equilibrio en dinero, que dividido por el precio del mismo, daría el número de unidades del punto de equilibrio del producto a vender, en cada uno de sus estilos y tamaños.

La fórmula utilizada para el punto de equilibrio monetario es la siguiente:

$$\text{P.E. \$} = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{costo variable}}{\text{Total Ventas}}}$$

Según lo anterior el punto de equilibrio para los 5 años sería el siguiente:  
Véase Cuadro 136.

**Cuadro 136. Punto de equilibrio**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	315.208.343	392.699.321	523.050.545	581.536.330	694.780.810
Costos Fijos	142.167.176	156.031.587	188.699.027	201.103.504	233.243.334
Costos variables	160.261.081	203.844.064	268.876.722	301.217.270	354.151.315
Costo Variable/Ventas	0,508429059	0,51908433	0,51405495	0,517968104	0,509731
1 - Costo variable/ventas	0,491570941	0,48091567	0,48594505	0,482031896	0,490269
<b>Punto de equilibrio monetario</b>	289.209.886	324.446.877	388.313.508	417.199.578	475.745.626
Participación del Punto de equilibrio \$/ventas	92%	83%	74%	72%	68%
<b>Distribución del punto de equilibrio \$ en grupo de productos según participación en las Ventas totales:</b>					
Bolsos en pana:					
Estilo Rectangular (Grande) (13%)	37.597.285	42.178.094	50.480.756	54.235.945	61.846.931
Estilo Ovalado (Mediano) (23%)	66.518.274	74.622.782	89.312.107	95.955.903	109.421.494
Estilo Cuadrado (Pequeño) (19%)	54.949.878	61.644.907	73.779.567	79.267.920	90.391.669
Bolsos en dryll:					
Estilo Rectangular (Grande) (10%)	28.920.989	32.444.688	38.831.351	41.719.958	47.574.563
Estilo Ovalado (Mediano) (19%)	54.949.878	61.644.907	73.779.567	79.267.920	90.391.669
Estilo Cuadrado (Pequeño) (16%)	46.273.582	51.911.500	62.130.161	66.751.932	76.119.300
	289.209.886	324.446.877	388.313.508	417.199.578	475.745.626
<b>Precio de ventas de los productos:</b>					
Bolos en pana:					
Estilo Rectangular (Grande)	94.033	97.219	103.483	107.818	114.299
Estilo Ovalado (Mediano)	74.450	76.460	81.583	84.823	90.269
Estilo Cuadrado (Pequeño)	79.946	82.286	87.729	91.276	97.013

Continuación Cuadro 136.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bolsos en dryll:					
Estilo Rectangular (Grande)	92.327	95.410	101.575	105.815	112.206
Estilo Ovalado (Mediano)	73.248	75.187	80.239	83.412	88.795
Estilo Cuadrado (Pequeño)	78.794	81.065	86.441	89.924	95.600
<b>Unidades de equilibrio:</b> Unidades de equilibrio= Volumen venta por producto/precio de venta					
Bolsos en Pana :					
Estilo Rectangular (Grande)	400	434	488	503	541
Estilo Ovalado (Mediano)	893	976	1095	1131	1212
Estilo Cuadrado (Pequeño)	687	749	841	868	932
Bolso en dryll:					
Estilo Rectangular (Grande)	313	340	382	394	424
Estilo Ovalado (Mediano)	750	820	919	950	1018
Estilo Cuadrado (Pequeño)	587	640	719	742	796
<b>Unidades a vender</b>					
Bolsos en Pana:					
Estilo Rectangular (Grande)	435	527	658	703	790
Estilo Ovalado (Mediano)	979	1.185	1.480	1.581	1.778
Estilo Cuadrado (Pequeño)	761	921	1.151	1.230	1.383
Bolsos en dryll:					
Estilo Rectangular (Grande)	356	431	538	576	647
Estilo Ovalado (Mediano)	801	969	1.211	1.294	1.454
Estilo Cuadrado (Pequeño)	623	754	942	1.006	1.131

Continuación Cuadro 136.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Participación del punto de equilibrio sobre las unidades a vender=</b> Punto de equilibrio en unidades /Unidades a vender					
Bolsos en pana:					
Estilo Rectangular (Grande)	92%	82%	74%	76%	68%
Estilo Ovalado (Mediano)	91%	82%	74%	76%	68%
Estilo Cuadrado (Pequeño)	90%	81%	73%	71%	67%
Bolsos en dryll:					
Estilo Rectangular (Grande)	88%	79%	71%	69%	66%
Estilo Ovalado (Mediano)	94%	85%	76%	73%	70%
Estilo Cuadrado (Pequeño)	94%	85%	76%	74%	70%
Total	550%	494%	444%	429%	410%
<b>Promedio de participación del punto de equilibrio en unidades sobre el total de ventas en unidades</b>	<b>92%</b>	<b>82%</b>	<b>74%</b>	<b>72%</b>	<b>68%</b>

Fuente : Cálculos de la autora

Efectuando una breve descripción del Cuadro 136, se tiene que el punto de equilibrio en términos monetarios se obtiene en el primer año con un valor de \$289.209.886, que representa el 92% de las ventas monetarias. Cada año el valor monetario va creciendo pero su porcentaje de participación va disminuyendo debido a que las ventas van creciendo. La empresa se encuentra por encima del punto de equilibrio como se puede confirmar en el estado de resultados, donde se obtuvo una utilidad neta.

Para poder obtener el punto de equilibrio en términos unitarios se debe realizar el siguiente procedimiento:

- Distribuir el punto de equilibrio monetario entre cada grupo de productos a vender, según participación de ellos en el nivel de ventas, que según el Cuadro de ingresos, fue de:

Bolsos en pana:

Estilo rectangular	:	13%
Estilo ovalado	:	23%
Estilo cuadrado	:	19%

Bolsos en dryll:

Estilo rectangular	:	10%
Estilo ovalado	:	19%
Estilo cuadrado	:	16%

- Una vez obtenido este valor en cada grupo de producto, se divide entre el precio de venta del producto y se obtiene el punto de equilibrio en término de unidades por producto.

- Posteriormente se divide este número de unidades de equilibrio en unidades entre el total de unidades a vender, y se obtiene el porcentaje de participación respecto de las ventas, obteniéndose un promedio ponderado.

Como se aprecia el porcentaje del punto de equilibrio en términos monetarios sobre las ventas monetarias, es igual al porcentaje de participación del punto de equilibrio en términos de unidades sobre las ventas.

## **5.5 ESTADOS FINANCIEROS**

Los estados financieros a obtener en orden son:

Estado de Costos de Producción Proyectado

Estado de Resultados Proyectado

Flujo de Efectivo Proyectado

Balance General Proyectado

**5.5.1 Estado de costos de producción.** Véase Cuadro 137. Dado que el proyecto es de naturaleza productiva o manufacturera, se hace necesario la elaboración del estado de costos de empaque. Efectuando una vez descripción de este estado se tiene: se contempla el inventario inicial de materia prima, al cual se le adicionan las compras por concepto de materia prima y se le deduce el inventario final de materias primas. En el primer año, se compra un adicional de dos semanas de materia prima, con el propósito de tener un inventario de materia prima de equivalente valor. A su vez, se le deduce ese inventario de Materia prima, para obtenerse el Costo de la Materia Prima Utilizada. Se le adiciona el costo por concepto de mano de obra directa y de costos indirectos de fabricación, dando como resultado el Costo de Producción, se le adiciona el Inventario Inicial de Producto Terminado (que en el primer año es de cero), y se le deduce el Inventario

Final de Producto Terminado que se estimó a criterio de la autora, para media semana de ventas. Este total de costos de producción pasa al estado de Resultados Proyectado o Estado de Pérdidas y Ganancias

**Cuadro 137. Estado de Costos de Producción**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario Inicial de Materia prima y Mat.	0	6.414.277	8.158.640	10.759.861	12.051.788
Más compras	160.356.926	195.807.353	258.236.667	289.242.913	340.029.144
Menos Inventario Final de MP y Mat.	6.414.277	8.158.640	10.759.861	12.051.788	14.167.881
Costo Materia Prima Utilizada	153.942.649	194.062.991	255.635.446	287.950.986	337.913.051
Mano de obra directa	40.008.311	42.408.810	59.655.060	62.637.813	81.820.643
CIF	35.387.994	45.011.651	59.592.348	67.065.451	79.094.830
Costo producción	229.338.954	281.483.451	374.882.854	417.654.249	498.828.523
Más Inventario Inicial Producto Terminado	0	2.388.947	2.950.290	3.932.126	4.364.023
Menos Inventario Final Producto Tdo	2.388.947	2.950.290	3.932.126	4.364.023	5.218.173
<b>TOTAL COSTO PCC</b>	<b>226.950.007</b>	<b>280.922.109</b>	<b>373.901.017</b>	<b>417.222.353</b>	<b>497.974.373</b>

Fuente : Cálculos de la autora

**5.5.2 Estado de Resultados Proyectado.** En el Cuadro 138 se presenta el Estado de Resultados Proyectado. Este estado proyectado que se calcula para un período de cinco años. Inicialmente se contempla el volumen de ventas, al cual se le deducen los costos de producción (obtenidos en el Cuadro 139). La diferencia da la Utilidad Bruta; a ésta se le descuentan los gastos de administración, de ventas y diferidos arrojando la Utilidad Operacional , a la que se le deduce los gastos financieros y da la Utilidad antes de Impuestos. Por ser una empresa constituida como Sociedad de Acciones Simplificada (S.A.S.), paga un impuesto del 33% por renta anual.. Se le aplica una reserva legal con el propósito de tener una reserva para eventos de tipo legal que se lleguen a presentar, dando la utilidad neta final del período. En el año 5 no se realiza reserva, ya que ésta según la ley, no puede pasar del 50% del capital invertido. Véase Cuadro 138.

### Cuadro 138. Estado de Resultados Projectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	315.208.343	392.699.321	523.050.545	581.536.330	694.780.810
Menos Costos de Producción	226.950.007	280.922.109	373.901.017	417.222.353	497.974.373
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>88.258.336</b>	<b>111.777.212</b>	<b>149.149.527</b>	<b>164.313.978</b>	<b>196.806.437</b>
Menos Gastos Administrativos	54.864.588	58.084.344	61.212.872	64.213.416	67.048.930
Menos Gastos Ventas	14.210.115	15.038.493	15.843.402	16.615.382	17.344.903
Menos Gastos Diferidos	1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>17.392.633</b>	<b>36.863.375</b>	<b>70.302.253</b>	<b>81.694.180</b>	<b>110.621.605</b>
Menos Gastos Financieros	2.223.600	1.734.000	1.244.400	754.800	265.200
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>15.169.033</b>	<b>35.129.375</b>	<b>69.057.853</b>	<b>80.939.380</b>	<b>110.356.405</b>
Impuestos	5.005.781	11.592.694	22.789.092	26.709.995	36.417.614
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>10.163.252</b>	<b>23.536.681</b>	<b>46.268.762</b>	<b>54.229.385</b>	<b>73.938.791</b>
Reserva Legal	1.016.325	2.353.668	4.626.876	5.422.938	7.393.879
<b>UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS</b>	<b>9.146.927</b>	<b>21.183.013</b>	<b>41.641.886</b>	<b>48.806.446</b>	<b>66.544.912</b>

Fuente : Cálculos de la autora

**5.5.3 Flujo de Efectivo Projectado.** En el Cuadro 139 se presenta el Flujo de Caja proyectado a un tiempo de 5 años. Está compuesto por dos partes: Entradas, que contiene los aportes a capital dado por el inversionista; los dineros por concepto del préstamo; los ingresos por venta de producto de contado. En cuando a las salidas, se tiene la compra de activos muebles y equipos, diferidos, materia prima y materiales, pago por mano de obra, CIF (sin incluir la depreciación), gastos administrativos (sin depreciación), gastos de ventas, gastos financieros y amortización al crédito. Las compras una parte se paga de contado y se recibe crédito a 45 días, por consiguiente al finalizar el año contable se queda debiendo el equivalente a mes y medio por este concepto, que se cancela en el período siguiente.

La resta entre las entradas y salidas, da la diferencia en caja a la cual se le adiciona el inventario anterior, y se obtiene el saldo final en caja que pasa al Balance General.

### Cuadro 139. Flujo de Caja Projectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ENTRADAS</b>						
Préstamo financiero	20.000.000					
Aporte socios	30.777.513					
Ventas contado		315.208.343	392.699.321	523.050.545	581.536.330	694.780.810
<b>TOTAL ENTRADAS</b>	<b>50.777.513</b>	<b>315.208.343</b>	<b>392.699.321</b>	<b>523.050.545</b>	<b>581.536.330</b>	<b>694.780.810</b>
<b>SALIDAS</b>						
Compra activos*	19.970.600	0	0	2.299.900	0	2.523.565
Gastos diferidos	8.955.000	0	0	0	0	0
Compra de MP y materiales de contado	0	140.312.310	171.331.434	225.957.084	253.087.549	297.525.501
Compra de MP y materiales a Crédito	0		20.044.616	24.475.919	32.279.583	36.155.364
MOD	0	40.008.311	42.408.810	59.655.060	62.637.813	81.820.643
CIF (Sin depreciación)	0	33.473.994	43.097.651	57.448.358	65.151.451	76.928.473
Administrativos (sin depreciación)	0	53.408.588	56.628.344	59.756.872	62.757.416	65.592.930
Ventas	0	14.210.115	15.038.493	15.843.402	16.615.382	17.344.903
Financieros	0	2.223.600	1.734.000	1.244.400	754.800	265.200
Amortización crédito	0	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Pago de impuestos	0		5.005.781	11.592.694	22.789.092	26.709.995
<b>TOTAL SALIDAS</b>	<b>28.925.600</b>	<b>287.636.918</b>	<b>359.289.128</b>	<b>462.273.688</b>	<b>520.073.085</b>	<b>608.866.574</b>
<b>DIFERENCIA</b>	<b>21.851.913</b>	<b>27.571.424</b>	<b>33.410.192</b>	<b>60.776.856</b>	<b>61.463.246</b>	<b>85.914.236</b>
SALDO ANTERIOR	0	21.851.913	49.423.338	82.833.530	143.610.386	205.073.632
<b>SALDO FINAL CAJA</b>	<b>21.851.913</b>	<b>49.423.338</b>	<b>82.833.530</b>	<b>143.610.386</b>	<b>205.073.632</b>	<b>290.987.868</b>

\* En el año 3 y 5, se adquiere una nueva máquina más dos sillas, porque entran nuevos operarios

Fuente : Cálculos de la autora

**5.5.4 Balance General Projectado.** Véase Cuadro 140. El Balance General está conformado por:

Activos: Corrientes, integrados por el Saldo en Caja, el inventario final de materia prima y el inventario final de producto terminado. En el rubro de activos fijos se encuentran los muebles y enseres, y equipos de oficina que se adquirieron, los cuales se depreciaron por el método de línea recta. Y los otros activos, conformado por la inversión diferida realizada que se recuperará en un período de cinco años.

Pasivos: A corto plazo se tienen las cuentas por pagar que se quedan debiendo al final del período contable. Además se contempla a corto plazo la cuota o amortización del crédito que se hará en el año siguiente y los impuestos que se generan cada período y quedan pendientes de cancelar en el año siguiente. Como pasivo a mediano plazo se tiene el saldo del crédito que se cancelará en un período de 5 años.

Patrimonio: constituido por la capital aportado por el inversionista, al cual se le adiciona la utilidad del período, las utilidades acumuladas y la reserva legal, que si no se utiliza se acumula en el transcurso de los años.

**Cuadro 140. Balance General Projectado**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>					
Caja	49.423.338	82.833.530	143.610.386	205.073.632	290.987.868
IFMP	6.414.277	8.158.640	10.759.861	12.051.788	14.167.881
IFPT	2.388.947	2.950.290	3.932.126	4.364.023	5.218.173
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>58.226.562</b>	<b>93.942.459</b>	<b>158.302.373</b>	<b>221.489.442</b>	<b>310.373.922</b>
<b>FIJOS</b>					
Muebles y enseres	5.520.000	5.520.000	5.583.300	5.583.300	5.652.756
Equipos de oficina	5.890.000	5.890.000	5.890.000	5.890.000	5.890.000
Equipos de producción	8.200.000	8.200.000	10.436.600	10.436.600	12.890.709
Herramientas menores	360.600	360.600	360.600	360.600	360.600
Total activos fijos	19.970.600	19.970.600	22.270.500	22.270.500	24.794.065
Menos depreciación	3.370.000	6.740.000	10.339.990	13.709.990	17.332.347
<b>TOTAL ACTIVO FIJO NETO</b>	<b>16.600.600</b>	<b>13.230.600</b>	<b>11.930.510</b>	<b>8.560.510</b>	<b>7.461.719</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>					
Diferidos	8.955.000	7.164.000	5.373.000	3.582.000	1.791.000
Amortización	1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>7.164.000</b>	<b>5.373.000</b>	<b>3.582.000</b>	<b>1.791.000</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>81.991.162</b>	<b>112.546.059</b>	<b>173.814.883</b>	<b>231.840.952</b>	<b>317.835.640</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
Cuentas por pagar	20.044.616	24.475.919	32.279.583	36.155.364	42.503.643
Crédito a corto plazo	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	
Impuestos por pagar	5.005.781	11.592.694	22.789.092	26.709.995	36.417.614
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>29.050.397</b>	<b>40.068.613</b>	<b>59.068.675</b>	<b>66.865.360</b>	<b>78.921.257</b>
<b>A MEDIANO PLAZO</b>					
Crédito	12.000.000	8.000.000	4.000.000		
<b>TOTAL PASIVO M, PLAZO</b>	<b>12.000.000</b>	<b>8.000.000</b>	<b>4.000.000</b>		
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>41.050.397</b>	<b>48.068.613</b>	<b>63.068.675</b>	<b>66.865.360</b>	<b>78.921.257</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	30.777.513	30.777.513	30.777.513	30.777.513	30.777.513
Utilidades del ejercicio	9.146.927	21.183.013	41.641.886	48.806.446	66.544.912
Utilidades anteriores	0	9.146.927	30.329.940	71.971.825	120.778.272
Reserva Legal	1.016.325	3.369.993	7.996.869	13.419.808	20.813.687
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>40.940.765</b>	<b>64.477.446</b>	<b>110.746.208</b>	<b>164.975.593</b>	<b>238.914.384</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>81.991.162</b>	<b>112.546.059</b>	<b>173.814.883</b>	<b>231.840.952</b>	<b>317.835.640</b>

Fuente : Cálculos de la autora

## **5.6 CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO**

En este capítulo del proyecto, se hicieron los cálculos necesarios que permitieron cuantificar la cuantía de la inversión requerida para llevar a cabo el proyecto. La inversión total asciende a \$50.777.513, representada en la adquisición de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, para poner en marcha la nueva empresa; esta inversión, un 61% está representado con recursos propios y el restante 39% se adquirirá con línea de crédito de la Caja Social de Ahorro, a un tiempo de 5 años, con una tasa de interés del 30,40% efectivo anual

Además, se cuantificaron los costos y gastos tomando como base de referencia un año cero, el cual incrementado a partir de la estimación realizada por el Banco de la República para el nivel de inflación en los próximos años, se obtuvieron las proyecciones financieras que permitieron elaborar los estados financieros como son: estado de costos de producción, de resultados, flujo de efectivo y balance general, que informan sobre la situación de la empresa, bien sea en un momento determinado, o durante un período de tiempo estimado.

Se hicieron los cálculos de costos de producción, teniendo en cuenta el costo por concepto de materia prima y materiales; mano de obra directa, contemplando el aumento de operarios a medida que aumenta la producción, situación que implica una inversión en activos, tanto en el año 3 como en el año 5. Además, a este costo se le adicionaron los CIF.

Se obtuvo un precio considerado competitivo, si se tiene en cuenta que en el mercado la población objetivo ha comprado bolsos que su precio fluctúa entre \$65.001-85.000 por un solo bolso frente a un precio en el año base de

\$84.762, en el caso del bolso estilo rectangular (grande), siendo este el precio más elevado.

A su vez, con base en dichos cálculos se cuantificó el punto de equilibrio para la actividad económica, el cual reflejó que el proyecto obtendrá utilidades a través de los cinco años de vida estimada. Este se consigue con en el primer año con un 92% de las ventas, cada año este porcentaje disminuye debido a que las ventas van en aumento.

Los cálculos realizados en este capítulo, son base para la evaluación financiera y económica del mismo, que se efectúa en el capítulo siguiente.

## **6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

Realizado el estudio financiero del proyecto, se procede a su evaluación desde el punto de vista social, ambiental y financiero.

### **6.1 IMPACTO SOCIAL**

Los inversionistas mediante la creación de este tipo de empresas, llevan implícitos beneficios no sólo de tipo económico-financiero, sino también social. Porque:

- Se obtienen ingresos que permiten recuperar la inversión y generar ganancias económicas.
  
- Se genera empleo, representado en 4 manos de obras directas para el proceso productivo, 4 empleos administrativos y un empleo en el área comercial, que a su vez se convierte en salarios para la población actora de la actividad económica. Además, se contratará mano de obra profesional externa, que se encargará del trabajo de diseño, patronaje y sisnado o trazado de moldes.
  
- Lleva a la adquisición de activos como muebles de oficina y equipos de producción que se fabrican en otras empresas, generando un movimiento de variables económicas, ya que la demanda de estos activos, conlleva a que dichos fabricantes produzcan más y contraten más personal en su actividad.
  
- También aporta a la nación mediante el pago de impuestos tales como, licencias de funcionamiento, impuestos de industria y comercio e impuesto de renta.

## **6.2 IMPACTO AMBIENTAL**

No se genera ningún impacto ambiental, puesto que la empresa contará con las condiciones para su funcionamiento, ya que se ubicará en el sector propicio para sus labores.

Las áreas de trabajo contarán con fluorescentes que darán buena luz al espacio laboral. La maquinaria utilizada no genera ruidos que afecten a los empleados de la empresa.

Se realizará una clasificación de los residuos originados en la actividad. Se clasificarán en bolsas de tres colores:

En el área administrativa y comercial, la bolsa verde recopilará los residuos a reciclar como son papelería y bolsas plásticas. En la bolsa roja todo los residuos de vidrios y recipientes plásticos que arrojen los empleados. La bolsa negra contempla todo los residuos que no tienen proceso de recuperación que se convierte prácticamente en basura.

En el área operativa, se hará uso de la bolsa verde, roja y negra con el mismo objeto que en el área administrativa, pero adicionalmente se utilizará una bolsa azul donde se recogen los residuos de telas que se generen en la actividad, los cuales se consideran que son mínimos, debido al aprovechamiento máximo en el proceso de corte de las partes del bolso.

## **6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA**

El proyecto se evalúa teniendo en cuenta los siguientes indicadores:

- Valor Presente Neto.

- Tasa Interna de Retorno.
- Período de recuperación de la inversión
- Razones financieras

**6.3.1 Valor Presente Neto.** El valor presente neto o valor actual neto, es el valor monetario que resulta de restar la suma de los 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 (TMR):

$$\text{TMR} = (i + B) + f + (i \cdot f) \cdot f$$

Donde  $i = \text{DTF} = 7,25\%$

$B = \text{Nivel de riesgo estimado: } 15\%$

$f = \text{Inflación acumulada a diciembre de 2008: } 7,67\%$

$$\text{TMR} = (0,0725 + 0,15) + 0,0767 + (0,0725 \times 0,15)(0,0767)$$

$$\text{TMR} = 30\%$$

Pero inicialmente se hace necesario elaborar el Flujo Financiero del Proyecto. Véase Cuadro 141.

### Cuadro 141. Flujo Financiero del proyecto

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo de operaciones</b>						
Utilidad Neta		9.146.927	21.183.013	41.641.886	48.806.446	66.544.912
Más depreciación		3.370.000	3.370.000	3.599.990	3.370.000	3.622.357
Más diferidos		1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000	1.791.000
Más reserva legal		1.016.325	2.353.668	4.626.876	5.422.938	7.393.879
Menos préstamo		4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
<b>Total Flujo de Operaciones</b>		<b>11.324.252</b>	<b>24.697.681</b>	<b>47.659.752</b>	<b>55.390.385</b>	<b>75.352.148</b>
<b>Flujo de inversiones</b>						
Activos fijos	-19.970.600					-7.461.719
Activos adicionales				-2.299.900		-2.523.565
Diferidos	-8.955.000					
Capital de trabajo	-21.851.913					
Total Flujo de Inversiones	-50.777.513			-2299900		-9.985.284
<b>TOTAL FLUJO FINANCIERO</b>	<b>-50.777.513</b>	<b>11.324.252</b>	<b>24.697.681</b>	<b>49.959.652</b>	<b>55.390.385</b>	<b>85.337.432</b>

\* Corresponde al valor en libro de los activos fijos

Fuente: Cálculos de la autora

Calculando el VPN con una tasa del TMR del 30% se tiene:

$$\text{VPN (30,00 \%)} = \frac{11.324.252}{(1+0.30)^1} + \frac{24.697.681}{(1+0.30)^2} + \frac{49.959.652}{(1+0.30)^3} + \frac{55.390.385}{(1+0.30)^4} + \frac{85.337.432}{(1+0.30)^5} - 50.777.513$$

$$\text{VPN (30\%)} = 8.710.963 + 14.614.012 + 22.739.942 + 19.393.713 + 22.983.852 - 50.777.513$$

$$\text{VPN (30\%)} = 37.664.969$$

Según el VPN el proyecto se acepta porque su valor es positivo, indicando que el proyecto rendirá una tasa superior al 30%; afirmándose que con sus rendimientos, retiros y beneficios, equivale a valor de hoy a \$37.664.969

**6.3.2 Tasa interna de retorno.** Este valor es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero o que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

La TIR se obtendrá mediante la siguiente fórmula matemática.

$$TIR = j + Dsj \frac{VPN(j) \sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t)}{VPN(j) \sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E_t) - VPN(j) \sum_{t=0}^{t=n} (I_t - E)} \quad 19$$

De donde:

i = Es la tasa de interés donde VPN es positivo

s = Es la tasa de interés donde VPN es negativo

VPN = Es el valor presente neto

$(I_t - E_t)$  = Utilidades

$$\begin{aligned} VPN (54 \%) = & \frac{11.324.252}{(1+0.54)^1} + \frac{24.697.681}{(1+0.54)^2} + \frac{49.959.652}{(1+0.54)^3} + \frac{55.390.385}{(1+0.54)^4} \\ & + \frac{85.337.432}{(1+0.54)^5} - 50.777.513 \end{aligned}$$

$$VPN (54\%) = 7.353.410 + 10.413.932 + 13.949.065 + 9.848.078 + 9.852.262 - 50.777.513 = 639.234$$

$$VPN (55\%) = 7.305.969 + 10.279.992 + 13.416.039 + 9.596.383 + 9.538.522 - 50.777.513 = -640.608$$

Por tanto, la TIR es del:

$$TIR = 54\% + 0,01 \left( \frac{639.234}{639.234 - (-640.608)} \right) = 54,50\%$$

<sup>19</sup>VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Bucaramanga: UIS-FEDI, 1987. p. 196.

Esta TIR del 54,50% significa que el dinero invirtieron generará una tasa del 54.50% superior a la existente en el mercado ajustada con el factor del riesgo del 15 % por lo tanto el proyecto se sigue aceptando.

Esta TIR del 54.50% corresponde al Flujo Financiero del Proyecto en Términos Corrientes, pero haciendo equivalente esta TIR a términos constantes, con un nivel de inflación a diciembre de 2008 del 6,64%, se tiene la siguiente TIR deflactada:

$$1 + ir = \frac{1 + ic}{1 + ii}$$

Donde:

- ir : TIR del proyecto deflactada
- ic : TIR del proyecto en términos corrientes = 54,5%
- ii : Índice de inflación : 7,67%

Reemplazando los valores se tiene:

$$ir = \frac{1 + ic}{1 + ii} - 1$$

$$ir = \frac{1 + 0,5450}{1 + 0,0767} - 1$$

$$ir = \frac{1,5450}{1,0767} - 1$$

$$ir = 43,49\%$$

Luego entonces, la TIR del proyecto deflactada es del 43,49%, se acepta porque es superior a la TMR del 30%

**6.3.3 Periodo de recuperación.** Es el tiempo promedio estipulado donde los flujos netos efectivos sin actualizar cubren el monto total de la inversión. Siempre y cuando las condiciones estimadas y proyectadas para el proyecto se den al monto de 50.777.513

En el año 1 : Utilidad= 9.146.927  
 En el año 2 : Utilidad = 21.183.013  
 Subtotal 30.329.940

Inversión: 50.777.513 - 30.329.940 =20.447.573 que se recuperan en el año 3.

En el año 3 : Utilidad = 41.641.886

Utilidad del año 3= 41.641.886/12 meses = 3.470.157

Inversión por recuperar 20.447.573 / 3.470.157= 5.89 meses

1 mes ----- 30 días  
 0.89 mes ----- X X = 26,7 = 27 días

Luego entonces, la inversión total de \$50.777.513 se recuperará el 27 de junio del año 3.

**6.3.4 Análisis de las razones financieras.** Se analizan a continuación las razones financieras de liquidez y endeudamiento a un año según el Balance General, así: Véase Cuadro 142

### Cuadro 142. Razones Financieras

Nombre Razón	Fórmula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>RAZONES DE LIQUIDEZ</b>						
1. Razón Corriente (\$)	Activo Cte/Pasivo Cte	\$2,0	\$2,34	\$2,68	\$3,31	\$3,93
2. Razón Ácida (\$)	$\frac{\text{Activos Cte-inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$	\$1,70	\$2,07	\$2,43	\$3,07	3,69
3. Capital de trabajo (Miles de pesos)	Activo Cte – Pasivo Cte	29.176	53.874	99.234	154.624	231.453
<b>RAZONES DE ENDEUDAMIENTO</b>						
1. Nivel de Endeudamiento %	Pasivo total/Activo total	50%	43%	36%	29%	25%
2. Razón de Leverage Total %	Pasivo total/Patrimonio	100%	75%	57%	41%	33%
3. Razón de Endeud, a corto plazo	Pasivo Corriente/P.Total	71%	83%	94%	100%	100%
<b>RAZONES DE ACTIVIDAD</b>						
1. Rotación Inventario MP.	$\frac{\text{Costo MP. Utilizada}}{\text{Promedio Invent.MP.}}$	24 veces	24 veces	24 veces	24 veces	24 veces
2. Período promedio de rotación inventario MP.	$\frac{365}{\text{Rotación Inventario MP}}$	15 días	15 días	15 días	15 días	15 días
3. Rotación inventario de Productos Tdos	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario Promedio PT}}$	95 veces	95 veces	95 veces	95 veces	95 veces
4. Período promedio de rotación de inventario de P.Tdos	$\frac{365}{\text{Rotación Inventario PT.}}$	4 días	4 días	4 días	4 días	4días
<b>RAZONES DE RENTABILIDAD</b>						
1. Margen Bruto de ganancia	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$	28%	28%	28%	28%	28%
2. Margen de operación	$\frac{\text{Utilidad de operación}}{\text{Ventas Netas}}$	6%	9%	13%	14%	16%
3. Margen neto de ganancia	$\frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$	3%	5%	8%	8%	10%

Fuente: Cálculos de la Autora

Efectuando un análisis puede afirmarse, que la empresa contará con un buen nivel de liquidez, el cual irá aumentando cada año. Tendrá un capital de

trabajo que le permitirá no obtener obstáculos en su proceso de producción. Las razones de liquidez reflejan que la empresa tendrá capacidad económica para respaldar sus compromisos económicos.

En cuanto a las razones de endeudamiento, están son buenas para el proyecto, puesto que están señalando que la empresa cumplirá con sus compromisos tanto con proveedores, como con entidades financieras. Cada año la participación del pasivo en el patrimonio va disminuyendo.

Las razones de actividad confirman las políticas establecidas anteriormente tanto para las ventas como para las compras que se hagan en la empresa, la rotación de inventario de materia prima rotará cada 2 semanas, y el inventario de producto terminado cada mitad de semana.

En lo que respecta a las razones de rentabilidad, la rentabilidad bruta señala el margen de utilidad del 28% estimado al calcular el precio de venta. El margen de utilidad operacional es del 6% en el año 1 pero a través de los años crece, llegando al 5 año a alcanzar un valor de 16%. La utilidad neta en el primer año fue del 3% pero en el transcurso de los años creció, llegando al 5 año a un valor de 10%.

#### **6.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO EVALUATIVO**

En este capítulo se evaluó el proyecto desde tres puntos de vista: social, ambiental y financiero.

Desde el punto de vista social, el proyecto da un aporte positivo para los actores partícipes del proceso, genera empleo, aumenta ingresos del estado y contribuye a que otras empresas produzcan más bienes y servicios. Crea 3 puestos de trabajo como mano de obra directa: Operador N° 1, Operador N°

2 y Auxiliar de operario; como mano de obra indirecta: genera el cargo de jefe de producción. Además, dentro de este último grupo se encuentra la contratación externa que se realice de la diseñadora, patronador o moldeador y sisnador. Para el área administrativa genera 5 cargos: Gerente, Secretaria Auxiliar Contable, Contador, Vendedora de mostrador y asesor contable.

Desde el punto de vista ambiental, no genera contaminación.

Y desde el punto de vista financiero se obtuvo un VPN de \$37.664.969, lo que permite afirmar que la TIR será superior a la TMR del 30% obtenida para este caso en particular. La TIR dio un valor del 54,50%, que deflactada a un nivel de inflación según inflación a diciembre del año anterior, se ajustó a 43.49% que es superior a la TMR del 30%, es decir, es superior en 13,49 puntos, lo que indica que es mejor invertir el dinero en generar empresa, que dejarlo quieto en el sistema financiero. El período de recuperación señala que la inversión se recuperará el 27 de junio del año 3. Además las razones financieras señalan que el proyecto contará con buena liquidez como capital de trabajo, para poder llevar a cabo sus actividades.. La obtención de estos indicadores se realizó tomando como base las proyecciones financieras realizadas en el capítulo anterior. El proyecto según estos indicadores es viabilidad y por ende se acepta llevarlo a la práctica.

## 7. CONCLUSIONES

Realizado el estudio para conocer la viabilidad de llevar a cabo el proyecto de crear la empresa productora y comercializadora del bolso en tela “tres en uno” en la ciudad de Bucaramanga, se llegó a las siguientes conclusiones, en cada una de las etapas de estudio correspondiente:

En el estudio de mercado, se pudo constatar la existencia de una demanda potencial de consumidores de este producto, representada en un 55%, que estarían dispuesto a adquirir el producto, con tendencia de preferencia en tela pana y dryll, pagando entre \$75.001-85.000; adquirirían un bolso al año, debido a que al comprar un bolso estarían adquiriendo tres en uno, ya que se compra el bolso completo en sus tres partes, más dos capelladas y dos tiras que permitirían intercambiar las partes y armar tres bolsos a su gusto. Buscan que el producto tenga buena calidad, que exista diversidad de tamaño, el precio sea asequible, posea accesorios como adornos y se tenga variedad en cuanto a colorido. Además, desean adquirir en punto de fábrica, para comprarlo más económico. Desean que la fábrica se encuentre ubicada en la ciudad de Bucaramanga.

Se cuantificó una demanda actual de bolsos en tela de 24.886 unidades y una demanda potencial de bolsos en tela tres en uno de 9.555 bolsos.

En cuanto a la oferta, se censaron los actuales fabricantes de bolsos en tela, que ascienden a 13, pero que no producen el bolso en tela tres en uno que se desea llevar al mercado. Ellos llevan un tiempo promedio de 8,5 años en el mercado, constituidos bajo la modalidad de empresas unipersonales. Emplean en promedio en su área de producción 5 personas. Fabrican los bolsos en tela en materiales como: pana, jean, dryll, algodón, etc., en tamaño

variado (grande, mediano y pequeño), ovalados y cuadrados. Los bolsos de tela tienden a ser de tipo informal. Según los fabricantes, se demandan los bolsos tanto en tonos pasteles como oscuros, preferiblemente con decorados. Venden sus productos al consumidor en particular como a los comerciantes mayoristas. Conceden a estos un descuento por volumen de compra de un 7,5%. Trabajan con un margen de utilidad bruta promedio de un 33%. El nivel de producción promedio por fabricante es de 420 unidades, igual a un total anual de 64.896 bolsos; a nivel local dejan en el mercado un 41,65% lo restante se comercializa fuera del área de mercado. Incrementan anualmente la producción en un 25,35%. Se dan a conocer a través de medios publicitarios como son: aviso luminoso en su establecimiento, tarjetas de presentación, Internet, material POP y directorio telefónico.

Enfrentando nivel de demanda y oferta se determinó la participación del proyecto en un valor de 3.996 unidades a producir en el primer año.

En el estudio técnico se definió este tamaño a producir, buscando aumentar la capacidad utilizada respecto de la instalada cada año en un 10%. Es decir, en el primer el tamaño es de 3.996, que es el 50% de la capacidad de la capacidad instalada, en el año 2, pasa a ser de un 60%, es decir se aumenta en un 10% el porcentaje de participación, llegando a ser de 4.795 y así sucesivamente hasta completar en el sexto año el 100%. Para esto cada año se irá incrementando el número de operarios contratados. En el año 1 y 2 se labora con un jefe de producción, dos operarios y un auxiliar de producción; para el año 3 y 5, se contrata un nuevo operario. Se definió la ubicación estratégica en la ciudad de Bucaramanga, a través de un estudio a través del método de asignación de puntos, siendo el óptimo: carrera 22 N° 21-30, Barrio San Francisco, allí funcionará la fábrica y el almacén al público. Se definieron los productos a producir, al igual que su proceso productivo y tiempo necesario, que a su vez estableció el personal necesario a contratar.

Además, se determinaron los activos muebles y equipos que se requieren para llevar a cabo la actividad productiva, los proveedores y el control de calidad a efectuar para obtener un producto sin desperfectos.

En el estudio administrativo se establecieron aspectos de su constitución, como fue la modalidad de sociedad por acciones simplificadas, con la razón social: Bolsos P&T Collections. Se le definió su misión, visión, objetivos, políticas, manual de funciones y organigrama. También se estableció el personal con su tipo de contratación laboral. Su organización es como empresa unipersonal.

En el estudio financiero, se cuantificaron todos los aspectos anteriormente definidos, concluyendo en una inversión total de \$50.777.513, representada en \$19.970.600 para inversión fija, \$8.955.000 para inversión diferida y \$21.851.913 para capital de trabajo de un mes de inicio de labores. De este total de inversión, se recurrirá a financiación por parte del Banco Caja Social, quien posee una línea de crédito de libre inversión, a un tiempo de 5 años, amortizable mensualmente, con una tasa de interés del 30,40% efectivo anual. Se aporta el 69% y se financia el 31%.

Se efectuaron los cálculos de costos unitarios y totales, al igual que de los gastos administrativos, ventas, financieros y diferidos. Se obtuvo un precio de venta, con un margen de utilidad bruta del 28%. Estos gastos y costos se proyectaron a través de una política de tendencia de incremento establecida por el Banco de la República, se obtuvo la proyección de presupuestos, que fueron base para elaborar los estados financieros: Costos de Producción, Estado de Resultados, Flujo de Caja Proyectado y Balance General, además se obtuvo el punto de equilibrio para la empresa, durante un tiempo de 5 años.

Se evaluó el proyecto desde el punto de vista social, ambiental y financiero. En cuanto al aspecto social, el proyecto da su aporte a la comunidad o sociedad a través de la siguiente forma: genera empleo, llevando a la contratación de 4 cargos directos para el área de producción, 4 para el área administrativa y un cargo para el área comercial. También la nueva empresa adquirirá sus activos en otras empresas del sector manufacturero, permitiéndoles a ellas aumentar su proceso productivo, adquiriéndoles sus equipos y muebles. Al estado le pagará un impuesto para su constitución y funcionamiento legal.

En cuando al aspecto ambiental, no se genera contaminación ambiental, y el personal contará con condiciones ambientales y ergonómicas para llevar a cabo una eficiente labor.

En el aspecto financiero, se utilizaron indicadores como el Valor Presente Neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tiempo de recuperación de la inversión y razones financieras. Se hizo el cálculo de la TMAR, tomando como base un nivel de riesgo del 15% , una inflación a diciembre de 2008 de 7,67% y un DTF del mercado actual del 7,25%, dando una TMAR del 30%. Se calculó el VPN que fue igual a \$37.664.969, indicando que la inversión realizada hoy de \$50.777.513 a través de los años generará unos ingresos y unos gastos que a precio de hoy es de \$37.664.969; el proyecto bajo este indicador se acepta porque es positivo. En cuanto a la TIR, esta fue del 54.50% pero deflactada con el índice de inflación a diciembre de 2008 de un 7,67% la TIR es igual a 43.49%, es decir, que al inversionista le es más rentable invertir el dinero creando empresa, que dejarlo en el banco ganando sólo un 7,25% efectivo anual. La inversión se recupera el 27 de junio del año 3. Desde el punto de vista de las razones financieras, también se acepta el proyecto.

Por todo lo anterior, según el estudio de mercado, técnico, administrativo, financiero y evaluativo, el proyecto se acepta y puede llevarse a cabo.

## **8. RECOMENDACIONES**

Se recomienda:

Llevar a la práctica la ejecución del proyecto, estableciendo periódicamente revisiones en las actividades de la empresa, con el propósito de fijar correctivos que ayuden a su funcionamiento.

Se propone el uso de publicidad y mercadeo eficiente con el fin de entrar al mercado y poder posicionarse en el mercado inicialmente a nivel local, buscando en un corto plazo una proyección regional.

Se sugiere hacer uso de indicadores de tipo administrativo como son: misión, visión, políticas, organigrama y manual de funciones, estableciendo con ellos un orden administrativo, que le permita a la empresa contar con una estructura de empresa y con una imagen y representación a nivel local, que le facilite su entrada también al mercado financiero.

Hacer evaluaciones periódicas de tipo financiero, para verificar el estado de la empresa en un momento determinado, para de tal forma definir políticas estratégicas que tengan que utilizar en caso eventual dado las constantes fluctuaciones de nuestra economía.

Se sugiere que la empresa una vez llevada a la práctica, pueda comercializar únicamente el bolso en tela tres en uno solo, sin las capelladas y tiras adicionales. Además, se puede a su vez, comercializar las capelladas o las tiras en forma separada. Esto se convierte en opción para otro proyecto de factibilidad, puesto que la inversión en capital de trabajo sería menor.

## BIBLIOGRAFÍA

ALCALDIA DE BUCARAMANGA. Bucaramanga empresa de todos. Disponible en Internet: [www.ladiscapacidad.com/bucaramanga/datos\\_generales\\_de\\_bucaramanga.html](http://www.ladiscapacidad.com/bucaramanga/datos_generales_de_bucaramanga.html) - 14k

ANTECEDENTES DEL BOLSO. ALICANTE, ESPAÑA. Disponible en Internet: <URL:[http://www.museodelbolso.com/EnlacesCat.asp?Numero=5&C at...](http://www.museodelbolso.com/EnlacesCat.asp?Numero=5&Cat...) - 28k –

BACA U., Gabriel. Evaluación de Proyectos. Bogotá: McGraw Hill Interamericana S.A., 1994.

CÁMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA. Informe Económico 2008. Bucaramanga: Available from Internet: <URL:<http://www.camaradirecta.com/indicadoreseconomicos>

CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS, DE ACUERDO A VARIOS CRITERIOS . Disponible en internet: <URL:[http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2\\_c\\_b.htm](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006862/lecciones/capitulo%202/cap2_c_b.htm) - 12k

CODIGO DE COMERCIO. Colombia: Unión, 1999

CONTRERAS BUITRAGO, Marco Elías. Formulación y Evaluación de Proyectos. Santafé de Bogotá: UNAD, 1998,

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA - DANE.

DIARIO OFICIAL. AÑO CXXXV N. 43969. 11 ABRIL, 2000. p. 18

FINNERTY, John D. Financiamiento de Proyectos. México: Prentice Hall Hispanoamericana, 1998.

GARCÍA, Alvaro. Estadística. Bucaramanga: UIS, FEDI, 1984.

GESTIOPOLIS. EVA, Herramienta para la toma de decisiones gerenciales. Available from Internet: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/EVAhptdg.htm> p. 1-17

ICONTEC, Normas Técnicas para la Presentación de Trabajos de Investigación. Santafé de Bogotá, 2008.

JANY, José Nicolás. Investigación de Mercados. Bogotá: Mac Graw-Hill, 2000.

LOS BOLSOS MÁS FAMOSOS DE LA HISTORIA. Disponible en Internet: <URL:[http:// the-wardrobes.blogspot.com/2009/01/los-bolsos-ms-famosos-de-la-historia.html](http://the-wardrobes.blogspot.com/2009/01/los-bolsos-ms-famosos-de-la-historia.html) - 128k -

MENDEZ, Carlos. Metodología. Bogotá: McGraw Hill Interamericana, 2001.

MIPYMES. Portal Empresarial Colombiano. La empresa. Disponible en Internet: <URL: [http:// www.mipymes.gov.co/emprendedor /newsdetail.asp?id=212& idcompany=44](http://www.mipymes.gov.co/emprendedor/newsdetail.asp?id=212&idcompany=44) - 42k -

MIRANDA M., Juan José. Gestión de Proyectos. Bogotá: MM Editores, 2001.

ORIGEN DEL BOLSO. Disponible en Internet: <URL: [http://: www.bolsocenter.com /curiosidades.php](http://www.bolsocenter.com/curiosidades.php) - 22k -

PARRA SANTOS, Alejandro. MONTERO CASTRO, Jorge. Teoría de la empresa, UIS-FEDI. Bucaramanga: 1985. 11 p.

PRADA REYES, Efraín. Mercadeo. Bucaramanga: UIS, FEDI, 1986.

PRADILLA ARDILA, Humberto . Administración Financiera I-II. Bucaramanga: UIS, FEDI, 1986-1987.

REVISTA LAURA. Origen del bolso de tela. Disponible en Internet: [revistalaura.com/noticias/mujer\\_4/sabes\\_cual\\_origen\\_bolso\\_\\_1072.html](http://revistalaura.com/noticias/mujer_4/sabes_cual_origen_bolso__1072.html) - 20k -

SAPAG CHAIN, Nassir. Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa. Chile: Pearson Educación, 2001.

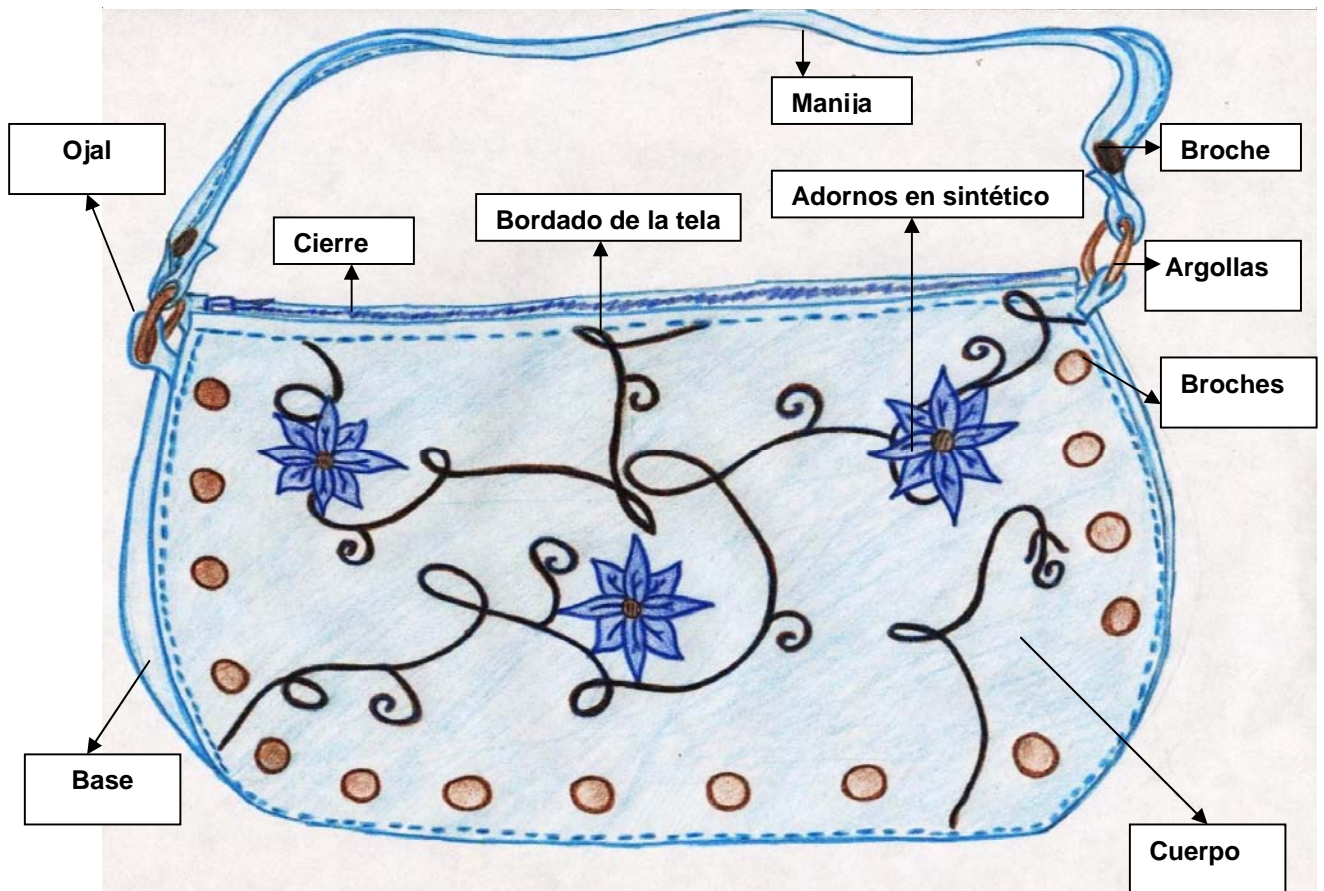
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER. INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA. Módulos vistos en el transcurso de la carrera de Tecnología Empresarial y Gestión Empresarial. Bucaramanga.

VARGAS MANTILLA, Jorge Enrique. Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Bucaramanga: UIS-FEDI, 1987.

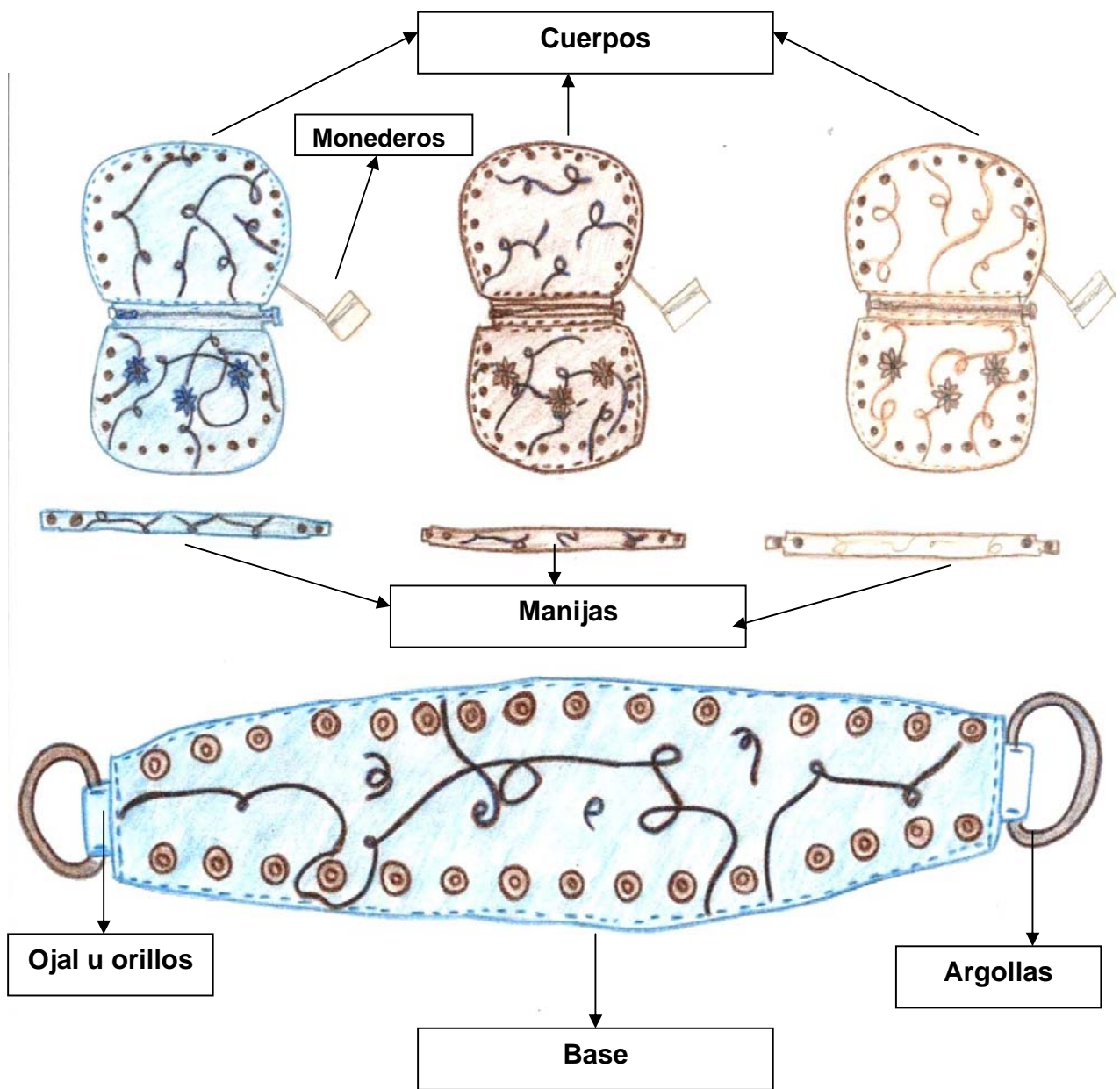
WIKIPEDIA. ENCICLOPEDIA LIBRE. Disponible en Internet: <URL:[http://:www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

## Anexo A. Diseño de los bolsos

### Bolso Estilo Rectangular, Tamaño Grande

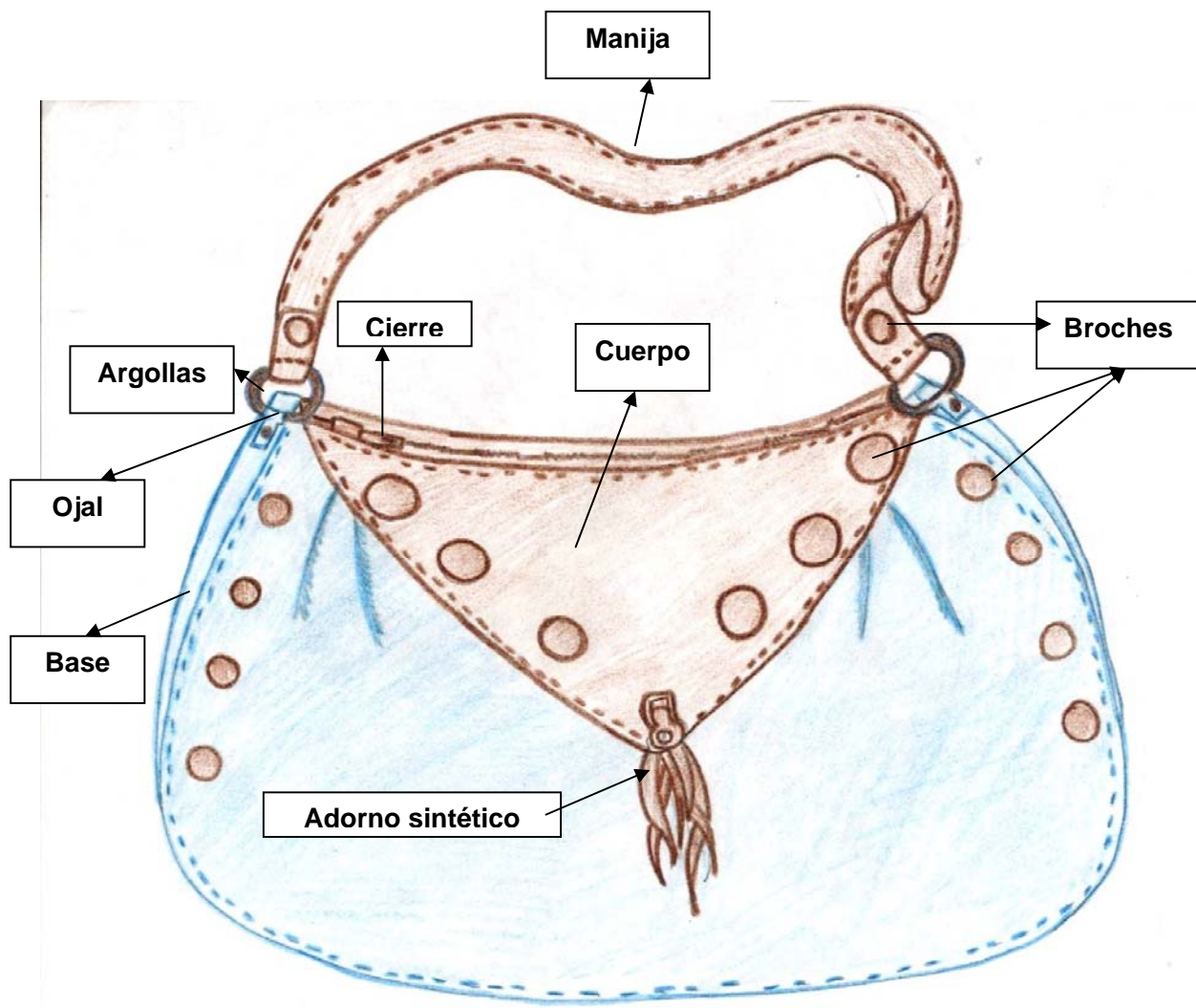


Fuente: Autora del Proyecto

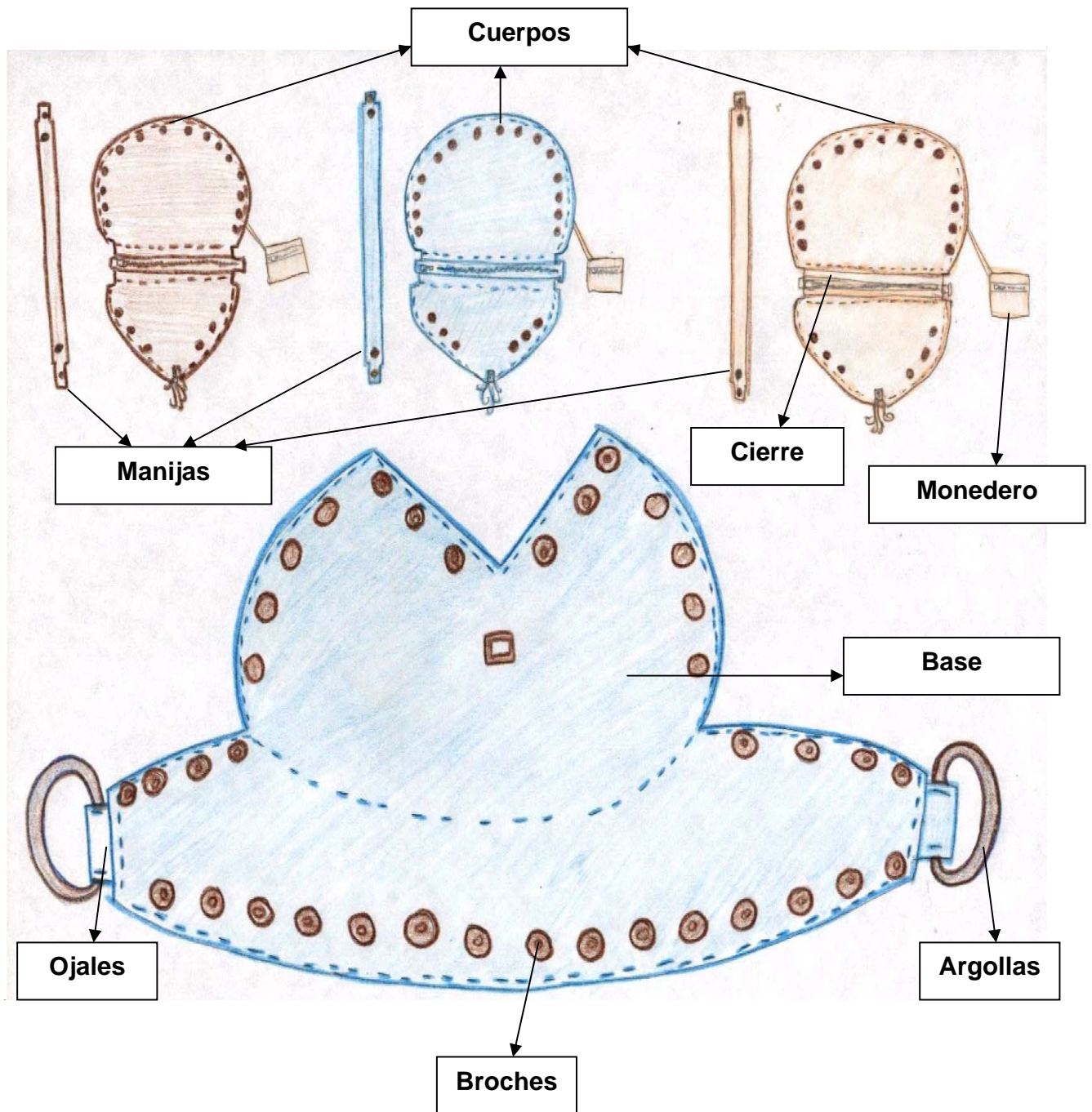


Fuente: Autora del Proyecto

## Bolso Estilo Ovalado, Tamaño Mediano

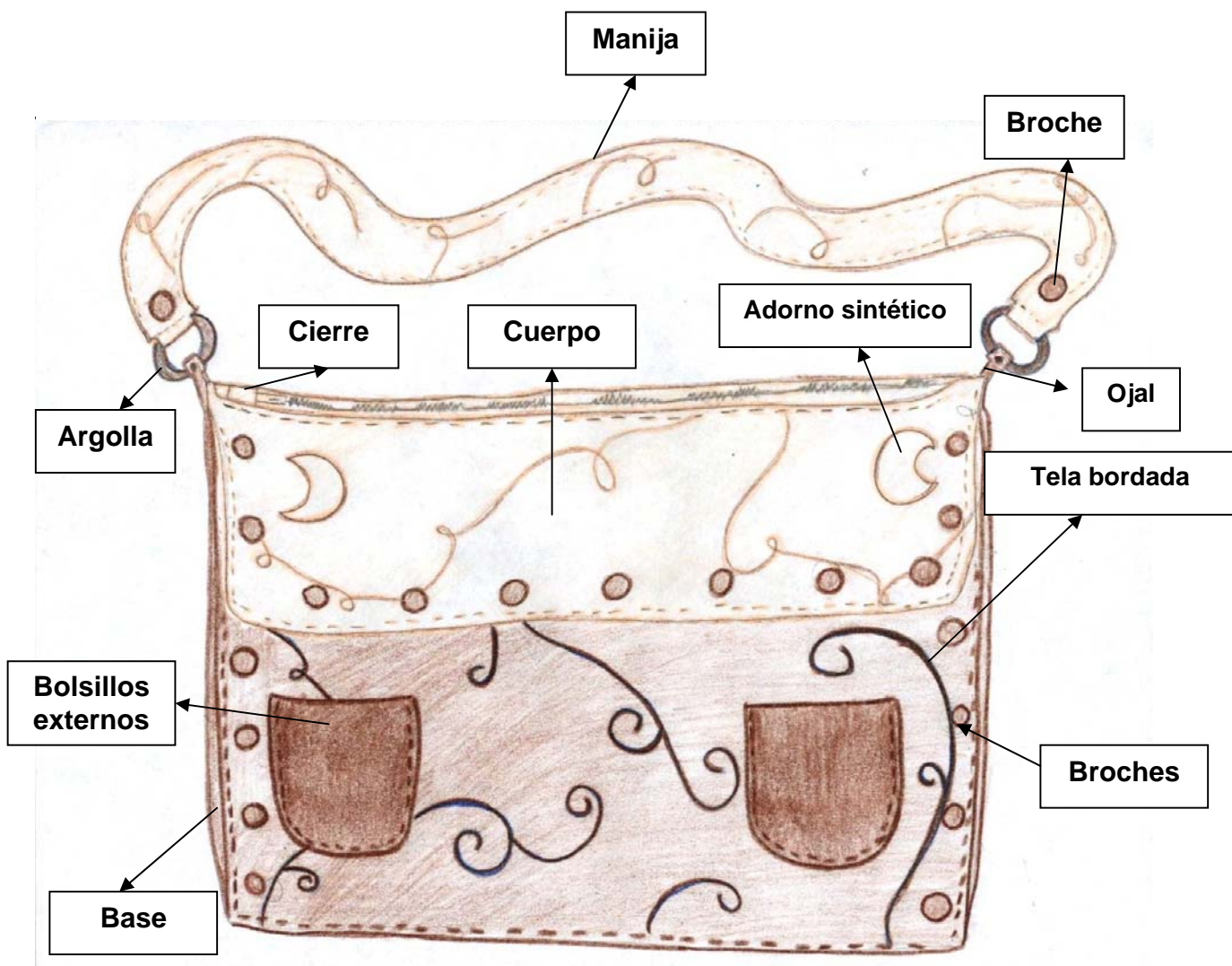


Fuente: Autora del Proyecto

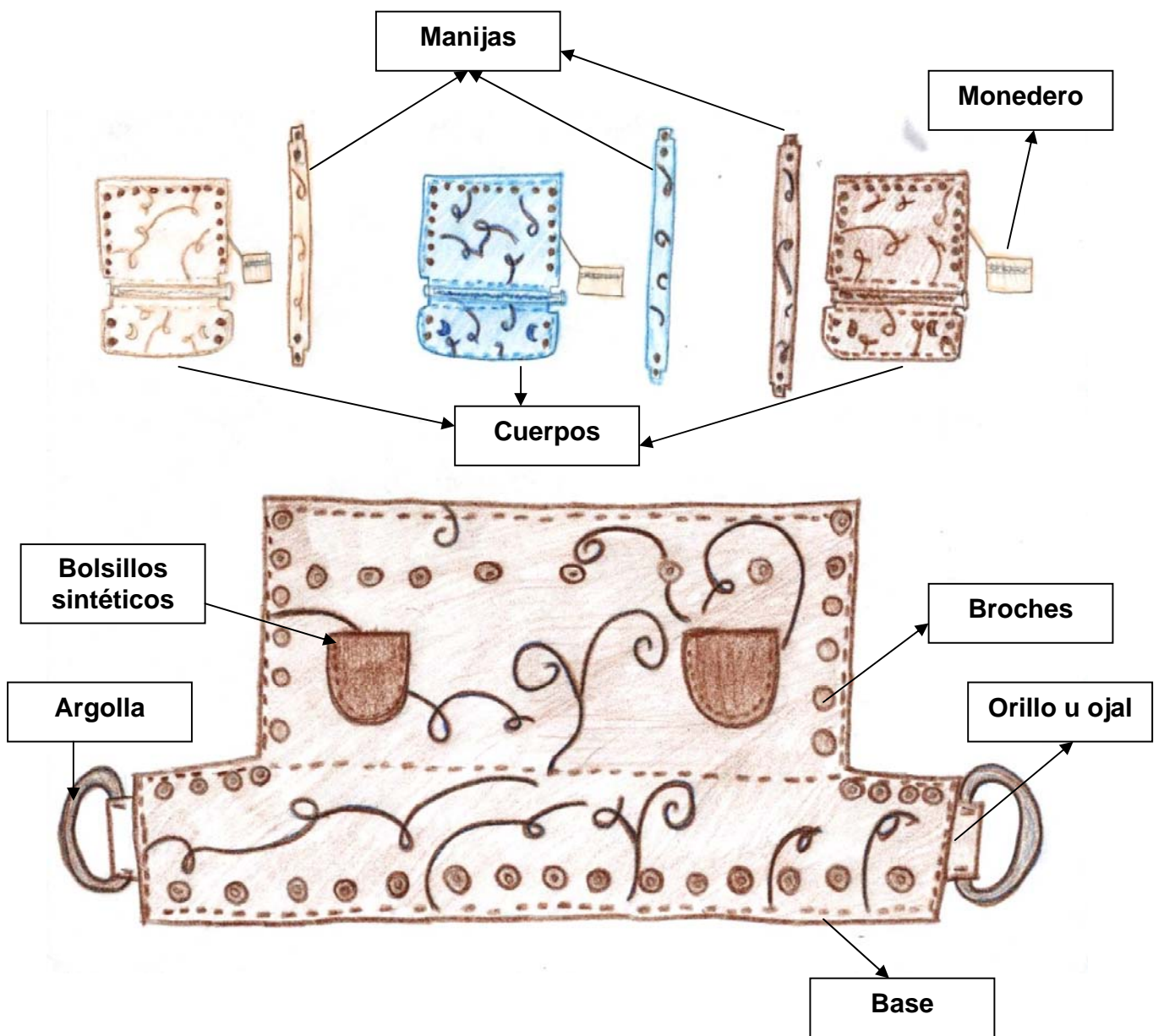


Fuente: Autora del Proyecto

## Bolso Estilo Cuadrado, Tamaño pequeño



Fuente: Autora del Proyecto



Fuente: Autora del Proyecto

**Anexo B. Encuesta a consumidores**

**ENCUESTA A CONSUMIDORES POTENCIALES**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA –INSED-  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2009**

**OBJETIVO:** la presente encuesta tiene como objetivo conocer el grado de aceptación del bolso en tela tres en uno en la ciudad de Bucaramanga, en la población entre los 18 a 30 años de edad.

1. ¿Usted compra bolsos?  
Si  No

Si su respuesta es SI, pase a la pregunta 2.

2. ¿De qué clase de material fue el último bolso que compró?

Tela (jean, lona, impermeable)   
Cuero (de res, babilla, cocodrilo, etc)   
Sintético (plástico)

Si contestó la opción 1, pase a la pregunta 3

Si contestó las otras dos opciones, termina la encuesta

3. ¿De qué tipo de material es el bolso de tela que compró?

Jean   
Lona   
Impermeable   
Algodón   
Naylon   
Yute   
Pana   
Seda   
Dryll   
Otra (Cual)

4. ¿De qué marca fue el último bolso que adquirió?

Totto \_\_\_\_\_ S y C & Co. \_\_\_\_\_ Chelsy \_\_\_\_\_  
Daniela \_\_\_\_\_ Mario José Shoes \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Qué tono de color elige el bolso de tela en el momento de comprarlo?

Colores pasteles (un solo tono)   
Colores oscuros (un solo tono)   
Colores ácidos (un solo tono)   
Coloridos (varios colores)   
Estampados (Flores)   
Cuadros   
Rallas

6. ¿Le gustan los bolsos de tela decorados?

Si  No

Con qué material:

Herrajes   
Sintético   
Bordados   
Herrajes-Sintéticos   
Estampados

7. ¿De qué tamaño ha comprado el bolso de tela?

Grande   
Mediano   
Pequeño

8. Estilo de bolso en tela que prefiere al momento de efectuar la compra

Rectangular   
Ovalado   
Cuadrado

9. ¿Qué tipo de bolso de tela prefiere en el momento de efectuar su compra?

- Formal (elegante)   
Informal   
Deportivo

10. ¿Qué precio ha pagado por el bolso de tela que ha comprado?

- \$10.000 – 25.000   
25.001 – 35.000   
35.001 – 45.000   
45.001 – 55.000   
55.001-65.000   
65.001-75.000   
75.001-85.000   
85.000-100.000

11. ¿Qué aspectos ha tenido en cuenta en el momento en que comprado su bolso de tela?

- Precio   
Calidad   
Servicio   
Marca   
Color   
Decoración (Accesorios)

12. ¿Cada cuánto compra un bolso de tela?

- Una vez al año   
Dos veces al año   
Tres veces al año   
Cuatro veces al año

13. ¿Qué cantidad de bolsos compra en el momento de efectuar la compra?

- Uno año   
Dos al año   
Tres al año   
Cuatro veces al año

14. ¿Dónde ha comprado los bolsos de tela que ha adquirido?

- En Fabrica

- En Tiendas de cadena
- En Almacenes en centros comerciales
- En Almacenes fuera de centros comerciales
- En la calle

15. ¿Qué defectos o insatisfacción ha detectado en los bolsos de tela que ha comprado?

- Precios elevados
- Mala calidad del producto
- Estilos limitados
- Poca variedad de tamaño

16. ¿Estaría dispuesto a comprar un nuevo bolso de tela, con accesorios de herrajes y material sintético, que cuente con capelladas y tiras intercambiables, que le permita tener “tres bolsos en un solo”?

Si  No

17. ¿En qué clase de tela desea que se fabrique?

- Jean
- Lona
- Impermeable
- Algodón
- Naylon
- Yute
- Pana
- Dryll
- Seda
- Otra (Cual)  \_\_\_\_\_

18. ¿Qué dinero estaría dispuesto a pagar por el “bolso tres en uno”?

- \$10.000 – 25.000
- 25.001 – 35.000
- 35.001 – 45.000
- 45.001 – 55.000
- 55.001-65.000
- 65.001-75.000
- 75.001-85.000
- 85.000-100.000

19. ¿Qué cantidad del “bolso tres en uno” estaría en capacidad de adquirir”?

- Uno cada año
- Dos al año
- Tres al año
- Cuatro al año

20. ¿Qué aspectos desea que se tengan en cuenta al fabricar el nuevo bolso que se le está ofreciendo?

- Buena calidad
- Precio asequible
- Variedad en el colorido
- Diversidad de tamaño
- Los accesorios
- Exclusividad de diseños

21. ¿En qué lugar desearía comprarlo?

- En fábrica
- En tiendas de cadena
- En almacenes en centros comerciales
- En almacenes fuera de centros comerciales
- En la calle

22. ¿Dónde desearía que estuviera ubicada la nueva empresa fabricante y el punto de venta del “bolso tres en uno”?

- Bucaramanga

Gracias por su colaboración

**Anexo C. Encuesta a fabricantes de bolsos en tela**

**ENCUESTA A FABRICANTES DE BOLSOS EN TELA**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE EDUCACIÓN A DISTANCIA –INSED-  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2009**

**OBJETIVO:** Conocer el mercado del bolso en tela en la ciudad de Bucaramanga, a través de sus fabricantes.

1. ¿Qué tiempo lleva dedicado a la fabricación de bolsos en tela?

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| 1- 5 años   | <input type="checkbox"/> |
| 6-10 años   | <input type="checkbox"/> |
| 11-15 años  | <input type="checkbox"/> |
| 15 -20 años | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Qué tipo de constitución tiene la empresa?

- |                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| Empresa unipersonal | <input type="checkbox"/> |
| Sociedad Limitada   | <input type="checkbox"/> |
| Sociedad Anónima    | <input type="checkbox"/> |
| Otra                | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Qué número de personas laboran en su empresa en el área de producción?

- |       |                          |
|-------|--------------------------|
| 1-5   | <input type="checkbox"/> |
| 6-10  | <input type="checkbox"/> |
| 11-15 | <input type="checkbox"/> |
| 15-20 | <input type="checkbox"/> |

4. ¿En qué tipo de tela o material elabora sus productos?

- |             |                          |
|-------------|--------------------------|
| Jean        | <input type="checkbox"/> |
| Lona        | <input type="checkbox"/> |
| Impermeable | <input type="checkbox"/> |
| Algodón     | <input type="checkbox"/> |
| Naylon      | <input type="checkbox"/> |

- Yute
- Pana
- Seda
- Dryll
- Otra (Cual)

5. ¿Qué tamaño de bolso es el más producido?

- Grande
- Mediano
- Pequeño

6. ¿Qué estilo de bolso produce más?

- Rectangular
- Ovalado
- Cuadrado

7. ¿Qué tipo de bolso es el más producido?

- Formal (elegante)
- Informal
- Deportivo

8. ¿Cuál es el color más utilizado para la producción del bolso?

- Colores pasteles (un solo tono)
- Colores oscuros (un solo tono)
- Colores ácidos (un solo tono)
- Coloridos (varios colores)
- Estampados (Flores)
- Cuadros
- Rallas

9. Tipo de decoración más exigido por los demandantes

- Herrajes
- Sintético
- Bordados
- Herrajes-Sintéticos
- Herrajes-sintéticos-bordados
- Estampados

10. ¿Cuál es el principal proveedor de sus materias primas

_____	_____
_____	_____
_____	_____

11. Quiénes son sus principales clientes:

Público en particular \_\_\_\_\_

Comerciantes \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál es el precio de venta al público de los bolsos en tela que se vende en fábrica?

- |                   |                          |
|-------------------|--------------------------|
| \$10.000 – 25.000 | <input type="checkbox"/> |
| 25.001 – 35.000   | <input type="checkbox"/> |
| 35.001 – 45.000   | <input type="checkbox"/> |
| 45.001 – 55.000   | <input type="checkbox"/> |
| 55.001-65.000     | <input type="checkbox"/> |
| 65.001-75.000     | <input type="checkbox"/> |
| 75.001-85.000     | <input type="checkbox"/> |
| 85.000-95.000     | <input type="checkbox"/> |

13. Porcentaje de descuento concedido al intermediario por volumen de compra

- |     |                          |
|-----|--------------------------|
| 5%  | <input type="checkbox"/> |
| 10% | <input type="checkbox"/> |
| 15% | <input type="checkbox"/> |

14. Margen de utilidad bruta de su actividad económica

- |     |                          |
|-----|--------------------------|
| 10% | <input type="checkbox"/> |
| 15% | <input type="checkbox"/> |
| 20% | <input type="checkbox"/> |
| 25% | <input type="checkbox"/> |
| 30% | <input type="checkbox"/> |
| 35% | <input type="checkbox"/> |
| 40% | <input type="checkbox"/> |

15. ¿Cuál es su nivel de producción mensual de bolsos?

\_\_\_\_\_

16. ¿Qué porcentaje de producción comercializa aquí en Bucaramanga?

- 10-20%
- 21-30%
- 31-40%
- 41-50%
- 50-60%

17. ¿En cuánto incrementa anualmente su nivel de producción?

- 10%
- 20%
- 30%
- 40%

18. ¿Qué medios publicitarios elige para dar a conocer su empresa?

- Prensa
- Radio
- Televisión
- Página Web (Internet)
- Directorio Telefónico

Gracias por su colaboración

## **Anexo D. Ley 2258 del 5 de diciembre de 2008**

### **Congreso de Colombia Ley 1258**

05-12-2008

"por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada"

#### **EL CONGRESO DE COLOMBIA**

#### **DECRETA:**

#### **CAPITULO I. DISPOSICIONES GENERALES.**

**ARTÍCULO 1o. CONSTITUCIÓN.** La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

**ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA.** La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

**ARTÍCULO 3o. NATURALEZA.** La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

**ARTÍCULO 4o. IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO.** Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

#### **CAPITULO II. CONSTITUCIÓN Y PRUEBA DE LA SOCIEDAD.**

**ARTÍCULO 5o. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE CONSTITUCIÓN.** La sociedad por acciones simplificada se creará mediante contrato o acto unilateral que conste en documento privado, inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, en el cual se expresará cuando menos lo siguiente:

- 1o. Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- 2o. Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras “sociedad por acciones simplificada”; o de las letras S.A.S.;
- 3o. El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.
- 4o. El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.
- 5o. Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.
- 6o. El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.
- 7o. La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

**PARÁGRAFO 1o.** El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado.

**PARÁGRAFO 2o.** Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

**ARTÍCULO 6o. CONTROL AL ACTO CONSTITUTIVO Y A SUS REFORMAS.** Las Cámaras de Comercio verificarán la conformidad de las estipulaciones del acto constitutivo, de los actos de nombramiento y de cada una de sus reformas con lo previsto en la ley. Por lo tanto, se abstendrán de inscribir el documento mediante el cual se constituya, se haga un nombramiento o se reformen los estatutos de la sociedad, cuando se omita alguno de los requisitos previstos en el artículo anterior o en la ley.

Efectuado en debida forma el registro de la escritura pública o privada de constitución, no podrá impugnarse el contrato o acto unilateral sino por la falta de elementos esenciales o por el incumplimiento de los requisitos de fondo, de acuerdo con los artículos 98 y 104 del Código de Comercio.

**ARTÍCULO 7o. SOCIEDAD DE HECHO.** Mientras no se efectúe la inscripción del documento privado o público de constitución en la Cámara de Comercio del lugar en que la sociedad establezca su domicilio principal, se entenderá para todos los efectos legales que la sociedad es de hecho si fueren varios los asociados. Si se tratare de una sola persona, responderá personalmente por las obligaciones que contraiga en desarrollo de la empresa.

**ARTÍCULO 8o. PRUEBA DE EXISTENCIA DE LA SOCIEDAD.** La existencia de la sociedad por acciones simplificada y las cláusulas estatutarias se probarán con

certificación de la Cámara de Comercio, en donde conste no estar disuelta y liquidada la sociedad.

### **CAPITULO III. REGLAS ESPECIALES SOBRE EL CAPITAL Y LAS ACCIONES.**

**ARTÍCULO 9o. SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL.** La suscripción y pago del capital podrá hacerse en condiciones, proporciones y plazos distintos de los previstos en las normas contempladas en el Código de Comercio para las sociedades anónimas. Sin embargo, en ningún caso, el plazo para el pago de las acciones excederá de dos (2) años.

En los estatutos de las sociedades por acciones simplificadas podrán establecerse porcentajes o montos mínimos o máximos del capital social que podrán ser controlados por uno o más accionistas, en forma directa o indirecta. En caso de establecerse estas reglas de capital variable, los estatutos podrán contener disposiciones que regulen los efectos derivados del incumplimiento de dichos límites.

**ARTÍCULO 10. CLASES DE ACCIONES.** Podrán crearse diversas clases y series de acciones, incluidas las siguientes, según los términos y condiciones previstos en las normas legales respectivas: (i) acciones privilegiadas; (ii) acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto; (iii) acciones con dividendo fijo anual y (iv) acciones de pago.

Al dorso de los títulos de acciones, constarán los derechos inherentes a ellas.

**PARÁGRAFO.** En el caso en que las acciones de pago sean utilizadas frente a obligaciones laborales, se deberán cumplir los estrictos y precisos límites previstos en el Código Sustantivo del Trabajo para el pago en especie.

**ARTÍCULO 11. VOTO SINGULAR O MÚLTIPLE.** En los estatutos se expresarán los derechos de votación que le correspondan a cada clase de acciones, con indicación expresa sobre la atribución de voto singular o múltiple, si a ello hubiere lugar.

**ARTÍCULO 12. TRANSFERENCIA DE ACCIONES A FIDUCIAS MERCANTILES.** Las acciones en que se divide el capital de la sociedad por acciones simplificada podrán estar radicadas en una fiduciaría mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiduciaría.

Los derechos y obligaciones que por su condición de socio le asisten al fideicomitente serán ejercidos por la sociedad fiduciaria que lleva la representación del patrimonio autónomo, conforme a las instrucciones impartidas por el fideicomitente o beneficiario, según el caso.

**ARTÍCULO 13. RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN DE ACCIONES.** En los estatutos podrá estipularse la prohibición de negociar las acciones emitidas por la

sociedad o alguna de sus clases, siempre que la vigencia de la restricción no exceda del término de diez (10) años, contados a partir de la emisión. Este término sólo podrá ser prorrogado por periodos adicionales no mayores de (10) años, por voluntad unánime de la totalidad de los accionistas.

Al dorso de los títulos deberá hacerse referencia expresa sobre la restricción a que alude este artículo.

**ARTÍCULO 14. AUTORIZACIÓN PARA LA TRANSFERENCIA DE ACCIONES.**

Los estatutos podrán someter toda negociación de acciones o de alguna clase de ellas a la autorización previa de la asamblea.

**ARTÍCULO 15. VIOLACIÓN DE LAS RESTRICCIONES A LA NEGOCIACIÓN.**

Toda negociación o transferencia de acciones efectuada en contravención a lo previsto en los estatutos será ineficaz de pleno derecho.

**ARTÍCULO 16. CAMBIO DE CONTROL EN LA SOCIEDAD ACCIONISTA.**

En los estatutos podrá establecerse la obligación a cargo de las sociedades accionistas en el sentido de informarle al representante legal de la respectiva sociedad por acciones simplificada acerca de cualquier operación que implique un cambio de control respecto de aquellas, según lo previsto en el artículo 260 del Código de Comercio.

En estos casos de cambio de control, la asamblea estará facultada para excluir a las sociedades accionistas cuya situación de control fue modificada, mediante decisión adoptada por la asamblea.

El incumplimiento del deber de información a que alude el presente artículo por parte de cualquiera de las sociedades accionistas, además de la posibilidad de exclusión según el artículo 39 de esta ley, podrá dar lugar a una deducción del veinte por ciento (20%) en el valor del reembolso, a título de sanción.

**PARÁGRAFO.** En los casos a que se refiere este artículo, las determinaciones relativas a la exclusión y a la imposición de sanciones pecuniarias requerirán aprobación de la asamblea de accionistas, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, excluido el voto del accionista que fuere objeto de estas medidas.

**CAPITULO IV.  
ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.**

**ARTÍCULO 17. ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.** En los estatutos de la sociedad por acciones simplificada se determinará libremente la estructura orgánica de la sociedad y demás normas que rijan su funcionamiento. A falta de estipulación estatutaria, se entenderá que todas las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio serán ejercidas por la asamblea o el accionista único y que las de administración estarán a cargo del representante legal.

**PARÁGRAFO.** Durante el tiempo en que la sociedad cuente con un solo accionista, este podrá ejercer las atribuciones que la ley les confiere a los diversos órganos sociales, en cuanto sean compatibles, incluidas las del representante legal.

**ARTÍCULO 18. REUNIONES DE LOS ÓRGANOS SOCIALES.** La asamblea de accionistas podrá reunirse en el domicilio principal o fuera de él, aunque no esté presente un quórum universal, siempre y cuando que se cumplan los requisitos de quórum y convocatoria previstos en los artículos 20 y 22 de esta ley.

**ARTÍCULO 19. REUNIONES POR COMUNICACIÓN SIMULTÁNEA Y POR CONSENTIMIENTO ESCRITO.** Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito. En caso de no establecerse mecanismos estatutarios para la realización de reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, se seguirán las reglas previstas en los artículos 19 a 21 de la Ley 222 de 1995. En ningún caso se requerirá delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

**ARTÍCULO 20. CONVOCATORIA A LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS.** Salvo estipulación estatutaria en contrario, la asamblea será convocada por el representante legal de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. En el aviso de convocatoria se insertará el orden del día correspondiente a la reunión.

Cuando hayan de aprobarse balances de fin de ejercicio u operaciones de transformación, fusión o escisión, el derecho de inspección de los accionistas podrá ser ejercido durante los cinco (5) días hábiles anteriores a la reunión, a menos que en los estatutos se convenga un término superior.

**PARÁGRAFO.** La primera convocatoria para una reunión de la asamblea de accionistas podrá incluir igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum. La segunda reunión no podrá ser fijada para una fecha anterior a los diez (10) días hábiles siguientes a la primera reunión, ni posterior a los treinta (30) días hábiles contados desde ese mismo momento.

**ARTÍCULO 21. RENUNCIA A LA CONVOCATORIA.** Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección respecto de los asuntos a que se refiere el inciso 2o del artículo 20 de esta ley, por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes de que la reunión se lleve a cabo.

**ARTÍCULO 22. QUÓRUM Y MAYORÍAS EN LA ASAMBLEA DE ACCIONISTAS.** Salvo estipulación en contrario, la asamblea deliberará con uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas.

Las determinaciones se adoptarán mediante el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente cuando menos la mitad más una de las acciones presentes, salvo que en los estatutos se prevea una mayoría decisoria superior para algunas o todas las decisiones.

**PARÁGRAFO.** En las sociedades con accionista único las determinaciones que le correspondan a la asamblea serán adoptadas por aquel. En estos casos, el accionista dejará constancia de tales determinaciones en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

**ARTÍCULO 23. FRACCIONAMIENTO DEL VOTO.** Cuando se trate de la elección de juntas directivas o de otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto.

**ARTÍCULO 24. ACUERDOS DE ACCIONISTAS.** Los acuerdos de accionistas sobre la compra o venta de acciones, la preferencia para adquirirlas, las restricciones para transferirlas, el ejercicio del derecho de voto, la persona que habrá de representar las acciones en la asamblea y cualquier otro asunto lícito, deberán ser acatados por la compañía cuando hubieren sido depositados en las oficinas donde funcione la administración de la sociedad, siempre que su término no fuere superior a diez (10) años, prorrogables por voluntad unánime de sus suscriptores por períodos que no superen los diez (10) años.

Los accionistas suscriptores del acuerdo deberán indicar, en el momento de depositarlo, la persona que habrá de representarlos para recibir información o para suministrarla cuando esta fuere solicitada. La compañía podrá requerir por escrito al representante aclaraciones sobre cualquiera de las cláusulas del acuerdo, en cuyo caso la respuesta deberá suministrarse, también por escrito, dentro de los cinco (5) días comunes siguientes al recibo de la solicitud.

**PARÁGRAFO 1o.** El Presidente de la asamblea o del órgano colegiado de deliberación de la compañía no computará el voto proferido en contravención a un acuerdo de accionistas debidamente depositado.

**PARÁGRAFO 2o.** En las condiciones previstas en el acuerdo, los accionistas podrán promover ante la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario, la ejecución específica de las obligaciones pactadas en los acuerdos.

**ARTÍCULO 25. JUNTA DIRECTIVA.** La sociedad por acciones simplificada no estará obligada a tener junta directiva, salvo previsión estatutaria en contrario. Si no se estipula la creación de una junta directiva, la totalidad de las funciones de administración y representación legal le corresponderán al representante legal designado por la asamblea.

**PARÁGRAFO.** En caso de pactarse en los estatutos la creación de una junta directiva, esta podrá integrarse con uno o varios miembros respecto de los cuales podrán establecerse suplencias. Los directores podrán ser designados mediante cuociente electoral, votación mayoritaria o por cualquier otro método previsto en los estatutos.

Las normas sobre su funcionamiento se determinarán libremente en los estatutos. A falta de previsión estatutaria, este órgano se regirá por lo previsto en las normas legales pertinentes.

**ARTÍCULO 26. REPRESENTACIÓN LEGAL.** La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, designada en la forma prevista en los estatutos. A falta de estipulaciones, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. A falta de previsión estatutaria frente a la designación del representante legal, su elección le corresponderá a la asamblea o accionista único.

**ARTÍCULO 27. RESPONSABILIDAD DE ADMINISTRADORES.** Las reglas relativas a la responsabilidad de administradores contenidas en la Ley 222 de 1995, les serán aplicables tanto al representante legal de la sociedad por acciones simplificada como a su junta directiva y demás órganos de administración, si los hubiere.

**PARÁGRAFO.** Las personas naturales o jurídicas que, sin ser administradores de una sociedad por acciones simplificada, se inmiscuyan en una actividad positiva de gestión, administración o dirección de la sociedad, incurrirán en las mismas responsabilidades y sanciones aplicables a los administradores.

**ARTÍCULO 28. REVISORÍA FISCAL.** En caso de que por exigencia de la ley se tenga que proveer el cargo de revisor fiscal, la persona que ocupe dicho cargo deberá ser contador público titulado con tarjeta profesional vigente.

En todo caso las utilidades se justificarán en estados financieros elaborados de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y dictaminados por un contador público independiente.

## **CAPITULO V. REFORMAS ESTATUTARIAS Y REORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD.**

**ARTÍCULO 29. REFORMAS ESTATUTARIAS.** Las reformas estatutarias se aprobarán por la asamblea, con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. La determinación respectiva deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil, a menos que la reforma implique la transferencia de bienes mediante escritura pública, caso en el cual se regirá por dicha formalidad.

**ARTÍCULO 30. NORMAS APLICABLES A LA TRANSFORMACIÓN, FUSIÓN Y ESCISIÓN.** Sin perjuicio de las disposiciones especiales contenidas en la presente ley, las normas que regulan la transformación, fusión y escisión de sociedades le serán aplicables a la sociedad por acciones simplificadas, así como las disposiciones propias del derecho de retiro contenidas en la Ley 222 de 1995.

**PARÁGRAFO.** Los accionistas de las sociedades absorbidas o escindidas podrán recibir dinero en efectivo, acciones, cuotas sociales o títulos de participación en cualquier sociedad o cualquier otro activo, como única contraprestación en los procesos de fusión o escisión que adelanten las sociedades por acciones simplificadas.

**ARTÍCULO 31. TRANSFORMACIÓN.** Cualquier sociedad podrán transformarse en sociedad por acciones simplificada, antes de la disolución, siempre que así lo decida su asamblea o junta de socios, mediante determinación unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas. La decisión correspondiente deberá constar en documento privado inscrito en el Registro Mercantil.

De igual forma, la sociedad por acciones simplificada podrá transformarse en una sociedad de cualquiera de los tipos previstos en el Libro Segundo del Código de Comercio, siempre que la determinación respectiva sea adoptada por la asamblea, mediante decisión unánime de los asociados titulares de la totalidad de las acciones suscritas.

**PARÁGRAFO.** El requisito de unanimidad de las acciones suscritas también se requerirá en aquellos casos en los que, por virtud de un proceso de fusión o de escisión o mediante cualquier otro negocio jurídico, se proponga el tránsito de una sociedad por acciones simplificada a otro tipo societario o viceversa.

**ARTÍCULO 32. ENAJENACIÓN GLOBAL DE ACTIVOS.** Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad por acciones simplificada se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta (50%) o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación.

La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

**PARÁGRAFO.** La enajenación global de activos estará sujeta a la inscripción en el Registro Mercantil.

**ARTÍCULO 33. FUSIÓN ABREVIADA.** En aquellos casos en que una sociedad detente más del noventa (90%) de las acciones de una sociedad por acciones simplificada, aquella podrá absorber a esta, mediante determinación adoptada por los representantes legales o por las juntas directivas de las sociedades participantes en el proceso de fusión.

El acuerdo de fusión podrá realizarse por documento privado inscrito en el Registro Mercantil, salvo que dentro de los activos transferidos se encuentren bienes cuya enajenación requiera escritura pública. La fusión podrá dar lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en los términos de la Ley 222 de 1995, así como a la acción de oposición judicial prevista en el artículo 175 del Código de Comercio.

El texto del acuerdo de fusión abreviada tendrá que ser publicado en un diario de amplia circulación según lo establece la Ley 222 de 1995, dentro de ese mismo término habrá lugar a la oposición por parte de terceros interesados quienes podrán exigir garantías necesarias y/o suficientes.

## **CAPITULO VI. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.**

**ARTÍCULO 34. DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.** La sociedad por acciones simplificada se disolverá:

- 1o. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración.
- 2o. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
- 3o. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
- 4o. Por las causales previstas en los estatutos.
- 5o. Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
- 6o. Por orden de autoridad competente, y
- 7o. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

En el caso previsto en el ordinal 1o anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

**ARTÍCULO 35. ENERVAMIENTO DE CAUSALES DE DISOLUCIÓN.** Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis (6) meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho (18) meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 7o del artículo anterior.

**PARÁGRAFO.** Las causales de disolución por unipersonalidad sobrevinida o reducción de las pluralidades mínimas en los demás tipos de sociedad previstos en el Código de Comercio también podrán enervarse mediante la transformación en sociedad por acciones simplificada, siempre que así lo decidan los asociados restantes de manera unánime o el asociado supérstite.

**ARTÍCULO 36. LIQUIDACIÓN.** La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador, el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

**CAPITULO VI <sic; es VII>.  
DISPOSICIONES FINALES.**

**ARTÍCULO 37. APROBACIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS.** Tanto los estados financieros de propósito general o especial, como los informes de gestión y demás cuentas sociales deberán ser presentadas por el representante legal a consideración de la asamblea de accionistas para su aprobación.

**PARÁGRAFO.** Cuando se trate de sociedades por acciones simplificadas con único accionista, este aprobará todas las cuentas sociales y dejará constancia de tal aprobación en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

**ARTÍCULO 38. SUPRESIÓN DE PROHIBICIONES.** Las prohibiciones contenidas en los artículos 155, 185, 202, 404, 435 y 454 del Código de Comercio no se les aplicarán a las sociedades por acciones simplificadas, a menos que en los estatutos se disponga lo contrario.

**ARTÍCULO 39. EXCLUSIÓN DE ACCIONISTAS.** Los estatutos podrán prever causales de exclusión de accionistas, en cuyo caso deberá cumplirse el procedimiento de reembolso previsto en los artículos 14 a 16 de la Ley 222 de 1995. Si el reembolso implicare una reducción de capital deberá dársele cumplimiento, además, a lo previsto en el artículo 145 del Código de Comercio.

**PARÁGRAFO.** Salvo que se establezca un procedimiento diferente en los estatutos, la exclusión de accionistas requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión, sin contar el voto del accionista o accionistas que fueren objeto de esta medida.

**ARTÍCULO 40. RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS SOCIETARIOS.** Las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, podrán someterse a decisión arbitral o de amigables componedores, si así se pacta en los estatutos.

Si no se pacta arbitramento o amigable composición, se entenderá que todos los conflictos antes mencionados serán resueltos por la Superintendencia de Sociedades, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

**ARTÍCULO 41. UNANIMIDAD PARA LA MODIFICACIÓN DE DISPOSICIONES ESTATUTARIAS.** Las cláusulas consagradas en los estatutos conforme a lo previsto en los artículos 13, 14, 39 y 40 de esta ley sólo podrán ser incluidas o

modificadas mediante la determinación de los titulares del ciento por ciento (100 %) de las acciones suscritas.

**ARTÍCULO 42. DESESTIMACIÓN DE LA PERSONALIDAD JURÍDICA.** Cuando se utilice la sociedad por acciones simplificada en fraude a la ley o en perjuicio de terceros, los accionistas y los administradores que hubieren realizado, participado o facilitado los actos defraudatorios, responderán solidariamente por las obligaciones nacidas de tales actos y por los perjuicios causados.

La declaratoria de nulidad de los actos defraudatorios se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades, mediante el procedimiento verbal sumario.

La acción indemnizatoria a que haya lugar por los posibles perjuicios que se deriven de los actos defraudatorios será de competencia, a prevención, de la Superintendencia de Sociedades o de los jueces civiles del circuito especializados, y a falta de estos, por los civiles del circuito del domicilio del demandante, mediante el trámite del proceso verbal sumario.

**ARTÍCULO 43. ABUSO DEL DERECHO.** Los accionistas deberán ejercer el derecho de voto en el interés de la compañía. Se considerará abusivo el voto ejercido con el propósito de causar daño a la compañía o a otros accionistas o de obtener para sí o para una tercera ventaja injustificada, así como aquel voto del que pueda resultar un perjuicio para la compañía o para los otros accionistas. Quien abuse de sus derechos de accionista en las determinaciones adoptadas en la asamblea, responderá por los daños que ocasione, sin perjuicio que la Superintendencia de Sociedades pueda declarar la nulidad absoluta de la determinación adoptada, por la ilicitud del objeto.

La acción de nulidad absoluta y la de indemnización de perjuicios de la determinación respectiva podrán ejercerse tanto en los casos de abuso de mayoría, como en los de minoría y de paridad. El trámite correspondiente se adelantará ante la Superintendencia de Sociedades mediante el proceso verbal sumario.

**ARTÍCULO 44. ATRIBUCIÓN DE FACULTADES JURISDICCIONALES.** Las funciones jurisdiccionales a que se refieren los artículos 24, 40, 42 y 43, serán ejercidas por la Superintendencia de Sociedades, con fundamento en lo previsto en el artículo 116 de la Constitución Política.

**ARTÍCULO 45. REMISIÓN.** En lo no previsto en la presente ley, la sociedad por acciones simplificada se regirá por las disposiciones contenidas en los estatutos sociales, por las normas legales que rigen a la sociedad anónima y, en su defecto, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales que rigen a las sociedades previstas en el Código de Comercio. Así mismo, las sociedades por acciones simplificadas estarán sujetas a la inspección, vigilancia o control de la Superintendencia de Sociedades, según las normas legales pertinentes.

**PARÁGRAFO.** Los instrumentos de protección previstos en la Ley 986 de 2005, se aplicarán igualmente a favor del titular de una sociedad por acciones simplificada compuesta por una sola persona.

**ARTÍCULO 46. VIGENCIA Y DEROGATORIAS.** La presente ley rige a partir del momento de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Sin perjuicio de las ventajas y beneficios establecidos en el ordenamiento jurídico, una vez entre en vigencia la presente ley, no se podrán constituir sociedades unipersonales con base en el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. Las sociedades unipersonales constituidas al amparo de dicha disposición tendrán un término máximo improrrogable de seis (6) meses, para transformarse en sociedades por acciones simplificadas.

El Presidente del Honorable Senado de la República,  
**HERNÁN FRANCISCO ANDRADE SERRANO.**

El Secretario General del honorable Senado de la República,  
**EMILIO OTERO DAJUD.**

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,  
**GERMÁN VARÓN COTRINO.**

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,  
**JESÚS ALFONSO RODRÍGUEZ CAMARGO.**

**REPUBLICA DE COLOMBIA - GOBIERNO NACIONAL**

**Publíquese y cúmplase.**

Dada en Bogotá, D. C., a los **05-12-2008**

**ÁLVARO URIBE VÉLEZ**  
**PRESIDENTE**

El Ministro de Hacienda y Crédito Público,  
**OSCAR IVÁN ZULUAGA ESCOBAR.**

El Ministro de Comercio, Industria y Turismo,  
**LUIS GUILLERMO PLATA PÁEZ**