

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE  
CALZADO FABRICADO POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO  
PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA**

**ANGÉLICA MARÍA RUEDA  
CANDÍ CASTRO MARTÍNEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL  
Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2012**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE  
CALZADO FABRICADO POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO  
PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA**

**ANGÉLICA MARÍA RUEDA  
CANDÍ CASTRO MARTÍNEZ**

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

**Directora  
MIRIAM GÓMEZ RODRÍGUEZ  
Administradora de Empresas**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL  
Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2012**

## **DEDICATORIAS**

A DIOS por todas las bendiciones que ha puesto en mi camino y por y permitirme culminar con éxito esta etapa de mi vida.

A mi madre Elsa María Rueda Cabarique, mi Hermana Liliana Ramírez Rueda, amigos y demás familiares por sus voces de aliento y apoyo incondicional en cada momento de mi vida.

A mis amigas y compañeras de cipas Candi, Lorena, Alexandra y Nancy, por todo su apoyo, comprensión y compañía en este lapso de tiempo es un privilegio a verlas conocido.

### **ANGÉLICA MARÍA RUEDA**

Dedico este triunfo a mi madre ya que con la ayuda de DIOS y a su lucha continua por sacarme a delate pude lograr este sueño

A mi hermana por su apoyo incondicional en todo momento y a todos mis familiares y amigos que creyeron en mí para alcanzar este triunfo tan anhelado.

Gracias a mi amiga Angélica María Rueda por su apoyo de amiga y de compañera de Estudio porque pude contar con ella en todo momento de obstáculo y de felicidad. GRACIAS

### **CANDI ESTHER CASTRO MARTÍNEZ**

## AGRADECIMIENTOS

Los autores expresan el más sincero agradecimiento a:

**ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA Y EL INPEC** por su colaboración durante el desarrollo de este trabajo, la búsqueda de información y la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos en el periodo de estudio y quien sin su aceptación y participación no hubiera sido posible cumplir esta meta.

**MIRIAM GÓMEZ RODRÍGUEZ** Administradora de Empresas y Docente del Instituto de Educación a Distancia INSED por brindarnos su conocimiento, asesoría, y colaboración en el proceso y desarrollo de esta Investigación.

Y a todos los docentes del Instituto de Educación a Distancia INSED que durante el transcurso de la carrera de una u otra forma compartieron sus conocimientos y experiencias para el desarrollo profesional de cada uno de nosotros, sin ellos no se hubiese hecho realidad este trabajo de grado.

## TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN .....	25
1. GENERALIDADES .....	27
1.1 ANTECEDENTES.....	27
1.1.1 Historia del zapato. ....	27
1.2 EVOLUCIÓN DEL CALZADO .....	27
1.2.1 Tendencia mundial.....	28
1.2.2 Tendencias nacionales .....	29
1.2.3 Tendencia local.....	29
1.3.1 Nuevas empresas constituidas en Santander en el 2010. ....	34
1.3.2 Número de establecimiento en Barrancabermeja. ....	35
1.4 ASPECTOS TÉCNICOS .....	35
1.4.1 Partes del zapato. ....	35
1.4.2 Proceso de fabricación.....	36
1.5 CONTEXTO GEOGRAFICO.....	37
1.5.1 DATOS GENERALES DE BARRANCABERMEJA .....	37
1.6 ASPECTOS LEGALES .....	38
1.6.1 Régimen Penitenciario Nacional. ....	40
1.6.2 Decreto 2160 de 1992.....	40
1.6.3 Ley 65 de 1993. ....	40
1.6.4 Resolución 237/97. ....	40
1.6.5 Convenio internacional.....	41
1.6.5 Acuerdo 0011 de 1995.....	41
1.6.6 Acuerdo 0011 de 1995.....	41
1.6.7 Acuerdo 010 de julio 01/04. ....	41
1.6.8 Res. 6091/26 de julio de 2007. ....	41
1.6.9 La Constitución Nacional de Colombia. ....	41
1.6.10 De acuerdo al Código de Comercio. ....	41
1.6.11 Ley 50. ....	41
2. ESTUDIO DE MERCADOS .....	45
2.1 OBJETIVOS.....	45
2.1.1 Generales .....	45
2.1.2 Específicos.....	45
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIOS.....	45
2.2.1 Definición, usos y especificaciones de los artículos.....	45
2.2.2 Productos sustitutos.....	51
2.2.3 Productos complementarios. ....	51
2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia. ....	52
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO .....	52
2.3.1 Mercado potencial.....	52
2.3.2 Mercado objetivo.....	52

2.4 LA DEMANDA.....	52
2.4.1 Investigación de mercados. ....	53
2.4.1.1 Planteamiento del problema. ....	53
2.4.1.2 Necesidades de información.....	53
2.4.1.3 Ficha técnica.....	54
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la demanda .....	56
2.4.4 Evolución histórica de la demanda .....	89
2.4.5 Proyección de la demanda.....	89
2.5 LA OFERTA .....	90
2.5.1 Necesidades de información.....	90
2.5.2 Oferta histórica.....	90
2.5.3 Análisis de situación actual de la competencia. ....	91
2.5.4 Proyección de la oferta. ....	93
2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA.....	93
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN .....	94
2.7.1 Estructura de los canales de comercialización. ....	94
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales .....	95
2.7.3 Selección de los canales de comercialización. ....	95
2.8 PRECIO .....	96
2.8.1 Análisis de precios .....	96
2.8.2 Estrategia de fijación de precios. ....	96
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	96
2.9.1 Objetivos.....	96
2.9.2 Logotipo .....	97
2.9.3 Lema.....	97
2.9.4 Análisis de los medios .....	98
2.9.5 Selección de medios.....	98
2.9.6 Estrategia publicitarias. ....	98
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción .....	99
2.9.7.1 De lanzamiento .....	99
2.9.7.2 De operación.....	99
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO.....	100
3. ESTUDIO TÉCNICO .....	101
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	101
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. ....	101
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto .....	101
3.1.3 Capacidad del proyecto. ....	102
3.1.3.1 Capacidad total diseñada.....	102
3.1.3.2 Capacidad instalada .....	102
3.1.3.3 Capacidad utilizada.....	102
3.2 LOCALIZACIÓN.....	103
3.2.1 Macro localización. ....	103
3.2.2 Micro localización.....	104
3.3 INGIENERÍA DEL PROYECTO .....	106
3.3.1 Ficha técnica del producto. ....	107

3.3.2 Descripción técnica del proceso .....	109
3.3.2.2 Flujo grama proceso de venta externa.....	114
3.3.2.3 Flujo grama proceso de compra .....	116
3.3.2.4 Flujo grama proceso de almacenajes .....	118
3.3.2.5 Flujo grama merchandising.....	119
3.3.3 Control de calidad. ....	120
3.3.4 Recursos.....	120
3.3.4.1 Recursos físicos.....	120
3.3.4.2 Recurso humano.....	123
3.3.4.2 Productos requeridos.....	123
3.3.5 Análisis de proveedores.....	124
3.3.6 Distribución de la planta.....	124
3.3.7 Logística de distribución.....	126
3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO .....	126
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	127
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN .....	127
4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	130
4.2.1 Visión .....	130
4.2.2 Misión.....	130
4.2.3 Objetivos .....	131
4.2.4 Políticas .....	131
4.2.4.1 Políticas de personal.....	131
4.2.4.2 Políticas de compras.....	132
4.2.4.3 Políticas de ventas.....	132
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA COMERCIALIZADORA .....	133
4.3.1 Organigrama.....	133
4.3.2 Descripción y perfil de cargos.....	133
4.3.3 Asignación salarial .....	138
4.4 CONCLUSIONES DE VIABILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL Y JURÍDICA DEL PROYECTO.....	138
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	140
5.1. INVERSIONES. ....	140
5.1.1 Inversión Fija.....	140
5.1.1.1 Muebles y enseres.....	140
5.1.1.2 Flota y equipo de transporte. ....	141
5.1.1.3 Equipos de oficina.....	141
5.1.2 Inversión diferida.....	142
5.1.3 Inversión de capital de trabajo. ....	143
5.1.3.1 Costo de prestar el servicio.....	143
5.1.3.1.1 Costo de la mercancía. ....	143
5.1.3.2 Mano de obra directa. ....	148
5.1.3.3 Costos indirectos de fabricación .....	148
5.1.4 Gastos de administración y ventas .....	152
5.1.5 Gastos financieros .....	154
5.1.5.1 Capital de trabajo.....	154

5.1.5.2 Inversión total.....	154
5.1.6 Fuentes de financiación .....	154
5.2 COSTOS.....	157
5.2.1 Costos fijos. ....	157
5.2.2 Costos variables. ....	157
5.2.3 Costos variables unitarios.....	158
5.3 PRECIO DE VENTA .....	158
5.4 EGRESOS E INGRESOS.....	160
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	165
5.5.2 Flujo de caja proyectado.....	166
5.5.3 Balance general.....	167
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	169
6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO .....	169
6.2 IMPACTO SOCIAL .....	169
6.2.1 Desarrollo local. ....	169
6.2.2 Generación de empleo.....	169
6.2.2 Evaluación ambiental .....	169
6.3EVALUACIÓN FINANCIERA .....	170
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.....	171
6.3.3 Periodo de recuperación.....	171
6.3.4 Análisis de la razones financiera.....	172
CONCLUSIONES .....	174
RECOMENDACIONES .....	175
BIBLIOGRAFÍA.....	176
ANEXOS.....	177

## LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Algunas tendencias de calzado actual .....	30
Cuadro 2. Ficha técnica del calzado a comercializar .....	46
Cuadro 3. Tipo de calzado que compra .....	56
Cuadro 4. Establecimiento donde compra el calzado .....	57
Cuadro 5. Frecuencia de compra de calzado .....	57
Cuadro 6. Cantidad de calzado que compra.....	58
Cuadro 7. Mujeres que compran calzado sintético y en cuero .....	59
Cuadro 8. Tipo de calzado según material que compra.....	60
Cuadro 9. Medida del tacón de su calzado .....	62
Cuadro 10. Colores de preferencia al comprar zapatillas .....	64
Cuadro 11. Número de calzado que usa .....	66
Cuadro 12. Precio de las zapatillas en material sintético que compra .....	67
Cuadro 13. Precio de las zapatillas en cuero que compra.....	68
Cuadro 14. Apreciación que le merece el calzado que compra .....	69
Cuadro 15. Motivación de compra .....	69
Cuadro 16. Insatisfacción por el producto.....	70
Cuadro 17. Nivel de satisfacción por el producto.....	71
Cuadro 18. Interés por adquirir una nueva línea de calzado .....	71
Cuadro 19. Aspectos importantes al momento de la compra .....	72
Cuadro 25. Aspectos importantes al momento de la compra .....	73
Cuadro 20. Compra calzado de dama .....	73
Cuadro 21. Tipo de calzado para dama que compra .....	74
Cuadro 22. Frecuencia con la que realiza los pedidos de calzado .....	75
Cuadro 23. Unidades de calzado para dama que compra .....	76
Cuadro 24. Tipo de material que compra el calzado.....	76
Cuadro 25. Medidas del tacón del calzado que compra .....	77
Cuadro 26. Colores que prefiere comprar el calzado para dama.....	79
Cuadro 27. Números los zapatos que realiza cuando hace pedido .....	80
Cuadro 29. Precio que paga actualmente por el calzado que compra en cuero....	82
Cuadro 30. Forma de pago de los pedidos .....	83
Cuadro 31. Marcas más vendidas de calzado para damas .....	84
Cuadro 32. Donde elaboran el calzado que compra.....	85
Cuadro 33. Satisfacción por el producto que compra .....	86
Cuadro 34. Aspectos importantes al momento de realizar una compra.....	87
Cuadro 35. Interés en comprar una nueva línea de calzado elaborado por los internos de la cárcel de la ciudad.....	88
Cuadro 36. Demanda actual almacenes.....	89
Cuadro 37. Proyección de la demanda estimada .....	90
Cuadro 38. Datos de las comercializadoras existentes .....	90
Cuadro 40. Interés en comprar calzado fabricado por los internos de la cárcel ....	94

Cuadro 41. Pares de calzado que comprarían los almacenes.....	94
Cuadro 42. Precios promedio que pagan los almacenes.....	96
Cuadro 43. Presupuesto de lanzamiento.....	99
Cuadro 44. Presupuesto de operación.....	99
Cuadro 45. Capacidad diseñada.....	102
Cuadro 46. Capacidad instalada.....	102
Cuadro 47. Producción de calzado por línea.....	103
Cuadro 48. Capacidad utilizada.....	103
Cuadro 50. Inversión fija.....	140
Cuadro 51. Vehículo.....	141
Cuadro 52. Equipos de oficina.....	141
Cuadro 53. Total inversión fija.....	142
Cuadro 54. Total inversión diferida.....	142
Cuadro 55. Costo de la mercancía a comprar.....	143
Cuadro 56. Total mercancía a comprar.....	147
Cuadro 57. Mano de obra directa.....	148
Cuadro 58. Mano de obra indirecta.....	149
Cuadro 59. Servicios.....	149
Cuadro 60. Insumos.....	150
Cuadro 61. Mantenimiento de muebles, enseres y vehículo.....	150
Cuadro 62. Seguro de muebles, enseres y equipo de cómputo.....	150
Cuadro 63. Depreciación.....	151
Cuadro 64. Seguro de muebles, enseres.....	151
Cuadro 65. Amortización de diferidos.....	151
Cuadro 66. Total costos indirectos de distribuir la mercancía.....	151
Cuadro 67. Total costo de distribuir la mercancía.....	152
Cuadro 68. Gasto de personal.....	152
Cuadro 69. Impuesto de industria y comercio.....	153
Cuadro 70. Gastos administrativos.....	153
Cuadro 71. Total gastos de administración y venta.....	153
Cuadro 72. Capital de trabajo.....	154
Cuadro 73. Inversión total.....	154
Cuadro 74. Amortización de crédito bancario.....	155
Cuadro 75. Costos fijos.....	157
Cuadro 76. Costos variables.....	157
Cuadro 77. Total costos.....	158
Cuadro 78. Precio de venta.....	158
Cuadro 79. Egresos.....	160
Cuadro 80. Ingresos.....	160
Cuadro 81. Estado de resultados.....	165
Cuadro 82. Cálculos de inventarios finales y costo de venta.....	165
Cuadro 83. Flujo de caja.....	166
Cuadro 84. Balance general.....	167
Cuadro 85. Punto de equilibrio.....	169
Cuadro 86. Evaluación ambiental.....	170

Cuadro 87. Valor presente neto .....171  
Cuadro 88. Tasa interna de retorno .....171  
Cuadro 89. Periodo de recuperación .....172

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Participación del departamento de Santander en la cadena del cuero y calzado. ....	31
Gráfico 2. Generación de empleo en la cadena de calzado en Colombia. ....	32
Gráfico 3. Destino de las exportaciones del calzado Santandereano .....	32
Gráfico 4. Comportamiento de las Exportaciones de Calzado del Departamento de Santander. ....	33
Gráfico 5. Empresas constituidas en Santander .....	34
Gráfico 6. Establecimientos según actividad .....	35
Gráfico 7. Tipo de calzado que compra .....	56
Gráfico 8. Establecimiento donde compra el calzado .....	57
Gráfico 9. Frecuencia de compra de calzado .....	58
Gráfico 10. Cantidad de calzado que compra .....	59
Gráfico 11. Mujeres que compran calzado sintético y en cuero.....	60
Gráfico 12. Calzado en material sintético que compra.....	61
Gráfico 13. Calzado en material de cuero que compra.....	61
Gráfico 14. Medida del tacón de su zapatilla .....	62
Gráfico 15. Medidas del tacón de sandalia .....	63
Gráfico 16. Medidas del tacón de botas.....	63
Gráfico 17. Colores preferido de zapatillas .....	64
Gráfico 18. Colores preferido en sandalias .....	65
Gráfico 19. Colores preferido de botas .....	65
Gráfico 20. Número de calzado que usa.....	66
Gráfico 22. Satisfacción por el producto .....	70
Gráfico 23. Insatisfacción por el producto.....	71
Gráfico 24. Interés por adquirir una nueva línea de calzado.....	72
Gráfico 26. Compra calzado de dama .....	74
Gráfico 27. Tipo de calzado para dama que compra .....	75
Gráfico 28. Tipo de material que compra el calzado.....	77
Gráfico 29. Medidas del tacón del tacón de las zapatillas .....	78
Gráfico 30. Medidas del tacón del tacón de las sandalias .....	78
Gráfico 31. Medidas del tacón del tacón de las botas.....	79
Gráfico 32. Colores que prefiere comprar el calzado para dama.....	80
Gráfico 33. Números los zapatos que realiza cuando hace pedido .....	81
Gráfico 34. Forma de pago de los pedidos .....	83
Gráfico 35. Marcas más vendidas de calzado para damas .....	84
Gráfico 37. Satisfacción por el producto que compra .....	86
Gráfico 38. Aspectos importantes al momento de realizar una compra.....	87
Gráfico 39. Interés en comprar una nueva línea de calzado elaborado por los internos de la cárcel de la ciudad.....	88

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Un zapato de dama está compuesto de las siguientes partes .....	35
Tabla 2. Análisis de factores para la ubicación de la empresa .....	105
Tabla 3. Ponderación de factores críticos .....	106
Tabla 4. Muebles y enseres .....	120
Tabla 5. Principales muebles y enseres .....	121
Tabla 5. Equipos de oficina .....	122
Tabla 6. Personal requerido .....	123
Tabla 7. Productos que se comprarían para comercializar en el primer año .....	123
Tabla 8. Distribución de la comercializadora de calzado para damas Prestigio ..	124
Tabla 9. Porcentajes de prestaciones sociales .....	130
Tabla 10. Descripción y perfil del gerente .....	134
Tabla 13. Descripción y perfil del Asesor externo .....	136
Tabla 14. Auxiliar de bodega .....	137
Tabla 15. Asignación salarial .....	138

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Partes de un zapato de mujer .....	36
Figura 2. Muestra de calzado .....	44
Figura 3. Canales de distribución de calzado .....	95
Figura 4. Canales seleccionados para comercialización de calzado .....	96
Figura 5. Logotipo de la empresa .....	97
Figura 6. Ubicación de Barrancabermeja.....	104

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A – Encuesta mujeres.....	178
Anexo B – Encuesta almacenes .....	180
Anexo C – Compromiso de suministro de calzado .....	182
Anexo D – Solicitud de apoyo al proyecto .....	183
Anexo E - Manifestación de apoyo de empresas.....	184
Anexo F – Cotizaciones .....	187

## GLOSARIO

**Actividades de diagnóstico.** Las que consisten en acular o reunir información, a fin de determinar que está ocurriendo dentro de una unidad u organización.

**Autosuficiente.** Estado o condición del que puede o cree poder satisfacer sus necesidades por sí mismo.<sup>1</sup>

**Canales de comercialización y distribución.** La comercialización de su producto exige conocimiento del mercado destino, experiencia y recursos. En ocasiones, la estrategia de introducción y consolidación para micro, pequeñas y medianas empresas es la exportación indirecta a través de comercializadoras, ya sea para introducirse y una vez aprendido todo lo referente a exportaciones, hacerlo de manera directa o bien para que sea la forma constante de exportación.

**Capitalismo.** Sistema económico en el que los individuos privados y las empresas de negocios llevan a cabo la producción y el intercambio de bienes y servicios mediante complejas transacciones en las que interviene los precios y los mercados.<sup>2</sup>

**Comercializadora.** Ente económico cuya actividad principal es la comercialización de productos y servicios.

**Comercialización.** Actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, que incluyen todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto, promoción, investigación y desarrollo, ventas, transportes y almacenamiento de bienes y servicios.

**Competencia.** Condiciones de los mercados en los que los compradores y los vendedores establecen los precios e intercambian bienes y servicios. La competencia económica es el medio que utilizan los compradores y vendedores para satisfacer las necesidades de la comunidad y de los individuos.<sup>3</sup>

**Cuero.** Material proteico fibroso (colágeno) de la piel de animales, con flor o flor corregida que ha sido tratado químicamente con material curtiente para darle estabilidad hidrotérmica y mejorar sus características físicas.

---

<sup>1</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/%C3%ADa>-Noviembre 27 de 2011.

<sup>2</sup> Ibid

<sup>3</sup> Ibid

**Delito.** Delito, acción u omisión penada por la ley. El concepto está sometido por completo al principio de legalidad, de tal forma que el principio acuñado por los juristas romanos *nullum crimen sine lege*, es su regla básica.

**Demanda de mercado.** Cantidad de un bien que se desea comprar a un precio determinado en un momento determinado en un momento concreto.

**Derecho penal.** Ámbito del ordenamiento jurídico que se ocupa de la determinación de los delitos y faltas, de las penas que procede imponer a los delincuentes y de las medidas de seguridad establecidas por el estado para la prevención de la delincuencia.<sup>4</sup>

**Eficacia.** Consisten en producir un bien o realizar una actividad en el tiempo estimado.

**Eficiencia.** Consisten en producir un bien con el mínimo de los recursos posibles o realizar una actividad en el mínimo de tiempo estimado.

**Gestión.** Proceso de dirigir la interacción de programas y proyectos en cada área de actividad, midiendo y evaluando resultados y comparando los resultados con los objetivos.

**Globalización.** Describe los cambios en las economías nacionales, cada vez mas integradas en sistemas sociales abiertos e independientes, sujetas a los efectos de la libertad de los mercados, las fluctuaciones monetarias y los movimientos especulativos de capital os ámbitos de la realidad en los que mejor se refleja la globalización son la economía, la innovación tecnológica y el ocio.<sup>5</sup>

**Hipótesis.** Suposición de una cosa posible de la que se saca una consecuencia.

**Ideología.** Amplio sistema de concepto y creencias, muchas veces de naturaleza política, que defiende un grupo o un individuo.

**Infractor.** Persona que quebranta una ley o un precepto

**Ley.** Es una declaración de voluntad soberana, manifestada en la forma proveniente en la Constitución Nacional. El carácter general de la ley es mandar, prohibir, permitir o castigar.<sup>6</sup>

**Normatividad.** Que sirve de modelo o patrón regla que se debe seguir.

---

<sup>4</sup> Ibid

<sup>5</sup> Ibid

<sup>6</sup> Ibid

**Optimización.** Buscar la mejor manera de realizar una actividad.

**Pena.** Sanción impuesta por la ley a quien, por haber cometido un delito o falta, ha sido condenado en sentencia firme por el órgano jurisdiccional competente.<sup>7</sup>

**Penitenciaria.** Establecimiento penitenciario en que sufren condenas los penados, sujetos a un régimen que, haciéndoles expiar sus delitos, va orientado a su enmienda y mejora.

**Precio.** Cantidad de dinero dada a cambio de una mercancía o servicio. El precio es el valor de un bien expresado en términos monetarios, ya sea que éste se fije - como es usual- en unidades monetarias, o que se determine según la equivalencia con cualquier otra mercancía que desempeñe el papel de dinero en el intercambio.

**Producto.** En su sentido más directo, producto es todo aquello que ha sido producido es decir, el resultado de la acción de producir. Son productos, en economía, todos los bienes que se transan en el mercado, los que están disponibles como stock y los que se encuentran en poder de los consumidores.<sup>8</sup>

**Productividad.** Medida de eficiencia de producción. Razón entre producción y factores de producción, (por ejemplo diez unidades por hombre y hora de trabajo).

**PDPMM.** Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio.

**Recluso.** Dicho de una persona encarcelada.

**Resocialización.** Actividad mediante la cual un individuo aprende a ser parte de una comunidad productiva y social.

**Sintético.** Material homogéneo, obtenido a partir de productos naturales o no, transformado por métodos físico o químicos.

**Valor agregado.** La diferencia entre el valor total de los bienes que produce una empresa y el valor de los insumos que ella utiliza para producirlos. Esencialmente, es la suma del ingreso de los factores de producción que la misma emplea y, por lo tanto, su contribución parcial a la cadena de producción total cuya resultante es un bien determinado. Sobre este valor neto y no sobre el valor total de lo producido se calcula, lógicamente, el llamado impuesto al valor agregado.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> Ibid

<sup>8</sup> Ibíd

<sup>9</sup> Ibid

**Venta directa.** Realizada por la propia empresa, mediante vendedores vinculados directamente con la empresa productora. Estas ventas se hacen por el método puerta a puerta, publicidad, impulsadoras, puntos de venta etc.

## RESUMEN

**TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE CALZADO FABRICADO POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA\***

**AUTORAS:** CASTRO MARTÍNEZ, Candi  
RUEDA, Angélica María\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Comercializadora, penal, interno, cárcel, calzado, damas, mercado.

### CONTENIDO

El presente proyecto tiene la finalidad de crear una comercializadora de calzado para dama en la ciudad de Barrancabermeja, elaborado por los internos del centro penitenciario, como apoyo al programa de resocialización que llevan estas personas en dicha institución.

Se concibe viable el proyecto desde el estudio de mercados, donde se puede evidenciar que el 100% de los almacenes encuestados estarían interesados en adquirir el calzado hecho en la cárcel.

Para atender la demanda potencial anual es necesario que el centro penitenciario suministre 10.109 pares de zapatillas, 13.344 pares de sandalias y 1.597 botas para un total de 25.045 pares de calzado para dama. El cuál se encuentra en capacidad de suministrar porque cuenta con la maquinaria necesaria y mano de obra capacitada para todos los procesos de producción del calzado.

Los medios seleccionados para dar a conocer los servicios de la comercializadora son, la radio, televisión, volantes y la creación de página de internet, los canales de comercialización a utilizar será el directo, comercializadora y almacén.

Se definió que el valor de la inversión total del proyecto es de \$ 87.806.479, con un VPN de \$ 71.101.218 y la TIR es del 46%, la inversión se recupera en un año, once meses y ocho días, considerando el proyecto viable desde la parte financiera.

Este proyecto se define más de tipo social que económico, por las partes que lo conforman, donde todas ellas se verán beneficiadas en lo económico, desarrollo profesional, con un gran impacto en la región para incentivar la producción y comercialización de calzado hecho en la ciudad.

---

\* Proyecto de grado

\*\* Instituto de Proyección a Regional y Educación a Distancia - Gestión Empresarial – Directora Miriam Gómez Rodríguez – Administradora de Empresas.

## ABSTRACT

**I TITLE: FEASIBILITY FOR UNA'S CREATION COMERCIALIZADORA OF FOOTWEAR MADE BY THE BOARDERS OF BARRANCABERMEJA'S PENITENTIARY AND PRISON ESTABLISHMENT.**

**AUTHOR'S:** CASTRO MARTÍNEZ, Candi  
RUEDA, Angélica María\*\*

**KEY WORDS:** Comercializadora, penal, boarder, jail, footwear, ladies, market.

### CONTENT:

The present project has the purpose of creating a comercializadora of footwear for lady in Barrancabermeja's city, elaborated by the boarders of the penitentiary center, as support to the program of resocialization that these persons take in the above mentioned institution.

The project is conceived viable from the study of markets, where it is possible to demonstrate that 100 % of the polled stores would be interested in acquiring the footwear done in the jail.

To attend to the potential annual demand is necessary that the penitentiary center supplies 10.109 couples of slippers, 13.344 couples of sandals and 1.597 boots for a total of 25.045 couples of footwear for lady. Which one finds in aptitude to supply because it counts with her would machinate necessary and workforce qualified for all the processes of production of the footwear.

The means selected to announce the services of the comercializadora are, the radio, television, steering wheels and the creation of Internet page, the channels of commercialization to using will be the direct one, comercializadora and store.

There was defined that the value of the total investment of the project is of \$ 87.806.479, with a VPN of \$ 71.101.218 and the TIR it is 46 %, the investment recovers in one year, eleven months and eight days, considering the viable project from the financial part.

This project defines more of type social that economic, on the parts that shape it, where all of them will meet benefited in the economic thing, professional development, with a great impact in the region to stimulate the production and commercialization of footwear done in the city.

---

\* I title of the project

\*\* Projection institute to Regional and Education distantly - Business management – Director - Miriam Gómez Rodríguez - Administrator of companies.

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad determinar la factibilidad para la creación de una comercializadora de calzado fabricado por los internos del establecimiento penitenciario y carcelario de Barrancabermeja.

La comercialización de calzado en Colombia forma parte fundamental para la economía del país, puesto que en los departamentos de Cundinamarca y Santander es una de las principales fuentes de empleo, que contribuyen a la economía local.

En la actualidad en Barrancabermeja se produce y comercializa calzado de buena calidad, pero aún sigue siendo Bucaramanga la ciudad de donde proviene la mayoría del calzado que la población femenina compra, lo que se desea es cubrir más mercado con calzado hecho en la misma ciudad y de esta forma evitar sobre costos en el producto en especial el del transporte y fletes, teniendo en cuenta que las condiciones de la carretera Barranca- Bucaramanga, se han deteriorado en gran medida a lo largo del último año en que el invierno ha estado afectando ésta vía y en muchas ocasiones ha estado cerrada.

Los internos del centro penitenciario de Barrancabermeja fabrican calzado para dama desde hace varios años, tienen maquinaria y personal capacitado para tal labor, pero lo comercializan especialmente entre las mujeres que visitan el penal y en algunos casos se han realizado algunas producciones pero en pequeña escala para la Asociación de Industriales de Calzado en Santander que tiene sede en Bucaramanga (Asoinducals).

Con este proyecto se busca dinamizar la comercialización del calzado para dama fabricado en el centro penitenciario de Barrancabermeja y además crear conciencia entre los comercializadores para que distribuyan este tipo de producto que contribuye directamente a la resocialización de los internos del penal.

Este trabajo de grado se desarrolla con base en un Estudio de factibilidad como se mencionó al comienzo y contiene varios capítulos que a continuación se detallan.

En el primer capítulo se encuentran las Generalidades que incluye una radiografía del sector del calzado y de la comercialización del calzado en Barrancabermeja.

Segundo capítulo está el estudio de mercados, donde se describen los nuevos productos y servicios, se identifican la demanda, oferta, canales de comercialización, precios y estrategias de publicidad y producción.

En el tercer capítulo aparece el estudio técnico, permite definir el tamaño óptimo del proyecto, localización, ingeniería del proyecto, los proveedores, distribución de planta de operación y la logística correspondiente para posicionar la comercializadora en el mercado.

En el cuarto capítulo se desarrolla el estudio administrativo, donde se describe bajo qué tipo de sociedad se desea constituir la nueva empresa, se define su estructura organizacional, perfil de cargos y asignación de sueldos.

En el capítulo quinto se encuentra el estudio financiero, donde se establece la inversión del proyecto, costos y gastos, egresos e ingresos, fuentes de financiación y estados financieros.

En el Capítulo sexto se incluye la evaluación del proyecto que incluye: valuación financiera, inicia con la determinación del punto de equilibrio, luego se calcula el impacto social y ambiental, la rentabilidad del proyecto con la tasa interna de retorno, valor presente neto y periodo de recuperación de la inversión.

La investigación finaliza con las conclusiones y recomendaciones dadas por los autores del proyecto, con el ánimo de tomar decisiones sobre la puesta en marcha del proyecto en la ciudad de Barrancabermeja.

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 ANTECEDENTES

#### 1.1.1 Historia del zapato.

La evidencia del uso del zapato como instrumento de protección de los pies data desde el año 10.000 antes de Cristo. Sus diseños eran muy básicos y las tecnologías muy rudimentarias, pero cumplían la doble función de proteger los pies de rocas y espinas así como del frío inclemente.<sup>10</sup>



El zapato fue hallado en 2008 en la cueva de Areni-1, en la provincia de Vayotz Dzor.

El primer zapato estaba hecho con correas para darle cierta protección al pie, fabricado de hierba o de cuero trenzado de acuerdo con las condiciones geográficas en las que se movía el hombre antiguo, lo cual se puede ver en reportes gráficos y documentales.<sup>11</sup>

Una característica que ha sido tan variable como la misma historia de su evolución es el material con que se confecciona el zapato. Las sandalias egipcias en sus inicios eran de paja, papiro o fibra de palmera, mientras que en Mesopotamia los zapatos de cuero crudo amarrados a los tobillos eran de uso común. Además de estos materiales eran utilizados también los metales de maderas de diferentes tipos, sedas, bordados, entre otros.

### 1.2 EVOLUCIÓN DEL CALZADO

Entre los primeros calzados conocidos, se encuentran las sandalias, las cuales fueron hechas artesanalmente, algunas de sus características principales la sencillez, comodidad y su elaboración a partir de fibras naturales, de esta forma desplazaron las pieles que utilizaban las mujeres y hombres primitivos para proteger sus pies.

El calzado siempre se ha caracterizado por representar la riqueza o la pobreza, mostrando en todo momento la posición social o alcurnia de la persona que los

<sup>10</sup> <http://siuk.com.co/blog/-Noviembre> 27 de 2011.

<sup>11</sup> Análisis de las empresas productoras y comercializadoras de calzado en Santander, Universitaria de Investigación y Desarrollo –UDI-, Bucaramanga 2008.

llevaba. Los habitantes del antiguo Egipto utilizaban un tipo de calzado, el cual se fabricaba a partir de las hojas extraídas de la planta del papiro y correas de cuero sin curtir que sujetaban el pie a la base, eran realmente prácticas y protegían de la dureza del terreno y la abrasadora arena que se extendía por esas tierras, algunos dejaban el pie al descubierto, permitiendo a las mujeres adornarlos con joyas y tintes naturales. El zapato ha evolucionado de la mano del hombre y los materiales que lo conforman, se ha empleado metal, pieles, hojas de plantas, diferentes tipos de maderas, sedas, algodones etc.

**1.2.1 Tendencia mundial.** Nadie se imaginaría que los zapatos serían objeto del deseo de millones de mujeres alrededor del planeta. De mil colores, formas y sobretodo gran variedad de tacones, los zapatos se han convertido en un símbolo femenino por excelencia, que estilizan las piernas y dan ese toque de elegancia que hacen que las mujeres aparte de ser unas luchadoras por el mundo, también representemos delicadeza en cada paso mientras lo recorremos.

La industria del calzado es uno de los sectores industriales que muestra mayores cambios en las últimas décadas. Actualmente se producen en el mundo unos 12 mil millones de pares, con un promedio de 2 pares por persona. Un dato interesante es el hecho que un 60% de esa producción es exportada. China (produce 6.500 millones de pares/año y exporta 4 mil millones) e India (700 millones de pares/año), son los países que registraron el crecimiento más espectacular de esta industria, desplazando de la escena a naciones que en su momento fueron grandes productores, como Italia, cuya producción se ha reducido a 400 millones de pares/año.<sup>12</sup>

Por otro lado, el gran importador mundial sigue siendo EEUU (1.800 millones de pares), seguido de Japón y Alemania. Estos 3 países concentran casi la mitad de las importaciones totales netas (excluyendo Hong Kong, que opera como país de tránsito). El valor del comercio mundial de calzado no deportivo ronda los 15 mil millones de dólares anuales, correspondiendo un 85% de ese total al calzado con capellada de cuero.

El mundo muestra dos modelos contrapuestos que compiten en el mercado internacional: el "asiático o económico", cuyo liderazgo ejerce China, que aprovecha el bajísimo costo de su mano de obra, y el "europeo", representado por Italia y seguido por España y Portugal, más caro pero con diseño y elaboración de mayor calidad.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> <http://www.econlink.com.ar/calzado>-Noviembre 27 de 2011.

<sup>13</sup> *Ibíd*

**1.2.2 Tendencias nacionales.** En Colombia la primera fábrica de calzado que se crea es La Corona en la ciudad de Bogotá en el año de 1913, los cambios económicos que se dan en dicha época, unido al paulatino aumento del poder adquisitivo de las personas en Colombia, logra poco a poco, la aparición de diferentes fábricas en el país.

La llegada al gobierno, por parte del doctor Cesar Gaviria Trujillo en el año 1990, trajo consigo políticas de estado de visión globalista. Esta apertura sin embargo, llevó a la quiebra y posterior cierre de un sin número de empresas, y el subsector del calzado no fue la excepción. Los empresarios entendieron que en un mundo globalizado, una visión integral del negocio y elevados estándares de calidad, son tal vez la única salvaguardia existente.

La demanda de calzado en Colombia, al igual que en el resto del mundo está fuertemente influenciada por las tendencias de la moda y el precio. En general el calzado para dama es más demandado que el calzado para caballero. Además de estas dos categorías tradicionales de consumo. El departamento de Santander es una región potencial para el subsector calzado por su localización estratégica como centro nodal del nororiente del país, sobre las troncales Central y del Magdalena, articulador entre el interior y la costa norte y entre el oriente y el occidente colombiano; presenta una base económica diversificada. A nivel nacional, es importante recalcar que el subsector de calzado es altamente intensivo en mano de obra y con un peso significativo en el empleo nacional.<sup>14</sup>

**1.2.3 Tendencia local.** La industria del calzado en Santander, se remonta al año de 1946 en el cual la empresa Derby, aún hoy en funcionamiento inicia labores, le seguirían Damton de Colombia en 1948, calzado Marasol y Norman en 1960, su importancia en la generación de empleo se empezó a ver en los años setenta y ya en 1993.

Como se anotaba anteriormente, la situación de la industria santandereana en general al igual que la colombiana, presenta grandes fallas en gestión administrativa como son sistemas de gestión de calidad y servicio al cliente deficiente, por citar algunas debilidades en tecnología de punta que ha traído como resultado sensibilidades muy altas ante variaciones de precio en el mercado, entrada de nuevos competidores, como es el caso de los productos chinos y fragilidad en la conformación de asociaciones que los representen.

---

<sup>14</sup> Cámara de Comercio de Bucaramanga. Encuesta Anual Manufacturera Santander. 2005-  
Noviembre 27 de 2011.

Además, el sector del cuero presenta otras características primordiales como lo son: la lenta evolución tecnológica, el uso intensivo de mano de obra, la inexistencia de barreras de entrada al negocio, competencia aguda, un alto grado de utilización de mercadeo de consumo y alto grado de globalización del comercio.

**Cuadro 1. Algunas tendencias de calzado actual**



Fuente: Autoras del proyecto

La cadena del cuero, calzado e industria marroquinera, según datos de la Encuesta Anual Manufacturera del año 2008, presentó una participación del 1% en la producción industrial nacional y del 2,6% en generación del empleo dentro de la industria Santander por su parte en la cadena del cuero y el calzado, participó como con el 13,2% del total de establecimientos dedicados a ese subsector en el país, genera el 4,1% del total del empleo de la cadena y el 2 % de la producción bruta.

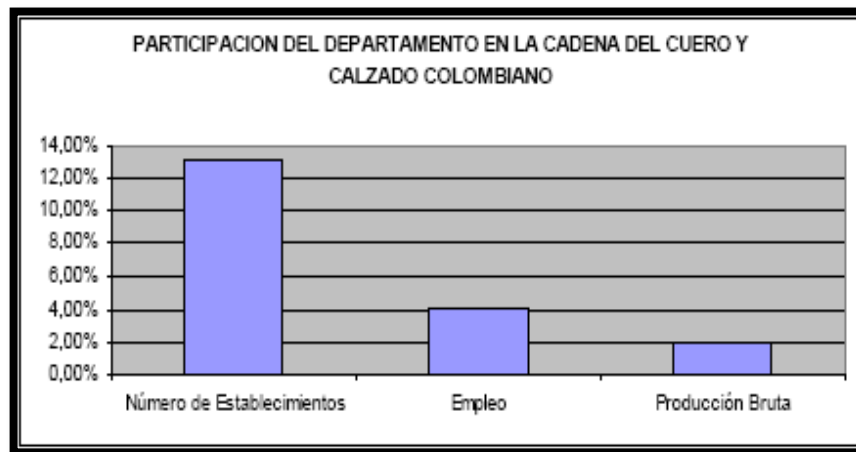
### 1.3 DIAGNOSTICO DEL SECTOR

El sector de cuero, calzado y marroquinería se vio muy afectado en el año 2005. En ventas, el sector de calzado registró una caída de 7,7%. Las importaciones legales e ilegales de calzado procedentes de China y Panamá desplazaron la producción colombiana del mercado interno por sus precios bajos. El crecimiento de las exportaciones de 40,9% evitó que el subsector tuviera una caída más aguda. Por su parte, el sector de marroquinería registró un crecimiento de 8,3% y

en exportaciones un aumento de 12% con respecto a 2009, cifras que no son tan buenas como las de años anteriores.<sup>15</sup>

Del sector Calzado son varias las características que es importante destacar: “En primer lugar está su carácter nacional del total de empresas dedicadas a la fabricación de calzado, registradas ante las Cámaras de Comercio en el país, el 28% se encuentra en Santa Fe de Bogotá, el 19% en Bucaramanga, otro 12% en la ciudad de Cali, un 10% en Cúcuta, el 8% en Medellín, el 3% en Barranquilla, otro 3% en Pereira, y el restante 17% se encuentra distribuido en más de 80 ciudades y municipios en todo el país”<sup>16</sup>.

**Gráfico 1. Participación del departamento de Santander en la cadena del cuero y calzado.**

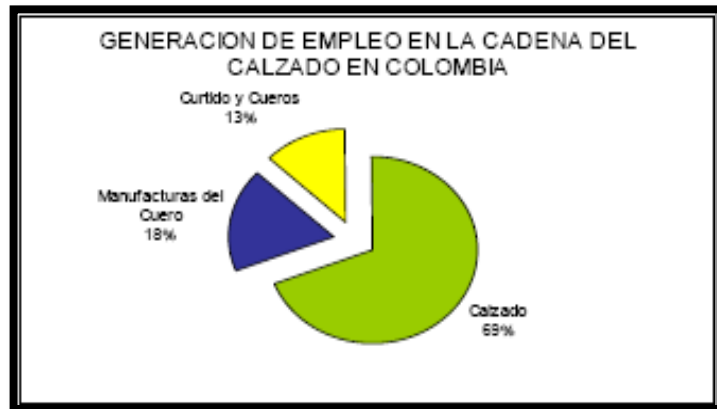


Fuente: DANE – Min comercio. Bogotá 2008

<sup>15</sup> [http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/cuero-calzado-marroquineria\\_25805.aspx](http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/cuero-calzado-marroquineria_25805.aspx) - Noviembre 2 de 2011.

<sup>16</sup> <http://www.portaldelcuero.com/informa/informa22.asp>-Noviembre 27 de 2011.

**Grafico 2. Generación de empleo en la cadena de calzado en Colombia.**



Fuente: DANE – Min comercio. Bogotá 2008

El calzado santandereano ha presentado un comportamiento sostenido de crecimiento en la última década, aunque tuvo un leve descenso en el año 2004, probablemente producto de las complicaciones del comercio con Venezuela.

**Grafico 3. Destino de las exportaciones del calzado Santandereano**



Fuente: DANE – Min comercio. Bogotá 2008

Entre los principales destinos de exportación de calzado santandereano se encuentran Ecuador, seguido por Venezuela, Puerto Rico y Panamá entre los más importantes.

#### **Grafico 4. Comportamiento de las Exportaciones de Calzado del Departamento de Santander.**



Fuente: DANE – Min comercio. Bogotá 2008

El calzado industrial es liderado y comercializado por las principales empresas fabricantes del país, es considerado como un nicho de demanda muy atractivo para la empresa nacional. Por su parte, el calzado femenino, que se caracteriza por los constantes cambios en los modelos, incorpora la fabricación y diseño que permite una mayor flexibilidad productiva para cubrir la demanda.

Según este artículo, se encontró que Bucaramanga es la segunda ciudad que más empresas tienen dedicadas a la fabricación del calzado a nivel nacional.

En cuanto a las exportaciones, “PROEXPORT estima que para el año 2009 las ventas hacia el Exterior estarán por encima de los 4.950 millones de dólares, frente a los 4.260 millones registrados durante el 2008.

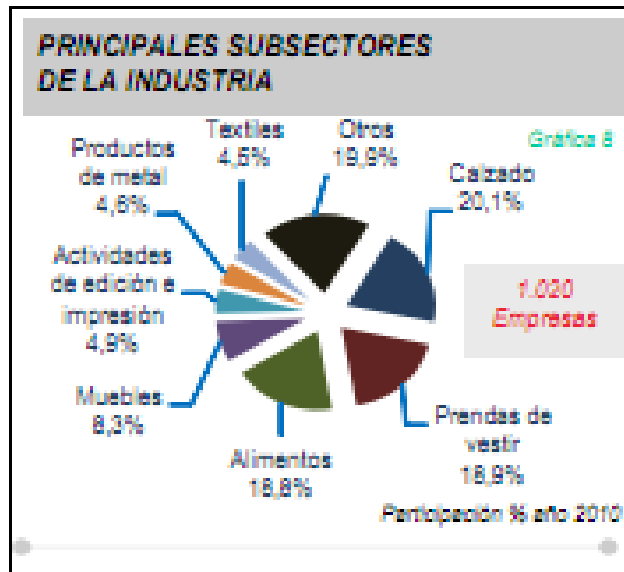
Del sector de calzado en Santander hacen parte 807 (casi el 90% manufactura material sintético) empresas aptas para Exportar que entre los primeros siete meses de 2008 exportaron \$ 2.794.095.996<sup>17</sup>. Este dato muestra que existe una gran capacidad de exportaciones, permitiendo una alta producción de calzado y las oportunidades que se derivan de ello, para explorar otros nichos de mercado.

Actualmente en Barrancabermeja solo hay dos comercializadora de calzado, según cámara de comercio, esto dato es importante, pues aumenta las posibilidades de éxito de la nueva comercializadora, siendo este un mercado grande para cubrir. Además cuenta con 144 almacenes dedicados a la venta de calzado.

<sup>17</sup> <http://www.proexport.com.co/VBeContent/library/documents/DocNewsNo3702DocumentNo3212-> Noviembre 27 de 2011.

**1.3.1 Nuevas empresas constituidas en Santander en el 2010.** El emprendimiento continúa como una de las principales fuentes de generación de ingresos para gran parte de la población. Su análisis permite conocer que nuevas inversiones privadas han ingresado a la región, además de señalar los sectores económicos con mayor potencial y dinámica.<sup>18</sup>

**Gráfico 5. Empresas constituidas en Santander**



Fuente: Cámara de comercio

En la gráfica se observa que en la ciudad ha habido un incremento en la creación de empresas siendo esto algo bueno para el sector comercial, creando un nivel de competitividad más alto entre los empresarios ya que se debe permanecer en el mercado con productos de excelente calidad y con precios que sean cómodos para el público.<sup>19</sup>

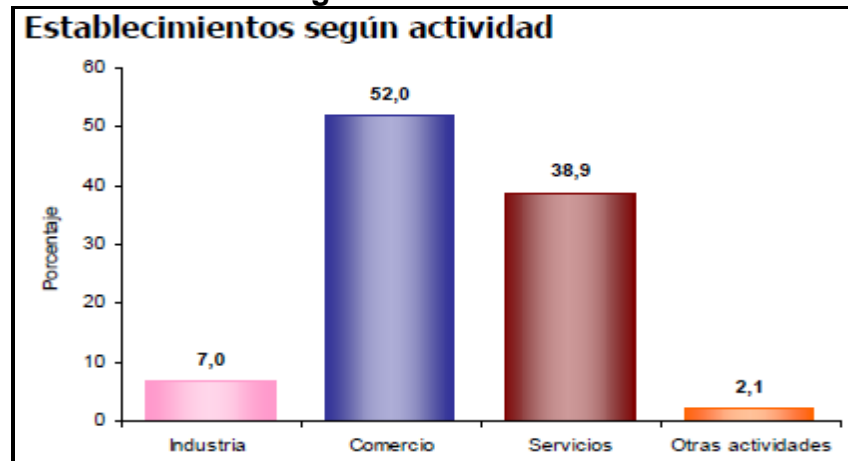
El sector industrial tuvo en el calzado y las confecciones la mayor participación de nuevas empresas con relación a otras empresas del sector, hecho que confirma la vocación y especialización del sector manufacturero hacia estas dos actividades intensivas en mano obra. Sin embargo, los montos de capital de estas inversiones se clasificaron en el rango de la microempresa.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> <http://clubensayos.com/imprimir/Estudio-De-Mercado-De-Un/13680.html>-Noviembre\_27 de 2011.

<sup>20</sup> <http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2010/consti2010.pdf>

**1.3.2 Número de establecimiento en Barrancabermeja.** El 7% de los establecimientos se dedican a la industria, el 52% al comercio, el 38,95 a servicios y el 2,1 a otra actividad.

**Gráfico 6. Establecimientos según actividad**



Fuente: Dane

Como se puede evidenciar el anterior gráfico, el sector que más participación tiene en el mercado es el de servicios, dato importante para esta investigación, ya que la nueva empresa se ubica en este sector.

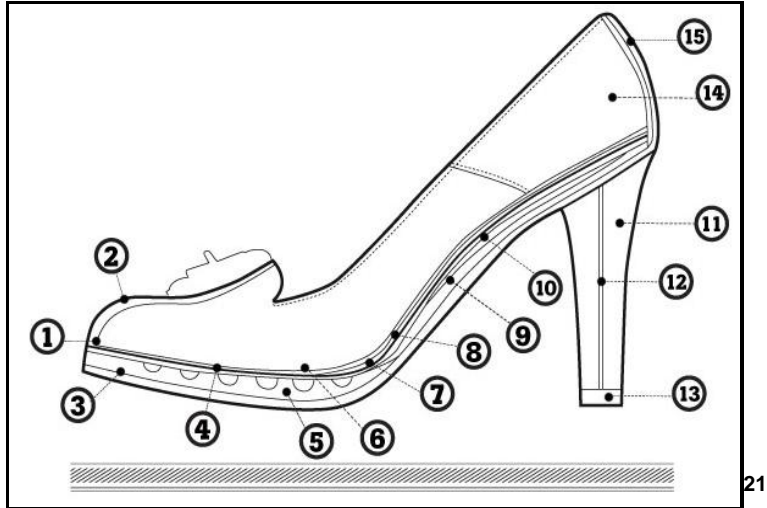
## 1.4 ASPECTOS TÉCNICOS

**1.4.1 Partes del zapato.** El calzado es la parte de la indumentaria utilizada para proteger los pies. Adquiere muchas formas, como zapatos, zapatillas, sandalias, alpargatas, botas o deportivas. El calzado es vestido por una variedad de motivos, incluyendo la protección del pie, la higiene o el simple adorno. A menudo se utilizan medias o calcetines al vestir calzado.

**Tabla 1. Un zapato de dama está compuesto de las siguientes partes**

1. Tope	2. Piel de corte	3. Suela de goma
4. Alarma	5. Plataforma	6. Plantilla piel
7. Planta de montaje	8. Esponja	9. Cambrillón metálico
10. Zona de cartón/planta	11. Tacón ABS	12. Varrilla metal
13. Tapa	14. Sudador de forro	15. Contrafuerte

Figura 1. Partes de un zapato de mujer



**1.4.2 Proceso de fabricación.** La fabricación del calzado desde los inicios históricos tal y como se venía realizando de modo artesanal. Y ya que en la Antigua Roma se produjo una cantidad de calzado enorme los procesos eran artesanales, por tanto este proceso de producción industrial masiva podría decirse que no apareció hasta la época de la Primera Revolución Industrial.

En ambos procedimientos, aunque de forma distinta, se siguen unos pasos elementales:

- Selección de las pieles o materiales.
- Cortado. De acuerdo al contorno que deberán adquirir las piezas.
- Rebajado. Rebaje de las piezas, principalmente de piel.
- Guarnecido (también llamado *aparado* o *pespunte*). Cosido de las partes cortadas.
- Montado (también llamado *centrado*). Usándose una horma, que sirve de modelo de pie, a la hora de encajar las partes del zapato (puntera o pala, talón, suela, etc.)
- Encajillado. Introducción de los zapatos en cajas de cartón.

<sup>21</sup> <http://www.tempe.es/tempe/web/10136/77>-Noviembre 27 de 2011.

- Proceso artesanal. El proceso artesanal es un proceso eminentemente manual en el que no se utiliza tecnología sofisticada, hecho en un pequeño taller familiar o en una comunidad nativa, se utilizan materiales naturales, no químicos ni procesos industriales.
- Proceso industrial. Dentro de las diversas secciones de la fabricación de un zapato, como hemos visto más arriba, en el cortado se realiza de tres formas o métodos diferentes, el cortado manual, utilizando un utensilio manual para cortar la piel usando un patrón (normalmente de cartón duro, o lamina de acero). Aun así, existen máquinas automáticas de corte, el troquelado, sobre todo usadas para el corte del forro interior del zapato, que suele ser de piel de menor calidad, falsas o entre suelas, y cueros para la capellada; otro método actual y moderno es el corte computarizado el cual utiliza un software para la configuración y ubicación de las piezas en la piel, se da la orden tal como damos la orden de imprimir, solo que envés de colocar puntos de pintura realiza puntadas de corte con una cuchilla o láser, este último método tiene ventajas sobre las anteriores, no requiere una inversión en troqueles para cada diseño, se pueden realizar cortes con más detalles que si se cortara a mano en un menor tiempo, si se utiliza piel sintética la configuración se realiza en menor tiempo y con menos ciclos de configuración.

El guarnecido se hace con máquinas de coser, similares a las usadas en la industria textil.

En la actualidad el proceso de producción que se lleva en la penitenciaría es semi-industrial pues en algunos procesos se utiliza maquinaria y se complementa con la mano de obra de los internos, el cual garantiza que el calzado sea de muy buena calidad, además que cada proceso es rigurosamente revisado por expertos en elaboración de calzado.

## **1.5 CONTEXTO GEOGRAFICO**

### **1.5.1 DATOS GENERALES DE BARRANCABERMEJA**

Barrancabermeja es un municipio Colombiano ubicado en el departamento de Santander. Es sede de la refinería de petróleo más grande del país y es la capital de la Provincia de Mares. Está ubicada a 120 km al occidente de Bucaramanga, a orillas del Río Magdalena, en la región del Magdalena Medio, de la cual es el municipio más importante y segunda en todo el departamento. Fue fundada en el año 1536.<sup>22</sup>

La ciudad cuenta con 7 comunas las cuales conforman la zona urbana de la ciudad la comuna uno está conformada por Arenal, Buenos Aires, Cardales, Dorado, Recreo, David Núñez, San Francisco, Las Playas, Incredial Isla del Zapato, La Campana, San Luis, Las Cruces, La Victoria, Las Margaritas, Palmira, Sector Comercial, Tres Unidos, Urb. Cincuentenario, San José, Colombia

---

<sup>22</sup> <http://es.wikipedia.org/wiki/Barrancabermeja>-Noviembre 28 de 2011.

**Límites.** Barrancabermeja limita al norte con el Río Sogamoso y el Municipio de Puerto Wilches, al sur con los Municipios de Puerto Parra, Simacota y [[San Vicente de Chucurí](Betulia)], al oriente con el Municipio de San Vicente de Chucurí y Girón, y al occidente con el río Magdalena. Está sobre la transversal nacional 66, a 29 kilómetros de la Troncal del Magdalena.

**Etnografía.** Mestizos y Blancos (96,72%), Afrocolombianos (3,15%), Amerindios (0,13%) y Gitanos (0,01%).

**Geografía física.** Barrancabermeja está situada en el fértil valle del Magdalena, en la margen derecha del río que da nombre al valle. Barrancabermeja está rodeada de un sin fin de ciénagas y quebradas que le han dado a la ciudad el apodo de "ciudad entre aguas", a pesar que no es una isla. no hay ningún tipo de elevación en la ciudad, pero el área rural está atravesada en la sección oriental del área total municipal por la serranía de los yoriqués. La principal y más conocida elevación de la serranía es la meseta de San Rafael.

**Economía.** En Barrancabermeja está localizada la refinería de petróleo más grande de Colombia, perteneciente a la empresa estatal Ecopetrol. Gran parte de la economía de la ciudad gira en torno a la industria Petroquímica que se asienta en este municipio. La refinería de Barrancabermeja es la principal refinería del país, con una producción total de 250.000 barriles de combustible día. Entre otras labores económicas de la región, se destacan las industrias petroquímicas, la operación portuaria y los servicios logísticos para el transporte, la ganadería, la pesca, la agricultura y el comercio.

**Educación.** La ciudad cuenta con varias instituciones de carácter público y privado, que comprende todos los niveles, desde pre jardín, jardín, educación básica primaria, secundaria, técnica y tecnológica y formación superior universitaria entre las que se destacan las siguientes.

## **1.6 ASPECTOS LEGALES**

Esta investigación se sustenta por las siguientes Leyes, Decretos y Normas, relacionadas la creación de empresas y con los talleres del Instinto Penitenciario y Carcelario de Barrancabermeja.

Sin embargo, el estado tiene el deber de privar a las personas de la libertad de otorgarles ciertas condiciones mínimas de dignidad sin necesidad de realizar un tratamiento penitenciario especial para cada una.

El Ministerio de Comercio de Industria y Turismo modifica el reglamento sobre Etiquetado de Calzado, en ejercicio de sus facultades legales, en especial las conferidas en el Artículo 2º, Numeral 4 del Decreto 210 del 3 de febrero de 2003,

y considerando:<sup>23</sup>

Que en el Artículo 3º de la Ley 155 de 1959 se establece que le corresponde al Gobierno Nacional intervenir en la fijación de normas sobre calidad de los bienes, con miras a defender el interés de los consumidores y de los productores de materias primas.<sup>24</sup>

Que en Colombia se comercializa una gran variedad de bienes derivados de la industria del calzado y marroquinería, fabricados con diferentes materiales, lo cual, hace que al consumidor le sea difícil reconocer los materiales utilizados en la elaboración del bien que pretende adquirir, situación ésta que puede ser aprovechada para inducir a error al mismo.

Que el riesgo de inducción a error al consumidor se maximiza al no existir en el país una reglamentación que establezca como requisito, para comercializar calzado y artículos de marroquinería en el país, el de etiquetarlo bajo ciertas especificaciones.

Que para proteger los derechos de los consumidores es necesario y provechoso establecer un sistema que reduzca el riesgo de fraude, indicando la naturaleza exacta de los materiales utilizados en las partes principales del calzado y los artículos de marroquinería.

Que las consecuencias de la ocurrencia de los riesgos que se quieren eliminar y prevenir con el presente reglamento son irreversibles, puesto que afectan directamente al consumidor al no poder disponer de los suficientes elementos de juicio en el momento de hacer su elección del consumo.<sup>25</sup>

Que el sector afectado por la expedición del presente reglamento técnico son los fabricantes e importadores de calzado y artículos de marroquinería y, en tal sentido, se puso a disposición de las diferentes partes interesadas el mismo, en forma previa a su expedición, para su respectivo análisis y comentarios.

Que es necesario precisar conceptos, condiciones y procedimientos establecidos en la Resolución 510 del 2004, que cubra el calzado y los artículos de marroquinería.

**ARTÍCULO 1º.- Expedición:** Expedir el siguiente Reglamento Técnico sobre etiquetado de calzado y ciertos artículos de marroquinería, según lo dispuesto en la presente resolución.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup> [www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/.../Decreto-977-1998.pdf](http://www.mincomercio.gov.co/eContent/documentos/.../Decreto-977-1998.pdf)

<sup>24</sup> Ibid

<sup>25</sup> Ibid

<sup>26</sup> Ibid

**ARTÍCULO 2º.- Objeto:** El objeto fundamental del presente Reglamento Técnico es el de establecer los requisitos mínimos de etiquetado del calzado y ciertos artículos de marroquinería, destinados a la comercialización en el país, y está orientado a prevenir prácticas que puedan inducir a error al consumidor.

**ARTÍCULO 3º.- Campo de aplicación:** El presente Reglamento Técnico tiene aplicación para todo tipo de calzado con suela destinado a cubrir total o parcialmente y proteger los pies y, los artículos de marroquinería de uso general, clasificables en el Arancel de Aduanas Colombiano en alguna de las siguientes Subpartidas Arancelarias Andina.<sup>27</sup>

**1.6.1 Régimen Penitenciario Nacional.** El Artículo. 10 de la Ley 1993 del Régimen Penitenciario Nacional, establece que se debe alcanzar la “resocialización del infractor de la Ley Penal, mediante el examen de su personalidad y a través de la disciplina, el trabajo, el estudio, la formación espiritual, la cultura, el deporte, y la recreación, bajo un espíritu humano y solidario”. Principios que ayudan a promover nuevas formas de vivir del sujeto, con el fin de que regrese y se enfrente a las condiciones que favorecieron su delito y a las circunstancias especiales que lo hicieron posible, sin que reaccione de forma delictiva.

**1.6.2 Decreto 2160 de 1992.** Por la cual diseñan y establecen los mecanismos necesarios de control de los programas de resocialización de los internos a la sociedad dentro de las penitenciarías. Esto ayuda a identificar los alcances de cada taller para trazar los objetos de la comercializadora.

**1.6.3 Ley 65 de 1993.** Título VII, por la cual se reglamenta el trabajo dentro de las penitenciarías, en términos de obligatoriedad como medio terapéutico, planeación y organización del mismo, redención de la pena, contratos, remuneración, ambiente adecuado y organización de grupos. Por cuanto el trabajo es obligatorio dentro de las penitenciarías, permite afirmar que la producción de las diferentes líneas se mantendrá por ser apoyo institucional.

**1.6.4 Resolución 237/97.** Por la cual los procedimientos para la realización de actividades de trabajo, estudio o enseñanza y certificación del tiempo. Esta resolución sustenta los procedimientos administrativos y técnicos de los talleres de resolución.

---

<sup>27</sup> Ibid

**1.6.5 Convenio internacional.** Derecho civil y político Artículo 10, el régimen penitenciario consistirá en un tratamiento esencial será la reforma y la readaptación social de los internos.

**1.6.5 Acuerdo 0011 de 1995.** Artículo 58 disposiciones relativas a redención de penas por trabajo, estudio o enseñanza. E l trabajo estudio o enseñanza en los centros de reclusión se regirán por lo dispuesto en las Resoluciones 3272 y 6541 de 1995 expedidas por la dirección general del INPEC.

**1.6.6 Acuerdo 0011 de 1995.** Artículo 79 consejos de evaluación y tratamiento. Es el grupo interdisciplinario encargado de realizar el tratamiento progresivo de los condenados de acuerdo con el Artículo 142 y siguientes del código penitenciario y carcelario. Estará integrado con forme a lo señalado en el Artículo 145 de la Ley 65 de 1993 de acuerdo con las disponibilidades de personal.

**1.6.7 Acuerdo 010 de julio 01/04.** Reglamento General para el manejo de recursos propios del INPEC, generados en Establecimientos de Reclusión.

**1.6.8 Res. 6091/26 de julio de 2007.** Crea el programa general SOMA (Salud Ocupacional y Medio Ambiente) y deroga la Res 0236 de enero 9 de 2006.

**1.6.9 La Constitución Nacional de Colombia.** En su artículo No 38 garantiza el derecho a la libre asociación de la siguiente manera: “Se garantiza el derecho de libre asociación para el desarrollo de las distintas actividades que las personas realizan en sociedad”

**1.6.10 De acuerdo al Código de Comercio.** En su artículo 12 “Toda persona que según las leyes comunes tenga capacidad para contratar y obligarse es hábil para ejercer el comercio”

**1.6.11 Ley 50.** (Diciembre 28 de 1990), reforma laboral.

**1.7 Talleres de producción de calzado en el centro penitenciario.** A continuación se detalla el estado actual de los talleres de resocialización del área de zapatería en el centro penitenciario.

El taller de zapatero inició actividades en el mes de febrero del año 2004, acondicionándosele un espacio de 98 metros cuadrados, en donde se distribuyeron y organizaron las áreas de trabajo, herramientas, materiales y proceso productivo. Paralela y simultáneamente a la adecuación del lugar de trabajo se capacitó al personal seleccionado para las labores por parte del SENA y la asociación de calzado ASOINDUCAL´S de Bucaramanga, incorporándose al proceso 25 internos, 2 instructores del Sena y 1 vigilante responsable del área. Véase la siguiente fotografía, área de producción de calzado.

Figura 1. Área de producción de calzado



Fuente: Establecimiento Penitenciario y Carcelario de Barrancabermeja

Dentro de la maquinaria disponible para el proceso de obtención de calzado se encuentran:

- Tres mesas para el hiladillo, metálicas, en las cuales se adelanta el proceso de acabado y limpieza del material a utilizar.
- Tres maquinas de costuras de codo para guarnición, marca ELLEGI eléctrica, destinada al ejercicio de la decoración y embellecimiento del calzado, disponiendo aplicaciones u adornos para el mismo.
- Seis monturas en burros, elaborados en material metálico, dispuestos para la instalación de la capellada en la plantilla
- Tres maquinas de limpieza para acabados, marca FAMAR, con dispositivo para colector de polvo. Cambia y matiza el color de todo tipo de cuero de calzado. Saca brillo y garantiza el acabado del mismo.
- Una devastadora de piel de calzado, marca ELLEGI, REF GL 12 AC, cuya función principal es devastar todo tipo de cuero y afines, disponiéndolo para su manipulación y transformación.
- Un compresor marca GILBARCO, REF 325-15, para generar aire, como equipo auxiliar de las maquinas.
- Tres maquinas pegadoras neumáticas, marca PEDERSON
- Una máquina de vapor, de corte para armadora y cambradora, marca FAMAR
- Tres máquinas troqueladoras, marca ATOM SE 20, para la disposición del corte del material de trabajo.
- Tres máquinas para guarnición (zig zadora), marca PFAFF.

La capacidad de producción de la planta dependerá del número de máquinas usadas, la asignación de mano de obra y la eficiencia de la producción. Es así

como, el proceso podría obtener, con la maquinaria planteada anteriormente y los 25 operarios asignados que están en capacidad de producir cada semana 100 pares de calzado por referencia. Sin embargo, el resultado depende de la disposición de los insumos los materiales y la maquinaria.

**Son funciones claras, las siguientes:**

**Devastador y cortador.** Se encarga de disponer y cortar la materia prima en piezas de acuerdo a moldes y según la cantidad establecida en las órdenes de trabajo, luego puntea y enumera. Se dispone de 6 operarios en esta tarea.

**Armador.** Es el encargado de armar o darle forma al corte. Se dispone de 3 operarios en esta tarea.

**Guarnecedor.** Es el encargado de coser el zapato. Se dispone de 3 operarios en esta tarea.

**Montador.** Se encarga de tomar el corte formado y darle la forma del pie. Se dispone de 6 operarios en esta tarea.

**Ensuelador.** Se encarga de ensamblar el corte con la suela y limpieza del mismo. Se dispone de 3 operarios en esta tarea.

**Emplantillador.** Es el encargado del maquillaje del zapato, colocar plantillas, limpiar y hacer el control de calidad. Se dispone de 3 operarios en esta tarea.

**Empacador.** Tiene como función disponer el calzado en el empaque. (Cajas o bolsas). Se dispone de 1 operario en esta tarea.

En la actualidad la producción de calzado es exclusiva para dama y está basada en los pedidos solicitados, esencialmente por los familiares, quienes asumen el rol de comercializadores del calzado. La estructura del proceso productivo, fundamentado en el pedido familiar, no permite el manejo o la disposición de un stock de inventarios. Se concreta en un proceso productivo sobre pedido.

Los internos seleccionados, en su mayoría tienen conocimientos en zapatería, ya sea adquiridos antes de ingresar al centro o impartidos por éste en su proceso de capacitación, soportado por la Asociación de Industriales del Calzado y Similares de Bucaramanga "ASOINDUCAL'S", y con asesoría del SENA. Las personas que reciben capacitación adquieren destrezas en el desarrollo continuo del proceso, multiplicando el conocimiento adquirido a los internos que van ingresando al centro y específicamente al área de producción.

El primer ejercicio productivo en la rama del calzado se realizó el 06 de noviembre del año 2.004. Se obtuvieron variadas muestras de calzado para dama, pero no

prosperó la divulgación del producto, en la medida en que no recibieron el apoyo para su comercialización.



**Figura 2.**  
**Muestra de calzado**

Fuente: Establecimiento Penitenciario y Carcelario de Barrancabermeja

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 Generales.** Realizar un estudio de mercados para establecer la demanda, oferta, canales de comercialización, precios, promoción y publicidad de una comercializadora de calzado para dama fabricado en el centro penitenciario y carcelario de Barrancabermeja.

**2.1.2 Específicos.** Realizar la identificación del producto (calzado) que prefieren las mujeres y los almacenes o comercializadores de la ciudad que venden este producto, mediante una investigación a través de una encuesta estructura para conocer este mercado.

- Determinar la demanda potencial para conocer variables desde el punto de vista del mercado, del calzado que en la actualidad están comprando.
- Identificar la oferta actual del calzado para dama en Barrancabermeja, analizando las ventajas y desventajas competitivas del mercado.
- Realizar un análisis de los precios ofrecidos por la competencia en la ciudad, para definir las políticas de precios en la nueva empresa.
- Establecer el canal de comercialización más adecuado que permitan el desarrollo y posicionamiento de la comercializadora en la ciudad.
- Establecer estrategias de publicidad y promoción del calzado en la nueva comercializadora, que garantice las ventas de todos sus productos.

### 2.2 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIOS

**2.2.1 Definición, usos y especificaciones de los artículos.** El calzado que se comercializa será para damas, de diferente talla, en diferentes estilos y materiales como el cuero y el sintético que serán elaborados por los internos del centro penitenciario y carcelario de Barrancabermeja.

La propuesta radica en presentar diferentes opciones que en tallas van desde el número 33 hasta el número 39, con lo cual se propone cubrir una población bastante atractiva, toda vez que en este rango de numeración se ubica el estándar de tallas de las mujeres, clientes potenciales del proyecto. De igual manera, se exponen diferentes alturas, que van desde el zapato plano en sandalias hasta el tacón 3 ½ y en zapatillas y botas hasta el tacón 5 1/2. Se excluye la altura posterior a éste por considerar que es un tacón alto, que deja a un lado la comodidad de la mujer. El ramillete en colores es amplio, manejando diferentes gamas y combinaciones, sujetas a las tendencias del mercado, donde se exponen productos sintéticos pintados a mano,

decorados artesanalmente e inclusive con herrajes y detalles relevantes, obtenidos en la industria local.

Principales productos a comercializar. El principal calzado que se ofrecerá será zapatillas, sandalias y botas, en diferentes diseños, tamaños de tacón y accesorios para hacerlo más elegante y llamativo a las clientas.

**Cuadro 2. Ficha técnica del calzado a comercializar**


<b>ZAPATILLAS</b>	
	REF. 350
	Material: Cuerina
	Color: Dorado, plateado
	Suela: Suela sintética
	Diseño: Zapato de vestir. correas y hebilla tacón: alto
	Tacón: puntilla, 6½ cms. de alto
	REF. 420
	Material: Cuero
	Color: Opcional (beis, café).
	Suela: Suela en madera ,
	Diseño: Zapato de vestir. Tiras, plataforma en la parte de adelante tacón: alto.
	Tacón: Alto en punta, con altura 6 ½ cms de alto
	REF. 380
	Material: Cuerina
	Color: Opcional (negro, beis, rojo ).
	Suela: Suela sintética

	Diseño:	Zapato de vestir. Tiras en lazo tacón: alto.
	Tacón:	Alto en punta, con altura 5 ½ cms de alto
	REF.	251
	Material:	Opcional (Cuerina o cuero).
	Color:	Opcional (Rojo, beis, negro, blanco).
	Suela:	Suela sintética flexible, cosida o pegada al zapato.
	Diseño:	Zapato de vestir. Herrerajes
	Tacón:	en puntilla, con altura 7 ½ cms de alto
	REF.	250
	Material:	Opcional (Cuerina y fomy).
	Color:	Opcional (Rojo, amarillo y azul).
	Suela:	Suela sintética flexible, cosida o pegada al zapato.
	Diseño:	Zapatilla de vestir. Herrerajes y fornituras: pedrería tacón: alto.
	Tacón:	Alto en punta, estilo Luis XV, con altura desde 3 ½ hasta 5 ½ cms de alto
	REF.	281
	Material:	Cuero
	Color:	Negro
	Suela:	Suela en madera, resistente y adherente con planta acolchonada
	Diseño:	Zapatilla de vestir. Herrerajes y fornituras: correas y hebilla tacón: alto

	Tacón:	En madera, lineal, entero con la talonera del zapato. Altura sugerida por el cliente desde 3 ½ hasta 5 ½ cms.
<b>SANDALIAS</b>		
	REF:	1252
	Material	Varias opciones (Cuero, cuerina)
	Color:	Café con combinación de colores en diferentes gamas, a opción del cliente.
	Suela:	Material sintético cubierto en cuero y plantilla natural de yute.
	Diseño:	Tres puntadas, con broche al lado.
	Tacón:	Sin tacón. (Con la opción de modificarlo a tacón playa).
	REF.	1145
	Material:	Cuerina cubierta en material sintético.
	Color:	Base negra con decoración en color, según gusto del cliente.
	Suela:	Suela en madera procesada en material sintético.
	Diseño:	Sandalia destalonada, punta cuadrada y descubierta, herrajes y fornituras en pedrería.
	Tacón:	Con única altura de 2.5 cms, de diseño oblicuo.
	REF.	852
	Material:	Cuerina y madera cubierta con material sintético.
	Color:	Rojo, negro y blanca.
	Suela:	Madera procesada en material sintético.
	Diseño:	Sandalia tres puntada, herrajes y fornituras botón decorativo.
	Tacón:	Plano, en aumento hasta 2 cms de alto.

	REF.	1530
	Material:	Cuero cubierta en cuerina
	Color:	Rojo y blancas.
	Suela:	Madera procesada en material sintético
	Diseño:	Sandalia de amarres, y decorativos en pedrería de colores
	Tacón:	planas
	REF.	1240
	Material:	Cuerina cubierta en material sintético.
	Color:	Beis
	Suela:	Suela en material sintético cubierta en cuero y plantilla y tacón de 2 cm de alto
	Diseño:	Sandalia sencillas de cruces y cierre en la parte de atrás
	Tacón:	Plano, y tacón de 2cm de altos
	REF:	890
	Material	opciones (Cuero, cuerina )
	Color:	Blancas
	Suela:	Material sintético cubierto en cuero
	Diseño:	formal
	Tacón:	Plataforma plana de 3cm de alto
	REF.	1130
	Material:	Cuerina cubierta en material sintético.
	Color:	Dorado y plateado.

	Suela:	Suela en material sintético cubierta en cuero y plantilla en odena.
	Diseño:	Sandalia tres puntadas. Herrajes y fornituras en pedrería.
	Tacón:	Plano, en aumento hasta 2 cms de alto.
<b>BOTAS</b>		
	REF.	230
	Material:	cuerina
	Color:	gris
	Suela:	Cuero Lite. Adherida hasta la rodilla
	Diseño:	Botín caña, media composición, sintético exterior e interior.
	Tacón:	sintético, de 1 cm de alto, sobrepuesto a la suela
	REF:	112
	Material	Cuero y cuerina
	Color:	Negro
	Suela:	Caucho o madera
	Diseño:	Botín caña, baja costuras, contraste herrajes y fornituras, puntera recta
	Tacón:	Estilo caña, en madera, recto en aguja con altura desde 3 ½ hasta 5 cm.
	REF.	175
	Material:	Cuero y cuerina
	Color:	Negro
	Suela:	Suela en goma, resistente, cosida con planta acolchonada
	Diseño:	Botín costuras, a tono herrajes y fornituras, aplique metálico tacón alto. Planta acolchada y transpirable-
	Tacón:	Incluido en la suela, con altura hasta de 2 cms.
	REF.	135
	Material:	Cuero y cuerina
	Color:	Negro y gris

	Suela:	Cuero Lite. Adherida al botin en un solo bloque de diseño
	Diseño:	Bota caña media composición, sintético exterior e interior.
	Tacón:	En madera, de 1 cm de alto, sobrepuesto a la suela, pegado
	REF.	147
	Material:	Cuero
	Color:	Tabaco
	Suela:	Goma sintética
	Diseño:	Bota con herrajes y fornituras :hebilla interior : piel y tejido
	Tacón:	Plataforma de 2 cms, con un tacón extremo opcional, según el cliente desde 3 ½ hasta 5.5 cms. En goma sintética

Fuente: Autoras del proyecto

**2.2.2 Productos sustitutos.** Están determinados por los zapatos que ofrecen otros fabricantes y/o comercializadores tanto nacionales como internacionales, incluyendo todo tipo de calzado: sport, tenis, calzado informal, calzado formal y elegante entre otros, las diferentes marcas de calzado que se consiguen en el mercado algunas de ellas son:

- Calzado fabricado en Bucaramanga, Marsupial, Marruecos, Triple AAA, Danny, etc.
- Azaleia
- Bata
- Adidas

**2.2.3 Productos complementarios.** En este trabajo de grado no se incluirán productos complementarios pero es importante definirlos como aquellos productos que las mujeres utilizan en conjunto con el calzado para que hagan juego o armonía, el diseño, el estilo o algún otro aspecto con la línea de calzado. Algunos de ellos son:

- Correas para dama
- Bolsos o carteras en diferentes materiales
- Accesorios tejidos, bordados, sintéticos, cuero, cuerina, gamuza, lana entre otros, que acompañan la indumentaria de la mujer.

#### **2.2.4 Atributos diferenciadores del producto con respecto a la competencia.**

Los productos de calzado para dama que ofrecerá la nueva comercializadora serán exclusivamente fabricados en el centro carcelario y penitenciario de Barrancabermeja, para promover la resocialización entre los internos del penal.

La calidad evidenciada en el producto obtenido, resultado de un proceso productivo supervisado con parámetros técnicos por parte de instituciones líderes en el ramo, brinda privilegios para las partes participantes, toda vez que el perfil del programa sobre el cual se fundamenta el proceso es de connotaciones sociales, respaldada por políticas gubernamentales del orden nacional, que promueven una mano de obra que incluye valores de resocialización del interno.

Otro elemento que distingue a nuestra cadena comercial es la fortaleza que se evidencia en la atención ofrecida por la institución, con acceso al departamento de diseño y producción, desde donde se atienden las sugerencias del cliente.

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

**2.3.1 Mercado potencial.** Está representado por todos los almacenes de calzado ubicados en el municipio de Barrancabermeja Santander<sup>28</sup>; y todas las mujeres interesadas en adquirir el producto.

**2.3.2 Mercado objetivo.** Está representado por los 144 almacenes dedicados a la ventas de calzado del municipio de Barrancabermeja según Cámara de Comercio a Octubre de 2011, y 66.528 mujeres de los estratos 3 y 4 de la ciudad, estandarizadas por edades entre los 15 y 55 años de edad según CENSO 2005 y de la Electrificadora de Santander a Octubre de 2011.

### **2.4 LA DEMANDA**

La demanda de calzado en Barrancabermeja, al igual que en el resto del país está fuertemente influenciada por las tendencias de la moda y el precio. En general el calzado para dama es más demandado que el calzado para caballero constituyendo un nicho de consumo bastante atractivo y alto, con un margen de utilidad superior, aunque se debe contar con una capacidad de producción que permita adaptarse a los requerimientos, gusto y preferencias del mercado.

---

<sup>28</sup> Base de dato suministrado por la Cámara de Comercio de Barrancabermeja año 2011.- Ver anexo.

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

Teniendo en cuenta que la investigación de mercados es indispensable para el proceso de toma de decisiones, las actividades a desarrollar en este capítulo serán construidas en su mayoría, según las necesidades de información que se tienen para el proyecto. Y de este modo establecer una base para determinar cómo se va a llevar a cabo cada una de las operaciones de la empresa, ya que involucra aspectos principalmente de los clientes y el mercado objetivo, esta información, será de vital importancia en el estudio de mercados, con el cual se determinará la viabilidad del proyecto buscando su futura implementación.

**2.4.1.1 Planteamiento del problema.** Teniendo en cuenta la problemática que se vive dentro de los establecimientos penitenciarios y conociendo que en estos lugares se realizan diferentes actividades para ayudar a los detenidos en su proceso de resocialización, uno de ellos es elaborar calzado, pero a la vez no hay medios específicos que permita comercializarlos, solo se hace de manera emperica y con la gente conocida, el cual no es suficiente, puesto que los volúmenes de producción son altos.

Para determinar la demanda será necesario averiguar sobre las cantidades que actualmente distribuyen los comercializadores de calzado para dama en Barranca, así mismo será necesario investigar sobre la Oferta o competencial actual en dicho mercado. También será necesario indagar sobre los precios actuales del mercado, los canales de comercialización, los precios y sobre la publicidad y promoción que utiliza la competencia para definir la de la nueva empresa.

Por otra parte se les preguntará a los mujeres de estratos 3 y 4 de Barrancabermeja sobre dónde compran el calzado para dama, cada cuánto, en qué cantidades, a qué precios, entre otros aspectos para tener información de primera mano sobre lo que ellas desean comprar.

**2.4.1.2 Necesidades de información.** Para esta investigación es importante recopilar información sobre los siguientes aspectos:

- Obtener información mediante cuestionarios estructurados sobre las necesidades, gustos y aceptación de la comunidad femenina barranqueña hacia la línea de calzado femenino, (Zapatillas, Botas y Sandalias).
- Averiguar sobre puntos de venta de calzado existentes en la ciudad de Barrancabermeja.
- Realizar una investigación acerca de los precios que manejan los puntos de venta existentes en Barrancabermeja.
- Indagar acerca de los medios de publicidad de más acogida entre los miembros del mercado objetivo.
- Analizar los canales de comercialización existentes, que sean aplicables a esta clase de producto.
- Conocer cuál es el producto preferente en materia de calzado femenino.

#### 2.4.1.3 Ficha técnica

<p>Tipo de Investigación</p>	<p>Corresponde a un estudio exploratorio y descriptivo, que tiene como objetivo de formular un problema para posibilitar una investigación más precisa o el desarrollo de una hipótesis en la comercialización de calzado para dama en la ciudad de Barrancabermeja.</p>
<p>Método de Investigación</p>	<p>Los métodos por medio del cual se obtendrá conocimiento de la investigación corresponden a la observación, análisis y síntesis de los hechos a través de encuesta a la población objeto de estudio, que permita conocer el uso del tipo de producto que se va a comercializar.</p>
<p>Fuentes de Información</p>	<p>Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán de dos tipos: Las primarias y las secundarias.  Las fuentes primarias estarán constituidas por la población a estudiar.  Las fuentes secundarias de estudios previos serán, archivos, documentos y textos encontrados en el DANE, Cámara de Comercio e Internet.</p>

Técnicas de Recolección de la Información	Encuesta 1. Cuestionario dirigido a las mujeres de los estratos 3 y 4 y almacenes que venden calzado. (Véase anexo A y B)
Instrumento	Cuestionario estructurado que se aplicará a la población objeto de estudio, para conocer la expectativa del servicio. Ver ANEXO A y B.
Modo de Aplicación	Directa. Aplicación dirigida en la encuesta (encuestador-encuestado).
Definición de la Población	Las 66.528 mujeres de los estratos 3 y 4 de Barrancabermeja. Los 144 almacenes dedicados a vender calzado. Ver anexo de Cámara de Comercio. Fuente: DANE y Cámara de comercio
Elemento muestral	Mujeres mayores de 18 hasta 60 años, y almacenes que venden calzado para damas en Barrancabermeja.
Método de muestreo	Se decidió aplicar el “ <b>Muestreo no Probabilístico por Cuotas</b> ”: Se aplica en la última fase del muestreo, y consiste en facilitar al entrevistador el perfil de las personas que tiene que entrevistar dejando su criterio, la elección de las mismas, siempre y cuando cumplan con el perfil. <sup>29</sup> Ya que permite tomar un número determinado de individuos del sexo femenino dentro de un rango de edad, con residencia en sitios específicos los cuales reúnen las condiciones determinadas para este tipo de encuesta” y teniendo en cuenta que los recursos para la investigación son muy limitados. <sup>30</sup>  Se aplicaran 101 encuestas, 60 en los estratos 3 y 41 en los estratos 4, de la ciudad de Barrancabermeja. Para los almacenes o comercializadora de calzado en Barrancabermeja se realizarán 50 encuestas.
Marco muestral	Hogares de los estratos 3 y 4 que incluyan a mujeres entre 15 55 años 144 almacenes de calzado para damas en Barrancabermeja.
Alcance	Municipio de Barrancabermeja
Tiempo de Aplicación	Entre el 7 al 15 de Noviembre de 2011

Fuente: Méndez. A. Carlos E. Metodología Diseño y desarrollo del proceso de investigación

<sup>29</sup> <http://html.rincondelvago.com/muestreo-probabilistico.html> - Noviembre 28 de 2011.

<sup>30</sup> Estadística para la Administración y Economía, página 290 – Noviembre 28 de 2011.

## 2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados de la demanda

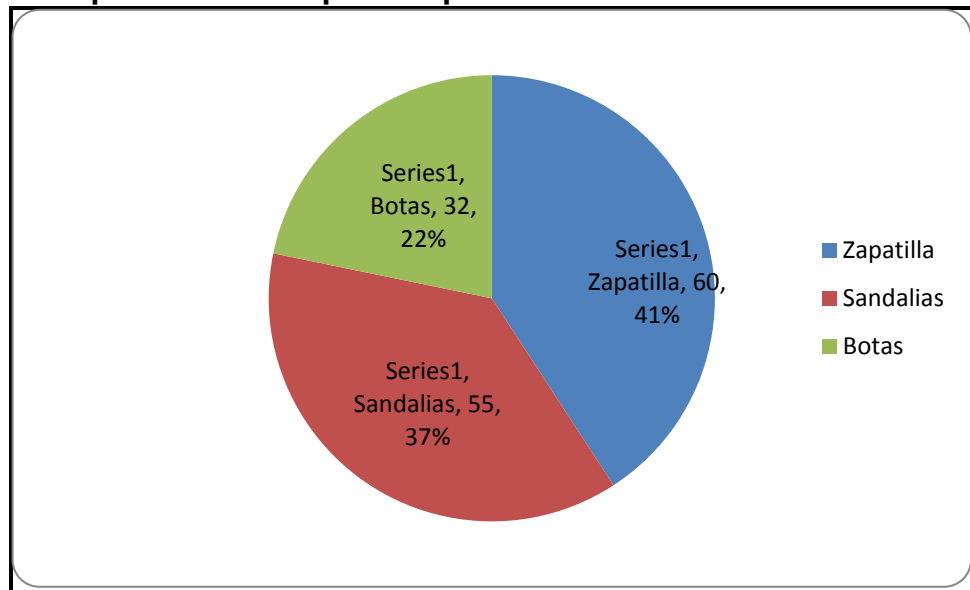
**2.4.2.1 Tabulación resultados a las mujeres de los estratos 3 y 4.** Se aplicaron 101 encuestas a mujeres de estratos 3 y 4 de edades entre los 18 hasta los 60 años, a continuación se muestran los resultados:

**Cuadro 3. Tipo de calzado que compra**

1. ¿Qué tipo de calzado compra?	#	%
Zapatillas	60	41%
Sandalias	55	37%
Botas	32	22%
Total de respuestas múltiples	147	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 7. Tipo de calzado que compra**



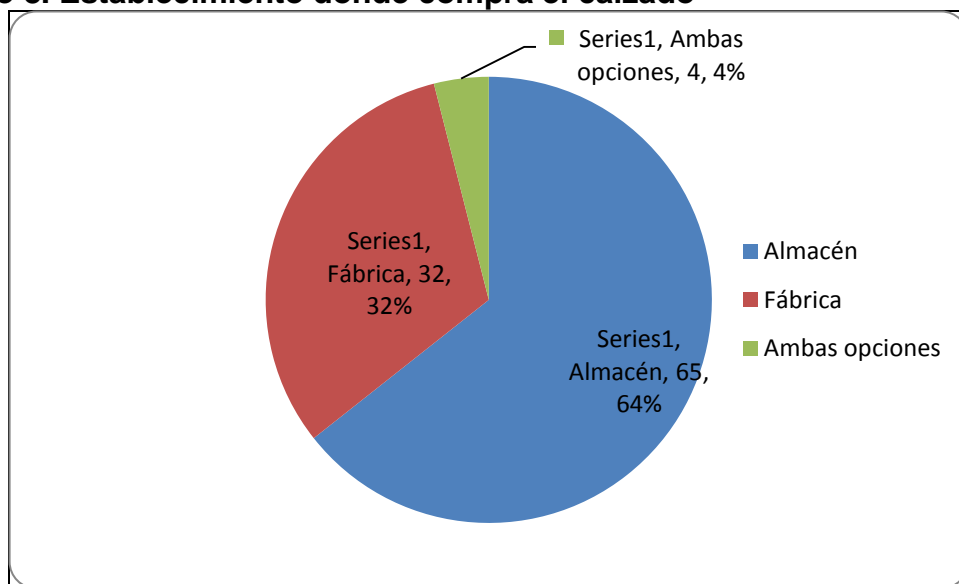
De acuerdo a la información recolectada en la encuesta, se pudo conocer la mayoría compra zapatillas, representado con un 41%, el 37% sandalias y el 22% compra botas, siendo las zapatillas el tipo de calzado que la mujer prefiere al momento de su compra.

**Cuadro 4. Establecimiento donde compra el calzado**

2. ¿Dónde compra el calzado que usa?	#	%
Almacén	65	64%
Fábrica	32	32%
Ambas opciones	4	32%
Total	101	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 8. Establecimiento donde compra el calzado**



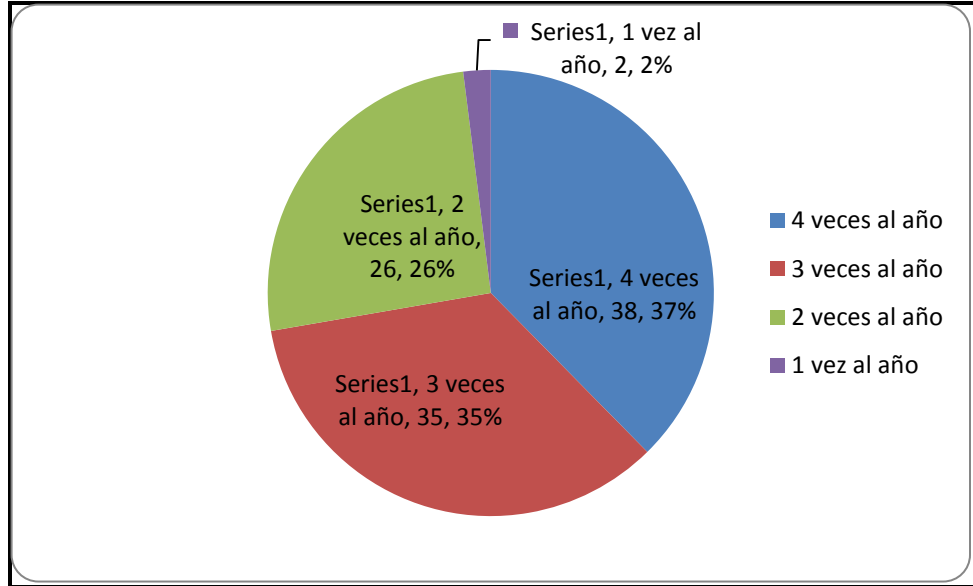
En la anterior gráfica se puede evidenciar que el 64% de las mujeres encuestadas compra su calzado en los almacenes, el 32% compra en fábricas y el 4% compran el calzado en fábrica y almacenes, se puede entonces afirmar que las mujeres se dirigen a los almacenes a realizar sus compras de calzado.

**Cuadro 5. Frecuencia de compra de calzado**

3. ¿Con qué frecuencia realiza su compra de calzado?	#	%	Promedio ponderado
4 veces al año	38	37%	1.48
3 veces al año	35	35%	1.05
2 veces al año	26	26%	0.52
1 vez al año	2	2%	0.02
Total	101	100%	3.07 veces

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 9. Frecuencia de compra de calzado**



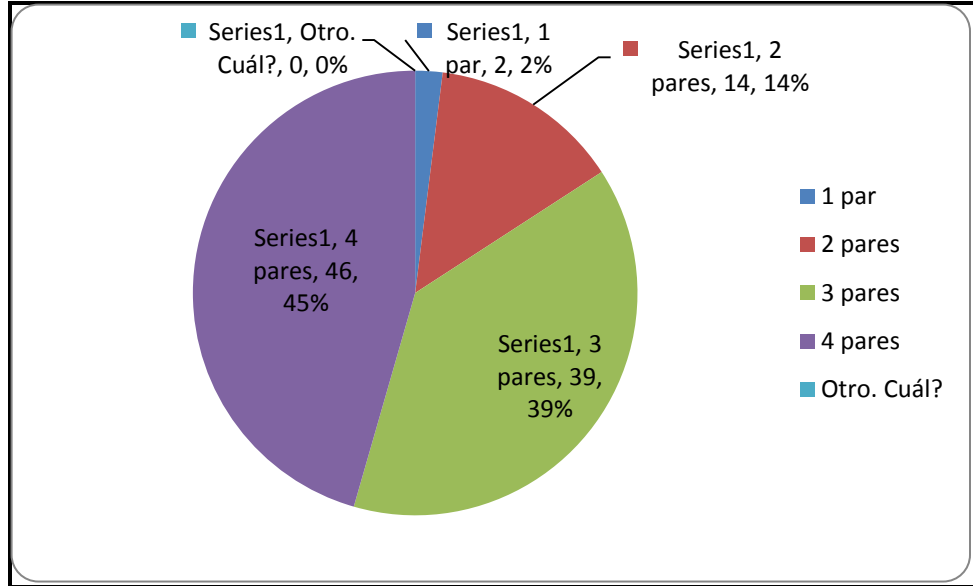
Tres veces al año en promedio las mujeres encuestadas manifiesta que realizan su compra de calzado.

**Cuadro 6. Cantidad de calzado que compra**

4. ¿Cuántos pares de calzado adquiere cuando realiza su compra?	#	%	Promedio ponderado
1 par	2	2%	0.02
2 pares	14	14%	0.28
3 pares	39	39%	1.17
4 pares	46	45%	1.8
Otro, cuál?	0	0%	0
Total	101	100%	3.27 pares

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 10. Cantidad de calzado que compra**



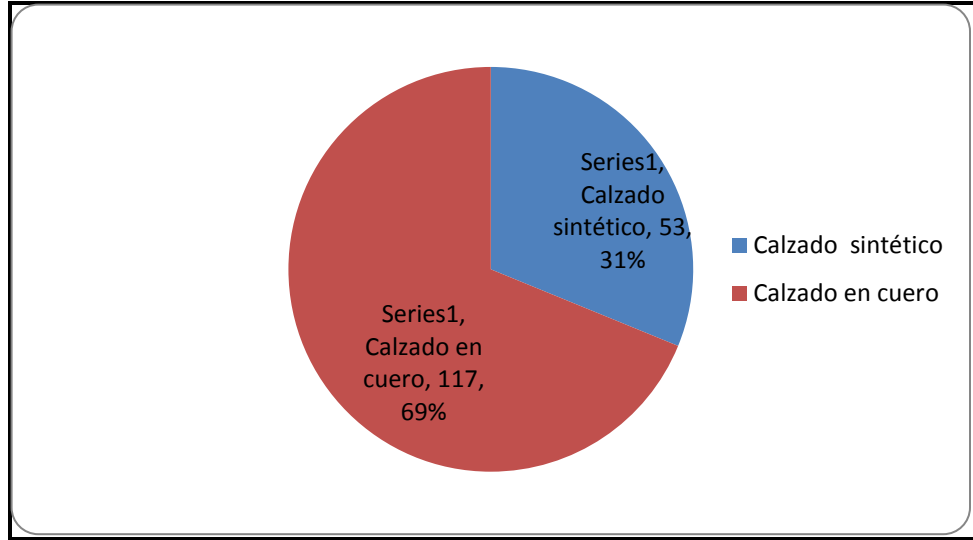
Las mujeres encuestadas compran en promedio 3 pares de zapato en cada compra, es una cifra alta, si se tiene en cuenta que esta es una población bastante grande.

**Cuadro 7. Mujeres que compran calzado sintético y en cuero**

4. ¿Cantidad de mujeres que compran calzado sintético y en cuero?	#	%
Sintético	53	31%
Cuero	117	69%
Total de respuestas múltiples	170	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 11. Mujeres que compran calzado sintético y en cuero**



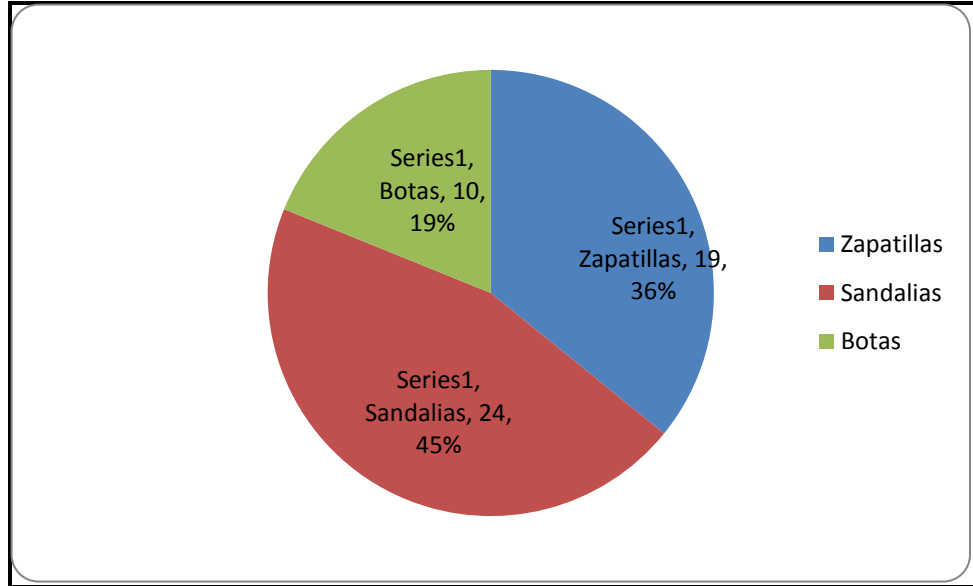
Del anterior gráfico se puede establecer que el mayor porcentaje de mujeres encuestadas compra calzado elaborado en cuero, representado con el 69%, y el 31% compra calzado en material sintético, se aclara también que en algunos caso la mujeres contestaron ambas opciones. Este dato es importante para tener en cuenta al momento de adquirir el calzado a distribuir por la comercializadora y su vez para solicitar al fabricante que es el centro penitenciario y carcelario de Barrancabermeja.

**Cuadro 8. Tipo de calzado según material que compra**

<b>5. ¿Calzado sintético?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Zapatillas	19	45%
Sandalias	24	36%
Botas	10	19%
Total	53	100%
<b>5.1 ¿Calzado de cuero?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Zapatillas	54	46%
Sandalias	37	32%
Botas	26	22%
Total	117	100%

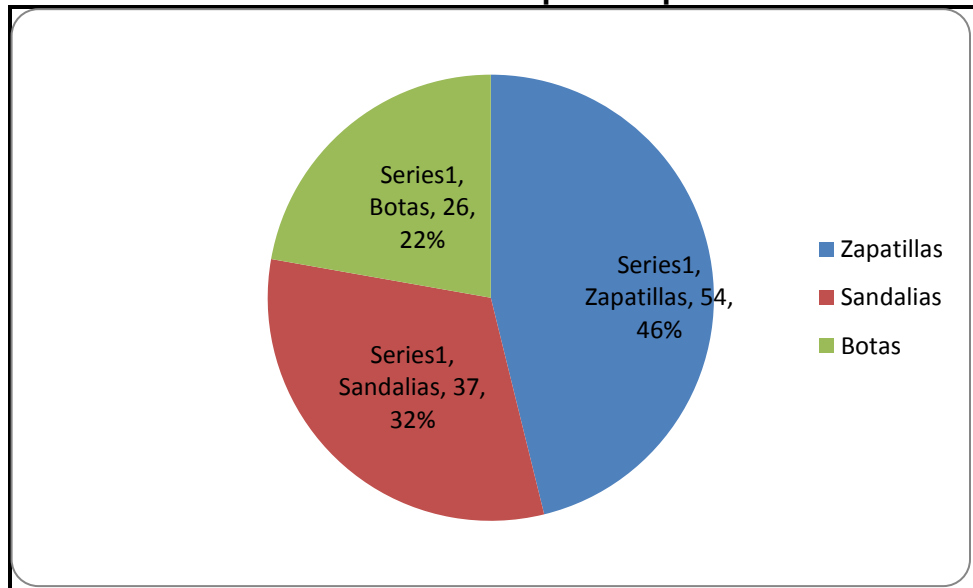
Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 12. Calzado en material sintético que compra**



Del 31% que compran calzado en material sintético, el anterior gráfico demuestra que las mujeres encuestadas compran el 45% de sandalias en material sintético, el 36% zapatillas y el 19% botas.

**Gráfico 13. Calzado en material de cuero que compra**



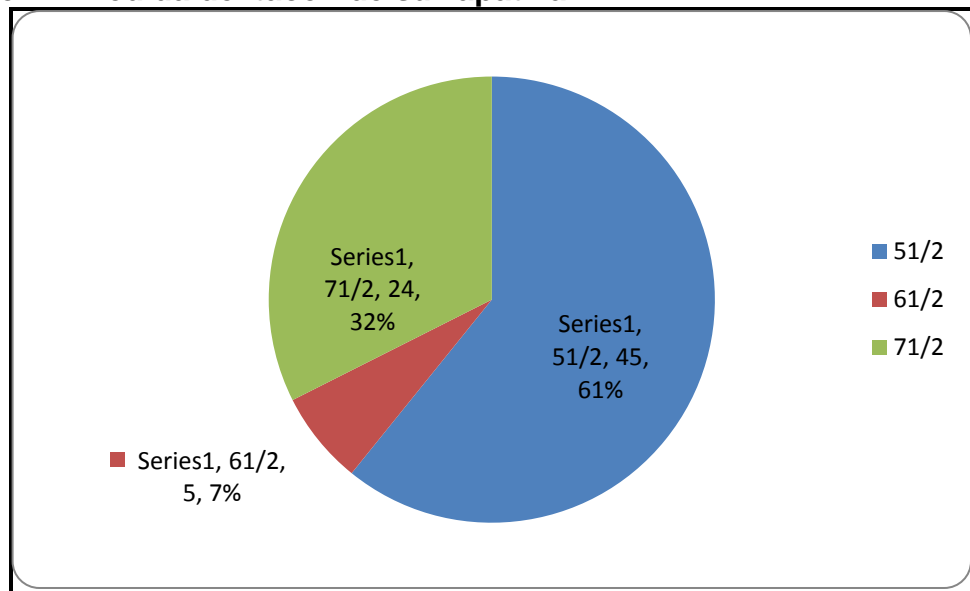
Según la información suministrada por las mujeres encuestadas, el 46% compra zapatillas en cuero, 32% sandalias y 22% botas; de las 69% en total encuestadas.

**Cuadro 9. Medida del tacón de su calzado**

<b>6. ¿Cuál es la medida del tacón de sus zapatillas?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
5 1/2	45	61%
6 1/2	5	7%
7 1/2	24	32%
Total de respuestas múltiples	74	100%
<b>6.1 ¿Cuál es la medida del tacón de sus sandalias?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Semiplataforma	21	34%
2 1/2	26	43%
Totalmente plana	14	23%
Total	61	100%
<b>6.2 ¿Cuál es la medida del tacón de sus botas?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
2	16	0%
3 1/2	19	80%
5 1/2	1	20%
Total de respuestas múltiples	36	100%

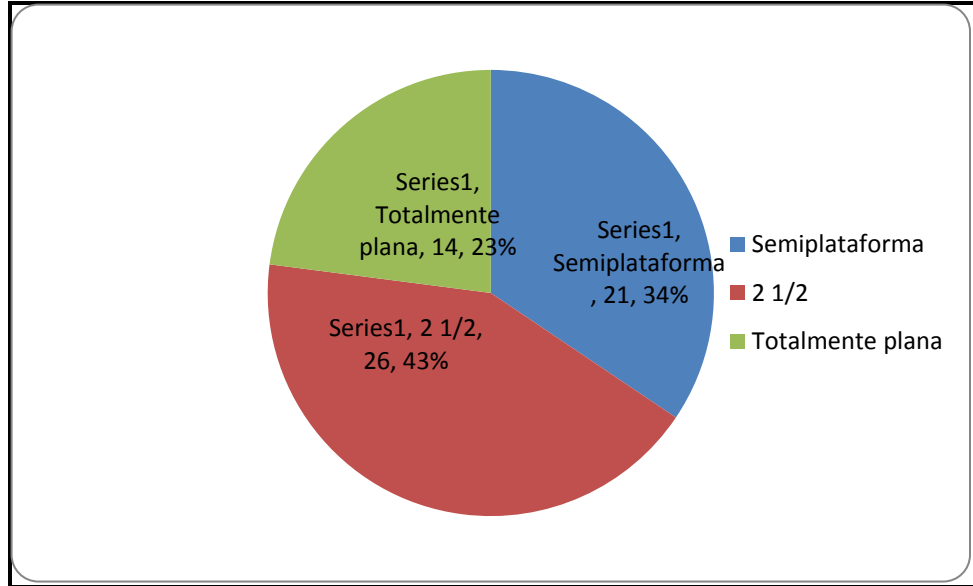
Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 14. Medida del tacón de su zapatilla**



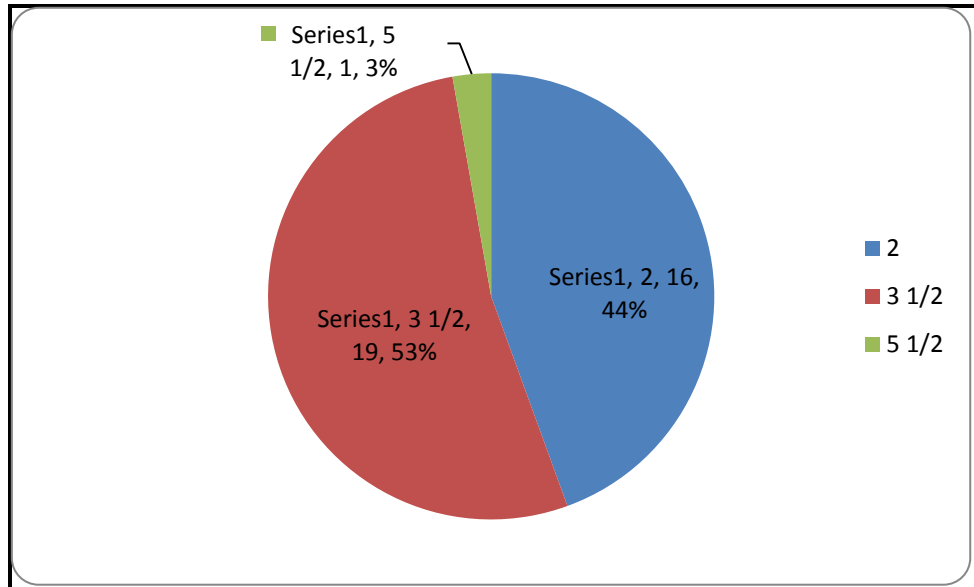
En el gráfico anterior se demuestra que el 61% de las mujeres prefiere tacón en medidas de 5 1/2, es el más pequeño para este tipo de calzado y le sigue el 7 1/2 representado en un 32%.

**Gráfico 15. Medidas del tacón de sandalia**



De acuerdo a la información recolectada el 43% de las mujeres encuestadas prefieren que el tacón de las sandalias sea 2 1/2, el 34% que tenga semiplataforma y el 23% que sea totalmente plana, a nivel general se puede concluir que no hay una preferencia específica en algunos de las medidas de las sandalias, propuestas.

**Gráfico 16. Medidas del tacón de botas**



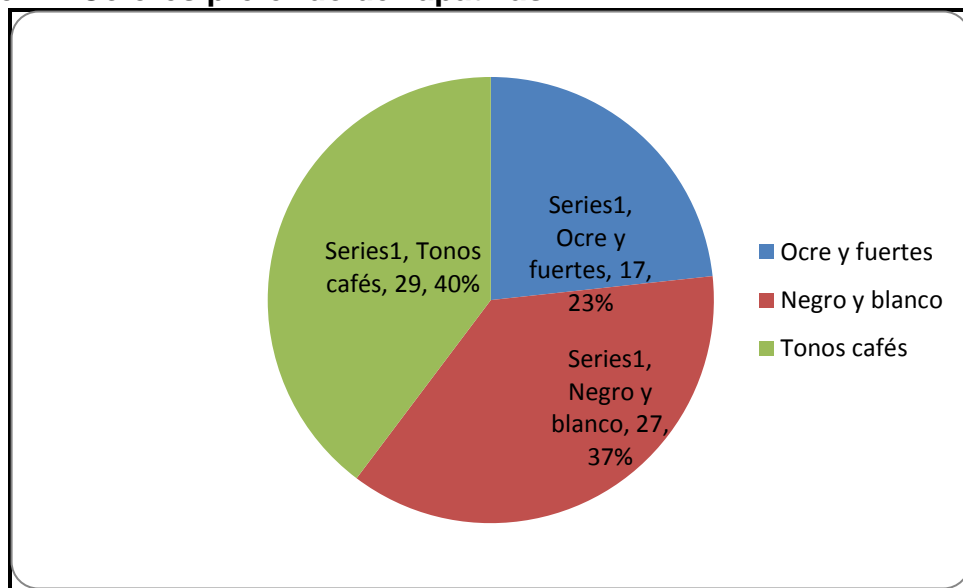
El 53% de las mujeres encuestadas escoge tacón 3 1/2 cuando compra botas, el 44% escoge tacón 2 cm, se puede decir que hay mayor preferencia por el tacón bajito.

**Cuadro 10. Colores de preferencia al comprar zapatillas**

<b>7. ¿Cuáles de los siguientes colores prefiere al momento de realizar su compra zapatillas?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Ocre y fuertes	17	23%
Negro y blanco	27	37%
Tonos cafés	29	40%
Total	73	100%
<b>7.1 ¿Cuáles de los siguientes colores prefiere al momento de realizar su compra sandalias?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Ocre	14	20%
Miel	24	33%
Pasteles	34	47%
Total de respuestas múltiples	72	100%
<b>7.2 ¿Cuáles de los siguientes colores prefiere al momento de realizar su compra botas?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Beige	2	6%
Negro	27	75%
Café	7	19%
Total	36	100%

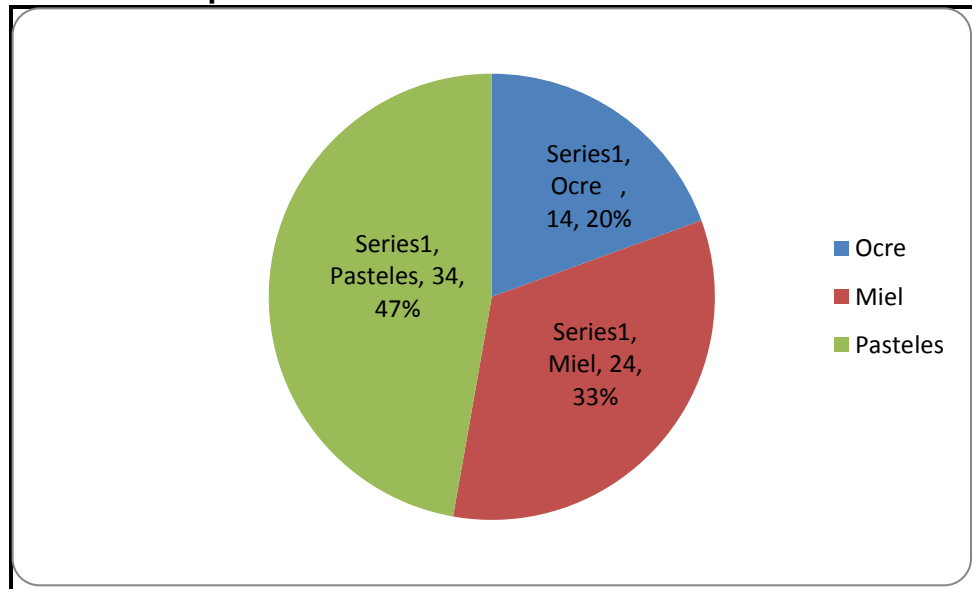
Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 17. Colores preferido de zapatillas**



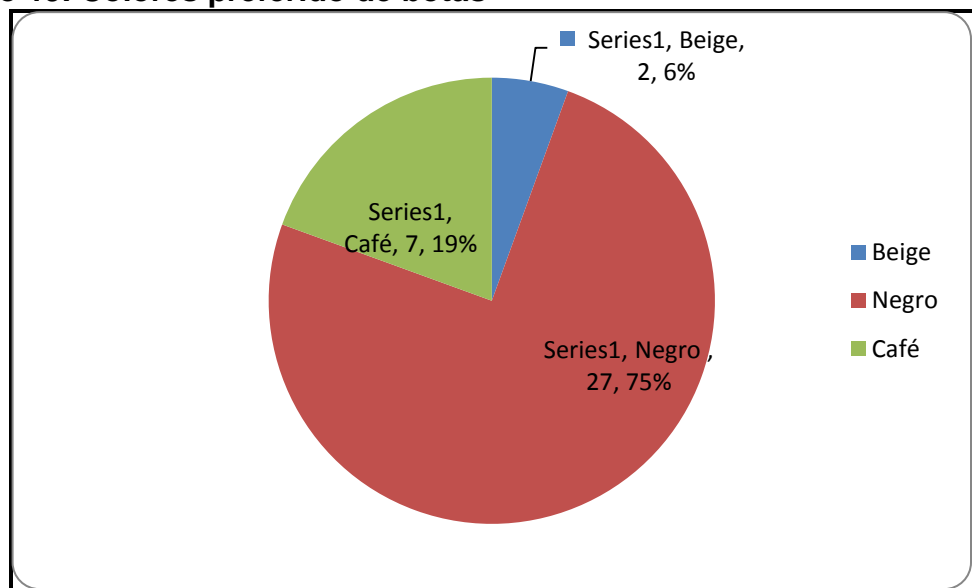
Según el anterior gráfico el color preferido por las mujeres en las zapatillas son los tonos cafés, representado con un 40%, el 37% elige negro y blanco y el 23% ocre y colores fuertes, información a tener en cuenta cuando se estén eligiendo los colores de este tipo de calzado.

**Gráfico 18. Colores preferido en sandalias**



Los colores pasteles son los elegidos por la mujeres cuando compran sandalias, con un 47%, los colores miel un 33% y el 20% ocre.

**Gráfico 19. Colores preferido de botas**



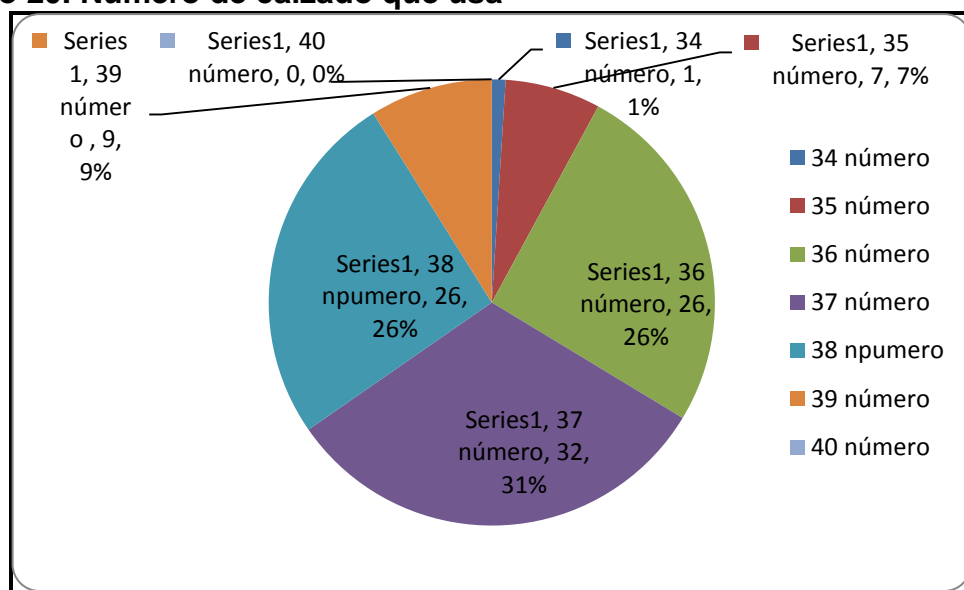
El 75% de las mujeres encuestadas elige sus botas en color negro, el 19% en colores cafés y el 6% beige, definitivamente el color que tiene gran preferencia es el negro.

**Cuadro 11. Número de calzado que usa**

8. ¿Qué número (talla) de calzado usa?	#	%
34	1	1%
35	7	7%
36	26	26%
37	32	31%
38	26	26%
39	9	9%
40	0	0%
Total	101	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 20. Número de calzado que usa**



Según la información recolectada, el 31% usa calzado número 37, el 26% los números 36 y 38, el 9% número 39, el 7% número 35%, y un 1% número 34, en conclusión se debe vender de todos los números de calzado.

**Cuadro 12. Precio de las zapatillas en material sintético que compra**

<b>9. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de zapatillas en material sintético?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 30.000 a \$ 35.000	\$ 32.500	13	41%	$32.500 \times 0.41 = 13.325$
De \$ 40.000 a \$ 45.000	\$ 42.500	8	25%	$42.500 \times 0.25 = 10.625$
De \$ 50.000 a \$ 55.000	\$ 52.500	7	22%	$52.500 \times 0.22 = 11.550$
De \$ 60.000 a \$ 65.000	\$ 62.500	4	12%	$62.500 \times 0.12 = 7.500$
<b>Total</b>	<b>\$ 190.000</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 43.000</b>
<b>9.1 ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de sandalias en material sintético?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 20.000 a \$ 25.000	\$ 22.500	10	38%	$22.500 \times 0.38 = 8.550$
De \$ 30.000 a \$ 35.000	\$ 32.500	9	35%	$32.500 \times 0.35 = 11.375$
De \$ 40.000 a \$ 45.000	\$ 42.500	7	27%	$42.500 \times 0.27 = 11.475$
De \$ 50.000 a \$ 55.000	\$ 52.500	0	0%	$52.500 \times 0.0 = 0.0$
<b>Total</b>	<b>\$ 150.000</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 31.400</b>
<b>9.2 ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de botas en material sintético?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 70.000 a \$ 80.000	\$ 75.000	7	70%	$75.000 \times 0.70 = 52.500$
De \$ 90.000 a \$ 100.000	\$ 95.000	3	30%	$95.000 \times 0.30 = 28.500$
De \$ 110.000 a \$ 120.000	\$ 115.000	0	0%	$115.000 \times 0.0 = 0.0$
De \$ 130.000 a \$ 140.000	\$ 135.000	0	0%	$135.000 \times 0.0 = 0.0$
<b>Total</b>	<b>\$ 420.000</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 81.000</b>

Fuente: Autoras del proyecto

De acuerdo a la información recolectada se pudo establecer que el precio promedio que pagan las mujeres por un par de zapatilla en material sintético es \$ 43.000.

El precio promedio que pagan las mujeres encuestadas cuando compran sandalias es de \$ 31.400.

Se pudo establecer que el precio promedio pagado por las botas es de \$81.000 entre las mujeres de los estratos tres y cuatro de la ciudad de Barrancabermeja.

**Cuadro 13. Precio de las zapatillas en cuero que compra**

<b>10. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de zapatillas en cuero?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 45.000 a \$ 50.000	\$ 47.500	0	8%	$47.500 \times 0.0 = 0.00$
De \$ 55.000 a \$ 60.000	\$ 57.500	0	8%	$57.500 \times 0.0 = 0.00$
De \$ 65.000 a \$ 70.000	\$ 67.500	16	23%	$67.500 \times 0.30 = 20.250$
De \$ 75.000 a \$ 80.000	\$ 77.500	38	61%	$77.500 \times 0.70 = 54.250$
<b>Total</b>	<b>\$ 250.000</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 74.500</b>
<b>10.1 ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de sandalias en cuero?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 30.000 a \$ 35.000	\$ 32.500	1	3%	$32.500 \times 0.03 = 975$
De \$ 40.000 a \$ 45.000	\$ 42.500	7	19%	$42.500 \times 0.19 = 8.075$
De \$ 50.000 a \$ 55.000	\$ 52.500	24	65%	$52.500 \times 0.65 = 34.125$
De \$ 60.000 a \$ 65.000	\$ 62.500	5	13%	$62.500 \times 0.13 = 8.125$
<b>Total</b>	<b>\$ 190.000</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 51.300</b>
<b>10.2 ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de botas en cuero?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 110.000 a \$ 130.000	\$ 120.000	1	4%	$120.000 \times 0.04 = 4.800$
De \$ 140.000 a \$ 160.000	\$ 150.000	13	50%	$150.000 \times 0.50 = 75.000$
De \$ 170.000 a \$ 190.000	\$ 180.000	11	42%	$180.000 \times 0.42 = 75.600$
De \$ 210.000 a \$ 230.000	\$ 220.000	1	4%	$220.000 \times 0.04 = 8.800$
<b>Total</b>	<b>\$ 670.000</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 164.200</b>

Fuente: Autoras del proyecto

El precio promedio que pagan las mujeres por un par de zapatillas en cuero es de \$ 74.500, dato importante al momento de fijarle precio a la nueva línea de zapatilla.

De acuerdo a la información obtenida en el estudio de mercados, el precio promedio que pagan las mujeres por un par de sandalias en cuero es de \$ 51.300.

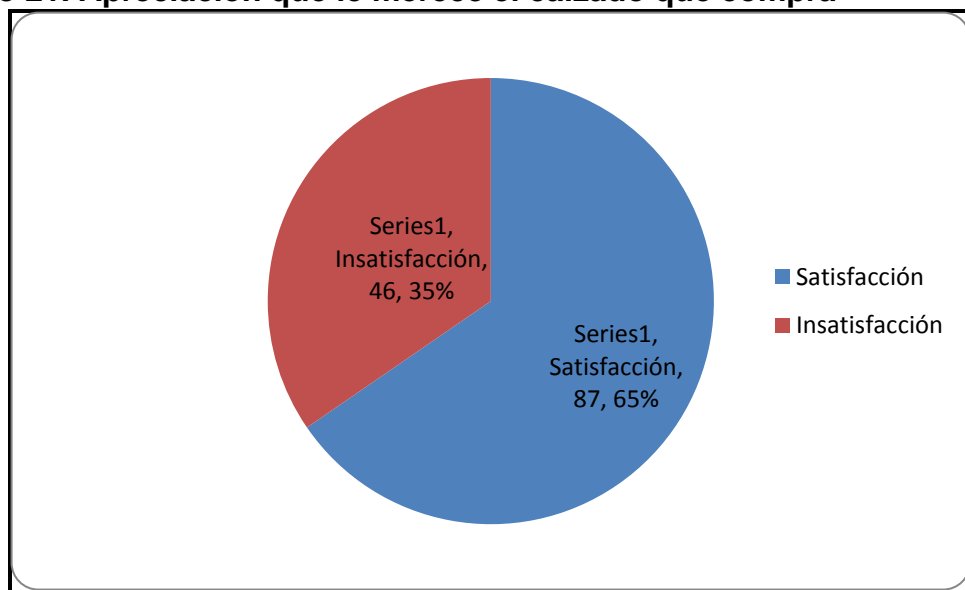
El precio promedio de la botas es de \$164.200, según los datos obtenidos en la encuesta aplicada a la mujeres de Barrancabermeja, dato importante para establecer precios a este producto.

**Cuadro 14. Apreciación que le merece el calzado que compra**

11. ¿El calzado que compra le merece su apreciación?	#	%
Ajustados	87	65%
Duros	46	35%
Total de respuestas múltiples	133	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 21. Apreciación que le merece el calzado que compra**



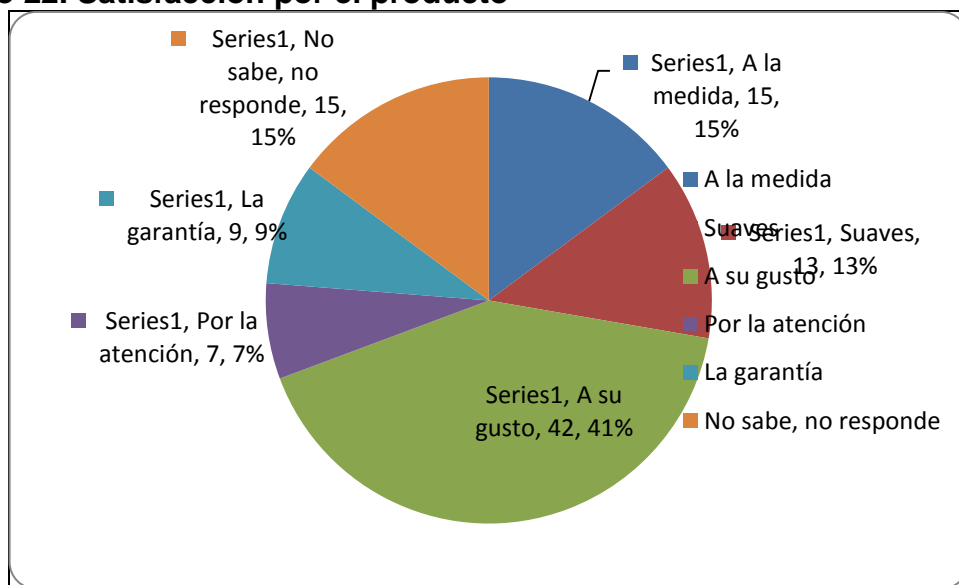
Las mujeres encuestadas de los estratos 3 y 4, en su mayoría, 65% menciona que el calzado es ajustado y el 35% que son duros, estas dos características deben ser tenidas en cuenta a la hora de comprar el calzado en el centro penitenciario y carcelario de Barrancabermeja.

**Cuadro 15. Motivación de compra**

12. ¿Factores que lo motivan a comprar el calzado?	#	%
A la medida	15	16%
Suaves	13	16%
A su gusto	42	52%
Por la atención	7	7%
La garantía	9	8%
No sabe, no responde	15	1%
Total	101	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 22. Satisfacción por el producto**



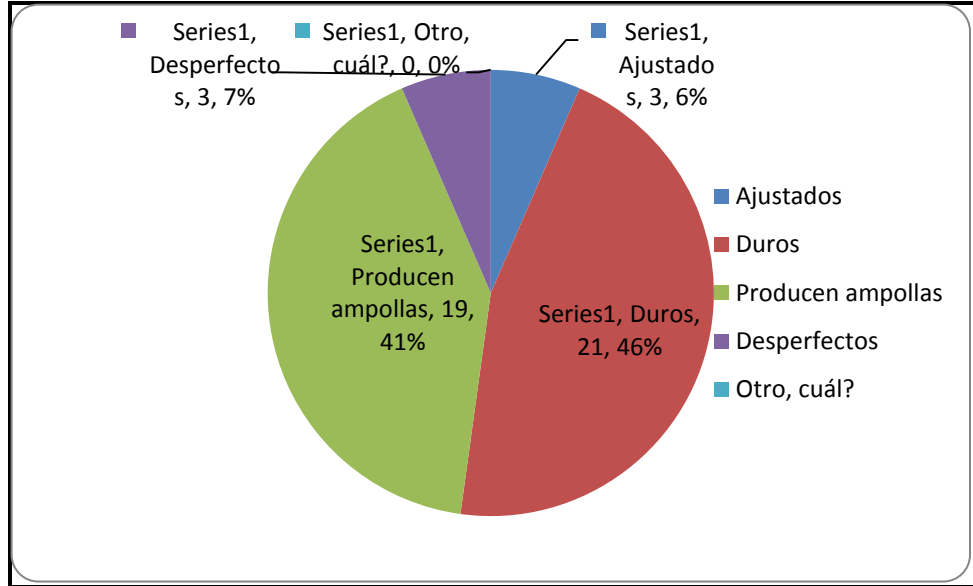
La mayoría de las mujeres encuestadas manifiestan que el calzado que compran es a su gusto, representado en un 52%, el 15% no sabe o no responde, el 16% es a la medida y suave, el 8% le ofrecen garantía y el 7% por la atención.

**Cuadro 16. Insatisfacción por el producto**

14. ¿El calzado que compra le merece su apreciación?	#	%
Ajustados	3	6%
Duros	21	41%
Causan ampollas	19	46%
Desperfectos	3	7%
Otro, cuál?	0	0%
Total	46	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 23. Insatisfacción por el producto**



La principal causa de insatisfacción es que los zapatos producen ampollas, representado en un 46% y le sigue que son duro con un 41%.

**Cuadro 17. Nivel de satisfacción por el producto**

Nivel de Satisfacción	#	%
Satisfacción	55	54%
Insatisfechas	46	46%
Total	101	100%

Fuente: Autoras del proyecto

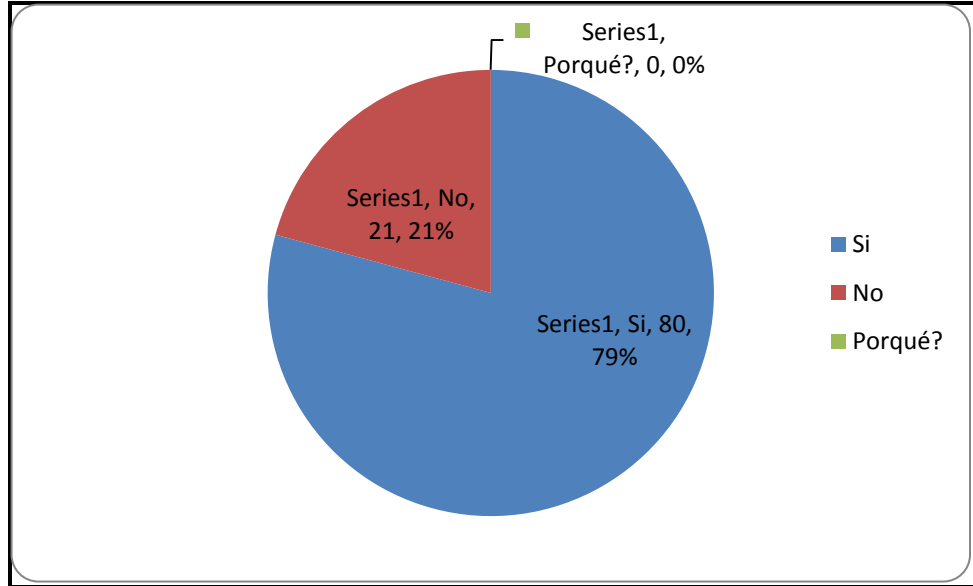
El 54% de las mujeres encuestadas se encuentran satisfechas con el producto que esta adquiriendo actualmente en el mercado.

**Cuadro 18. Interés por adquirir una nueva línea de calzado**

15. ¿Le interesaría comprar zapatillas, sandalias y botas, hechas por los internos del centro penitenciario y cancelario de la ciudad?	#	%
Si	80	79%
No	21	21%
Total	101	100%

Fuente: Autoras del anteproyecto

**Gráfico 24. Interés por adquirir una nueva línea de calzado**



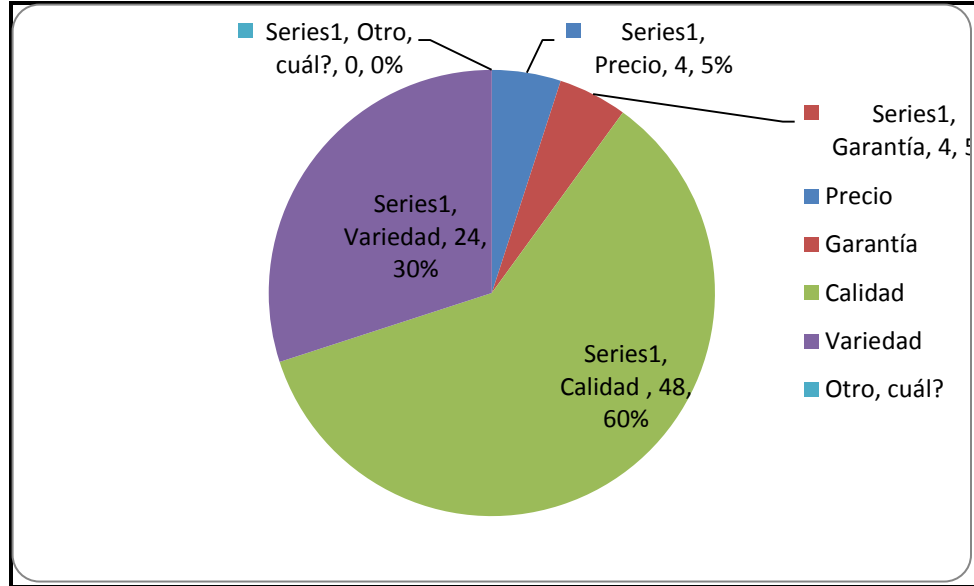
De la información suministrada por las mujeres encuestadas el 79% están interesadas en adquirir calzado elaborado por los internos de la cárcel de la ciudad, lo que significa que la nueva comercializadora tiene oportunidad de darse a conocer en el mercado.

**Cuadro 19. Aspectos importantes al momento de la compra**

16. ¿Cuál de los siguientes aspectos le parece más importante al momento de realizar su compra?	#	%
Precio	4	5%
Garantía	4	5%
Calidad	48	60%
Variedad	24	30%
Otro, cuál?	0	0%
Total	80	100%

Fuente: Autoras del anteproyecto

**Cuadro 25. Aspectos importantes al momento de la compra**



Según las mujeres encuestadas que estarían interesadas en comprar calzado echo por los internos, el factor más importante es la calidad del producto, representado en un 60% y le sigue la variedad con un 30%.

#### 3.4.1.4.2 Tabulación de resultados de los almacenes

Se realizaron 50 encuestas a los almacenes de comercializadores de calzado para damas en la ciudad de Barrancabermeja.

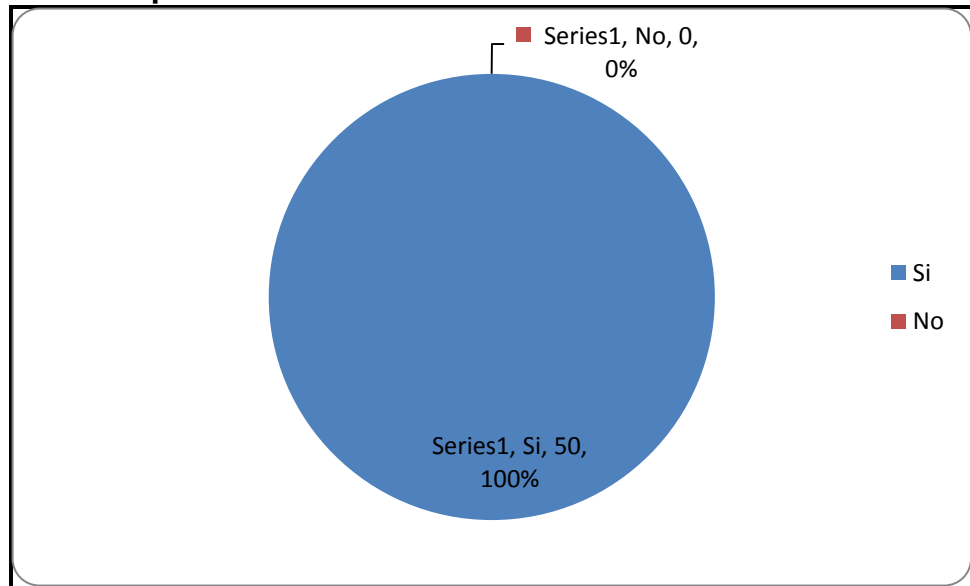
De aquí en adelante se inicia la encuesta para determinar el interés de compra de las nuevas líneas de calzado elaborados por los internos del centro carcelario de la ciudad, por parte de los almacenes dedicados a la venta de calzado en general.

**Cuadro 20. Compra calzado de dama**

1. ¿Compra calzado para dama?	#	%
Si	50	100%
No	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Autoras del anteproyecto

**Gráfico 26. Compra calzado de dama**



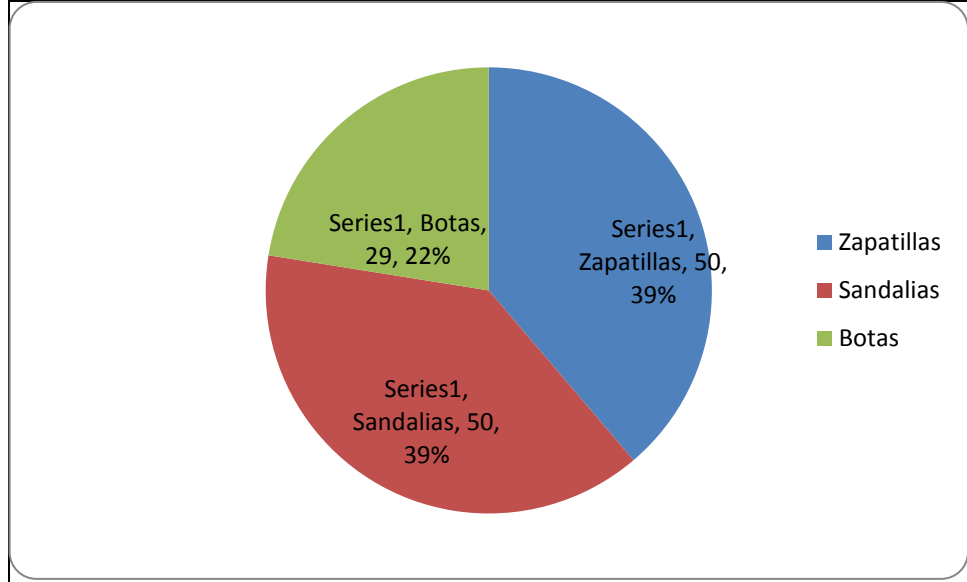
El total de los almacenes de ventas de calzado afirma que vende calzado para dama, representado en un 100%.

**Cuadro 21. Tipo de calzado para dama que compra**

2. ¿Qué tipo de calzado para dama compra?	#	%
Zapatilla	50	39%
Sandalias	50	39%
Botas	29	22%
Total de respuestas múltiples	129	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 27. Tipo de calzado para dama que compra**



Según el anterior gráfico el 39% de los almacenes vende zapatillas y sandalias, y solo un 29% vende botas, se concluye que hay mayor comercialización de estos dos tipos de calzado.

**Cuadro 22. Frecuencia con la que realiza los pedidos de calzado**

3. ¿Con qué frecuencia realiza sus pedidos de calzado para dama?	#	%	Promedio ponderado
8 días	0	0%	0
15 días	0	0%	0
20 días	15	30%	6
30 días	28	56%	16.8
40 días	7	14%	5.6
Total	50	100%	28.4 días

Fuente: Autoras del proyecto

Los almacenes manifiestan que cada 28 días en promedio realizan sus pedidos de calzado, para surtir el almacén, se considera que la frecuencia de compra es muy buena, para este tipo de producto.

**Cuadro 23. Unidades de calzado para dama que compra**

<b>4. ¿Cuántas pares de zapatillas compra?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De 30 a 40 pares	35	22	44%	$35 \times 0.44 = 15.4$
De 50 a 60 pares	55	18	36%	$55 \times 0.36 = 19.8$
De 70 a 80 pares	75	10	20%	$75 \times 0.20 = 15$
Total	165	50	100%	50.2 pares
<b>4.1 ¿Cuántas pares de sandalias compra?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De 40 a 50 pares	45	14	28%	$45 \times 0.28 = 12.6$
De 60 a 70 pares	65	20	40%	$65 \times 0.40 = 26$
De 80 a 90 pares	85	16	32%	$85 \times 0.32 = 27.2$
Total		50	100%	66 pares
<b>4.2 ¿Cuántas pares de botas compra?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De 10 a 15 pares	13	22	76%	$13 \times 0.76 = 9.88$
De 20 a 25 pares	23	7	24%	$23 \times 0.24 = 5.52$
De 30 a 35 pares	33	0	0%	$33 \times 0 = 0$
Total		29	100%	15.4 pares

Fuente. Autoras del proyecto

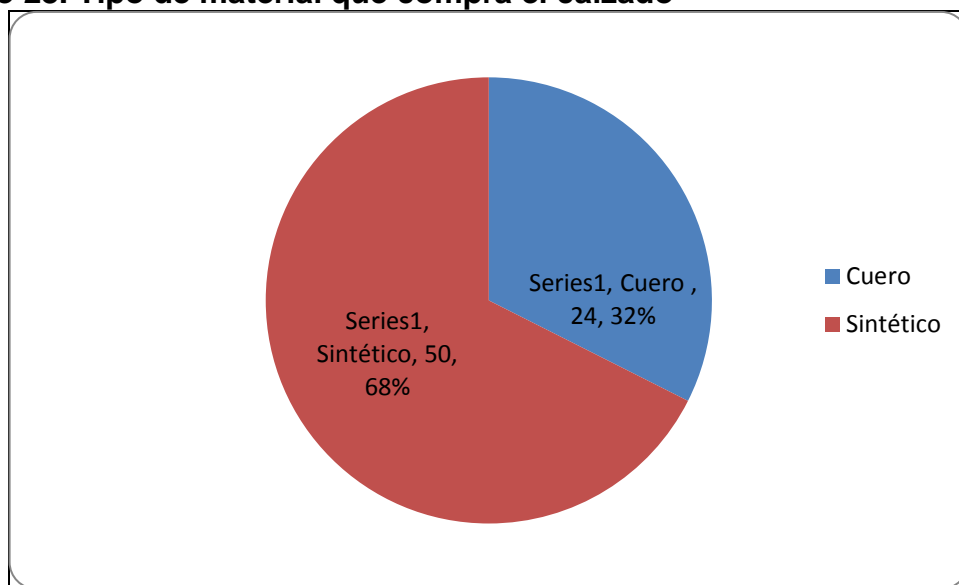
Los almacenes encuestados manifiestan que compran en promedio 50 pares de zapatillas, 66 pares de sandalias y 15 pares de botas, cuando realizan sus pedidos.

**Cuadro 24. Tipo de material que compra el calzado**

<b>5. ¿En qué material prefiere el calzado que compra para comercializarlo?</b>	<b>#</b>	<b>%</b>
Cuero	22	32%
Sintético	50	68%
Total de respuestas múltiples	74	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 28. Tipo de material que compra el calzado**



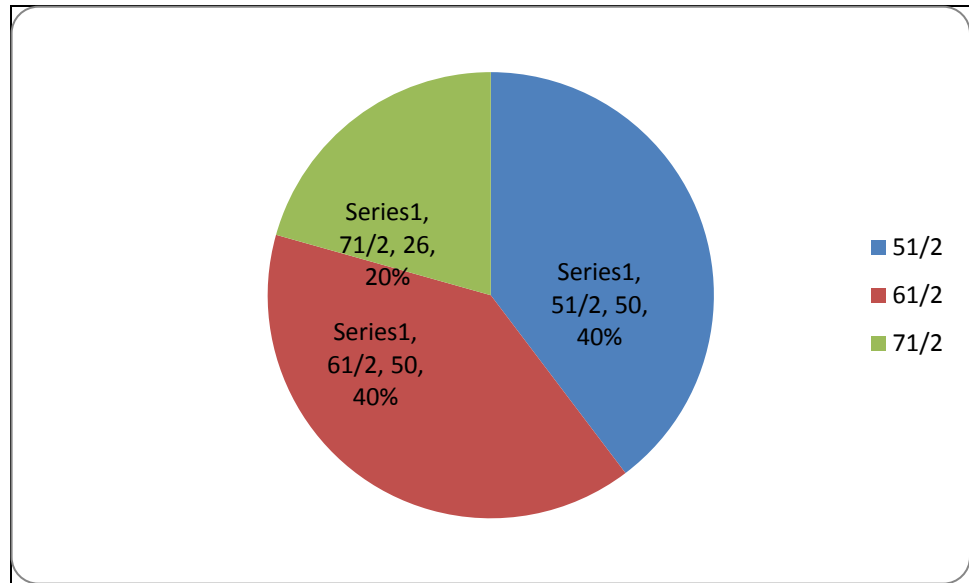
En la anterior gráfica se puede evidenciar que el 68% de los almacenes encuestados compra el calzado para dama en material sintético y el 32% compra el calzado en cuero.

**Cuadro 25. Medidas del tacón del calzado que compra**

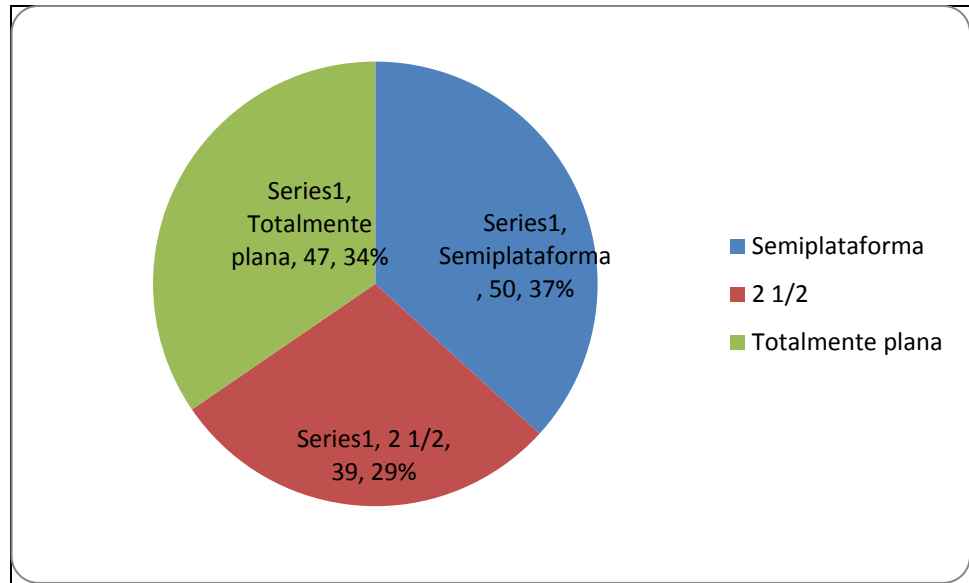
6. ¿Cuál es la medida del tacón de sus zapatillas?	#	%
5 1/2	50	40%
6 1/2	50	40%
7 1/2	26	20%
Total respuestas múltiples	126	100%
6.1 ¿Cuál es la medida del tacón de sus sandalias?	#	%
Semiplataforma	50	37%
2 1/2	39	29%
Totalmente plana	47	34%
Total respuestas múltiples	136	100%
6.2 ¿Cuál es la medida del tacón de sus botas??	#	%
2 cm	28	48%
3 1/2	28	47%
5 1/2	3	5%
Total respuestas múltiples	59	100%

Fuente: Autoras del proyecto

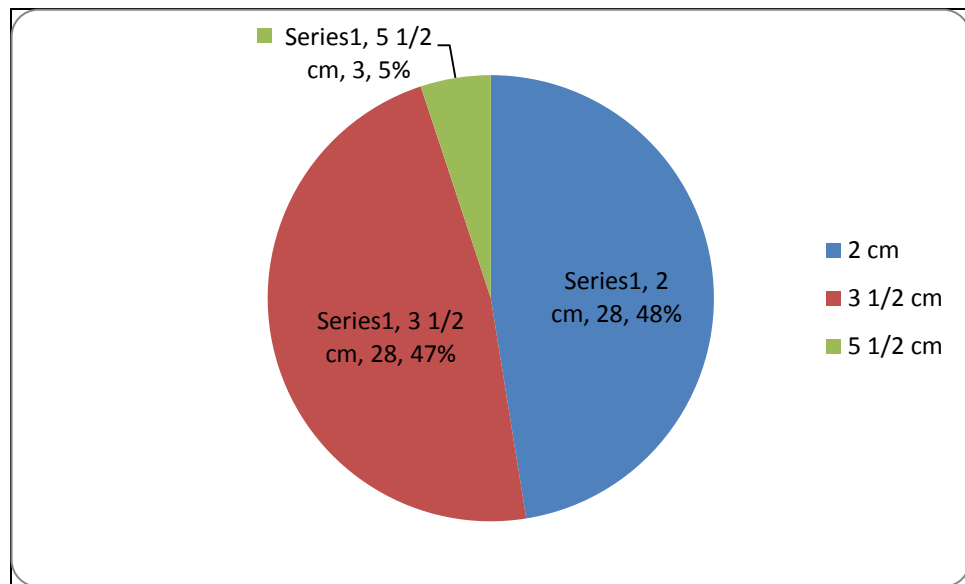
**Gráfico 29. Medidas del tacón del tacón de las zapatillas**



**Gráfico 30. Medidas del tacón del tacón de las sandalias**



**Gráfico 31. Medidas del tacón de las botas**



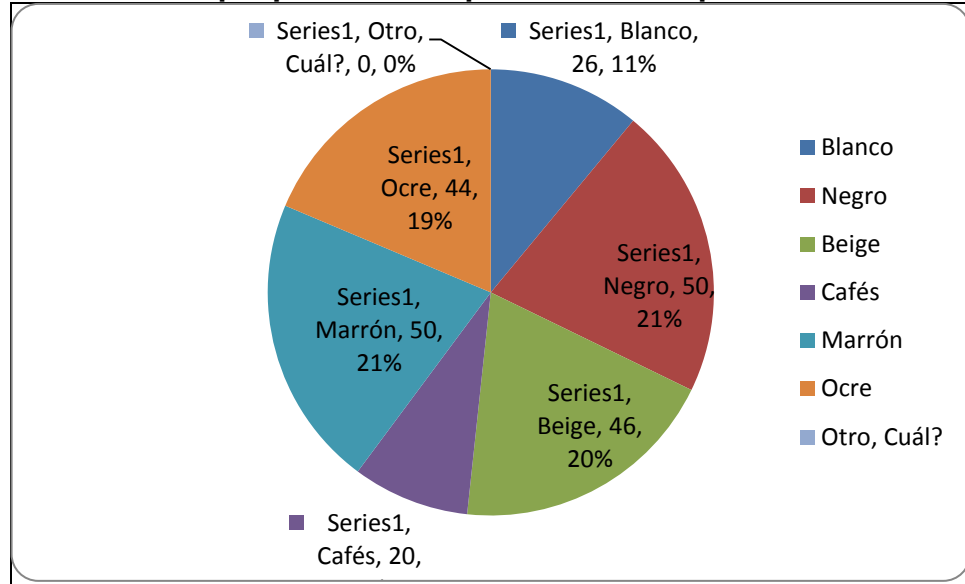
Como se puede apreciar en las anteriores gráficas, las medidas del tacón de las zapatillas que prefieren es de 5 ½ y 6½ en un 40%, el 37% de los almacenes prefieren sandalias con tacón en semi-plataforma y totalmente plano en un 34% y las botas son compradas con tacón de 2 cm con un 48%, el 47% hace su pedido de 3½ y 5% 5 ½.

**Cuadro 26. Colores que prefiere comprar el calzado para dama**

7. ¿Cuáles son los colores preferidos al momento de realizar su compra?	#	%
Blanco	26	11%
Negro	50	21%
Beige	46	20%
Cafés	20	8%
Marrón	50	21%
Ocre	44	19%
Otro, cuál?	0	0%
Total de respuestas múltiples	236	100%

Fuente: Autoras del anteproyecto

**Gráfico 32. Colores que prefiere comprar el calzado para dama**



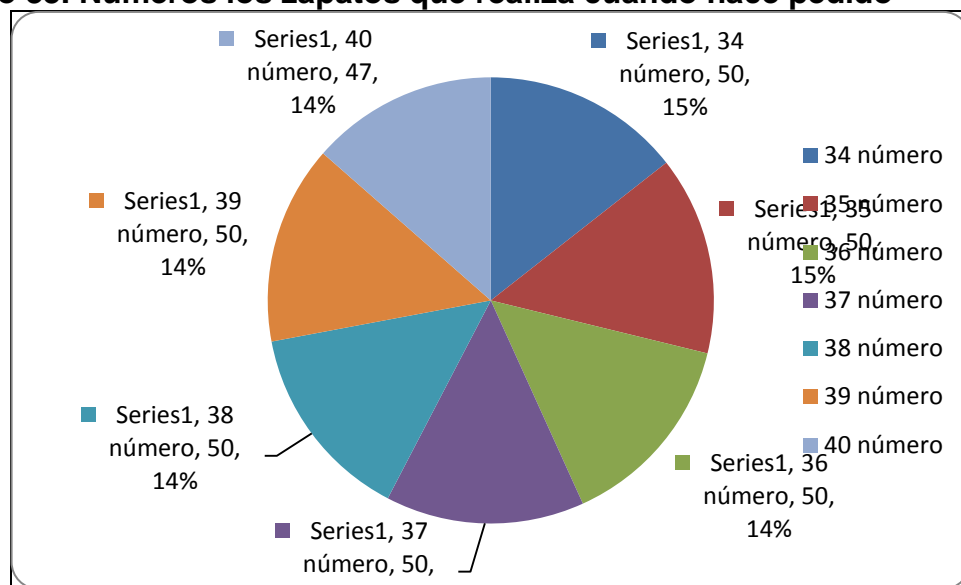
Según la información suministrada por los almacenes encuestados los colores preferidos al momento de compra del calzado para dama, es el negro y marrón con un 21%, ocre, representado con un 19%, 11% blanco y un 8% cafés, dato importante al momento de escoger las gamas de colores para la producción de calzado.

**Cuadro 27. Números los zapatos que realiza cuando hace pedido**

8. ¿Qué número (talla) de calzado usa?	#	%
34 número	50	15%
35 número	50	15%
36 número	50	14%
37 número	50	14%
38 número	50	14%
39 número	50	14%
40 número	47	14%
Total de respuestas múltiples	347	100%

Fuente: Autoras del anteproyecto

**Gráfico 33. Números los zapatos que realiza cuando hace pedido**



Todos los almacenes encuestados manifiestan que compran calzado de todas las número y/o tallas, así se puede evidenciar en el anterior gráfico.

**Cuadro 28. Precio que paga actualmente por el calzado que compra en material sintético**

9. ¿Actualmente a qué precio está comprando las zapatillas en material sintético?	Promedio intervalo	#	%	Promedio ponderado
De \$ 10.000 a \$ 15.000	\$ 12.500	3	4%	$12.500 \times 0.04 = 500$
De \$ 20.000 a \$ 25.000	\$ 22.500	6	7%	$22.500 \times 0.07 = 1.575$
De \$ 30.000 a \$ 35.000	\$ 32.500	50	62%	$32.500 \times 0.62 = 20.150$
De \$ 40.000 a \$ 45.000	\$ 42.500	22	27%	$42.500 \times 0.27 = 11.475$
Total respuestas múltiples	\$ 110.000	81	100%	\$ 33.700
9.1 ¿Actualmente a qué precio está comprando las sandalias en material sintético?	Promedio intervalo	#	%	Promedio ponderado
De \$ 8.000 a \$ 13.000	\$ 10.500	39	29%	$10.500 \times 0.29 = 3.045$
De \$ 18.000 a \$ 23.000	\$ 20.500	47	34%	$20.500 \times 0.34 = 6.970$
De \$ 28.000 a \$ 33.000	\$ 30.500	43	32%	$30.500 \times 0.32 = 9.760$
De \$ 38.000 a \$ 43.000	\$ 40.500	7	5%	$40.500 \times 0.05 = 2.025$
Total respuestas múltiples	\$ 61.500	81	100%	\$ 21.800
9.2 ¿Actualmente a qué precio está comprando las	Promedio intervalo	#	%	Promedio ponderado

<b>botas en material sintético?</b>				
De \$ 40.000 a \$ 45.000	\$ 42.500	0	0%	$42.500 \times 0.0 = 00$
De \$ 50.000 a \$ 55.000	\$ 52.500	22	48%	$52.500 \times 0.48 = 25.200$
De \$ 60.000 a \$ 65.000	\$ 62.500	24	52%	$62.500 \times 0.52 = 32.500$
De \$ 70.000 a \$ 75.000	\$ 72.500	0	0%	$72.500 \times 0.0 = 00$
<b>Total respuestas múltiples</b>	<b>\$ 230.000</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 57.700</b>

Fuente: Autoras del proyecto

De acuerdo a la anterior información suministrada por los almacenes se conoce que ellos pagan un precio por medio por las zapatillas de \$ 33.700, sandalias \$ 21.800 y botas \$ 57.700, información importante al momento de fijar los precios de venta para los mayoristas.

**Cuadro 29. Precio que paga actualmente por el calzado que compra en cuero**

<b>10. ¿Actualmente a qué precio está comprando las zapatillas en cuero?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 15.000 a \$ 20.000	\$ 17.500	0	0%	$17.500 \times 0.0 = 00$
De \$ 25.000 a \$ 30.000	\$ 27.500	0	0%	$27.500 \times 0.0 = 00$
De \$ 35.000 a \$ 40.000	\$ 37.500	17	41%	$37.500 \times 0.41 = 15.375$
De \$ 45.000 a \$ 50.000	\$ 47.500	24	59%	$47.500 \times 0.59 = 28.025$
<b>Total respuestas múltiples</b>	<b>\$ 130.000</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 43.400</b>
<b>10.1 ¿Actualmente a qué precio está comprando las sandalias en cuero?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 10.000 a \$ 15.000	\$ 12.500	2	5%	$10.500 \times 0.05 = 525$
De \$ 20.000 a \$ 25.000	\$ 22.500	14	32%	$22.500 \times 0.32 = 7.200$
De \$ 30.000 a \$ 35.000	\$ 32.500	21	49%	$32.500 \times 0.49 = 15.925$
De \$ 40.000 a \$ 45.000	\$ 42.500	6	14%	$40.500 \times 0.14 = 5.670$
<b>Total respuestas múltiples</b>	<b>\$ 110.000</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 29.320</b>
<b>10.2 ¿Actualmente a qué precio está comprando las botas en cuero?</b>	<b>Promedio intervalo</b>	<b>#</b>	<b>%</b>	<b>Promedio ponderado</b>
De \$ 50.000 a \$ 55.000	\$ 52.500	0	0%	$52.500 \times 0.0 = 00$
De \$ 60.000 a \$ 65.000	\$ 62.500	0	0%	$62.500 \times 0.0 = 00$
De \$ 70.000 a \$ 75.000	\$ 72.500	24	63%	$72.500 \times 0.63 = 45.675$
De \$ 80.000 a \$ 85.000	\$ 82.500	14	37%	$82.500 \times 0.37 = 30.525$
<b>Total respuestas múltiples</b>	<b>\$ 270.000</b>	<b>38</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 76.200</b>

Fuente: Autoras del proyecto

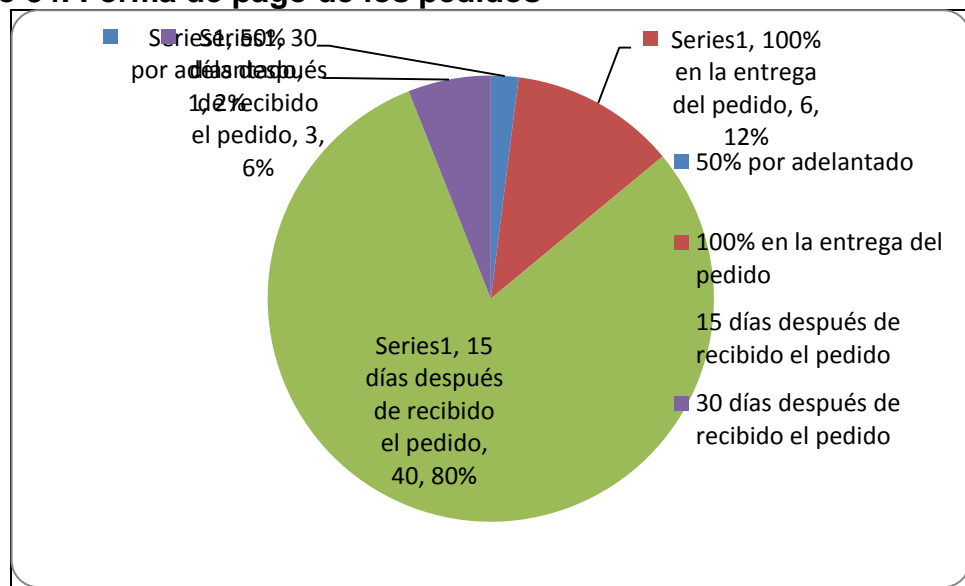
Como se puede evidenciar en el anterior cuadro el precio promedio que pagan los almacenes encuestados por las zapatillas es \$ 43.400, las sandalias \$ 29.320 y las botas \$ 76.200, datos importantes para fijar los precios de la nueva línea de calzado.

**Cuadro 30. Forma de pago de los pedidos**

11. ¿Forma de pago de los pedidos realizados?	#	%
50% por adelantado	1	2%
100% en la entrega del pedido	6	12%
15 días después de recibido el pedido	40	80%
30 días después de recibido el pedido	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 34. Forma de pago de los pedidos**



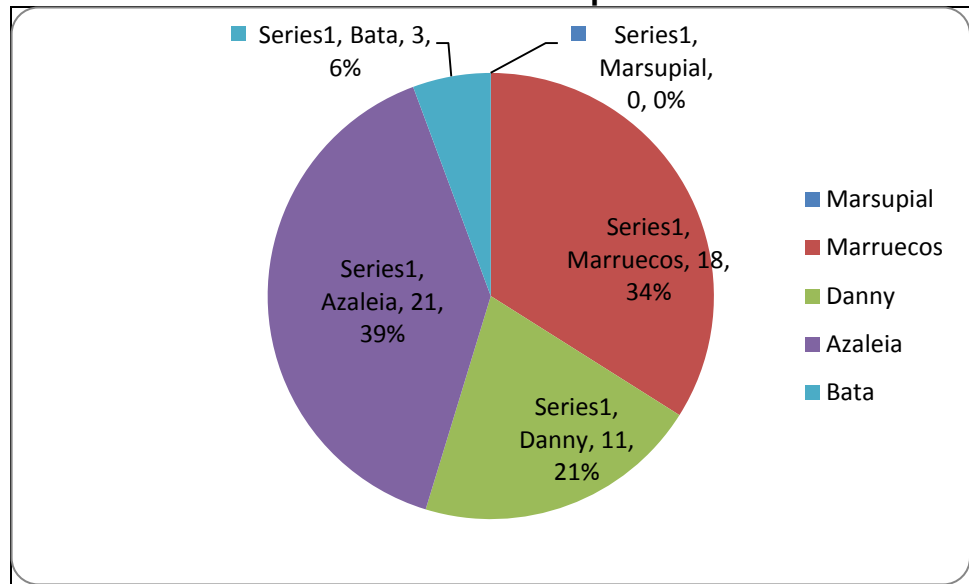
Según el anterior gráfico, la forma de pago más común entre los almacenes es cancelar sus pedidos después de los 15 días de haber recibido el calzado, un 12% cancela el total del pedido apenas recibe el pedido, un 6% 30 días de recibido el pedido y un 2% cancela el 50% por adelantado. Se tiene conocimiento que el pago más frecuente es días después de recibir el pedido.

**Cuadro 31. Marcas más vendidas de calzado para damas**

12. ¿Cuál es la marca más vendida de calzado para dama?	#	%
Marsupial	0	0%
Marruecos	18	34%
Danny	11	21%
Azaleia	21	39%
Bata	3	6%
Total	50	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 35. Marcas más vendidas de calzado para damas**



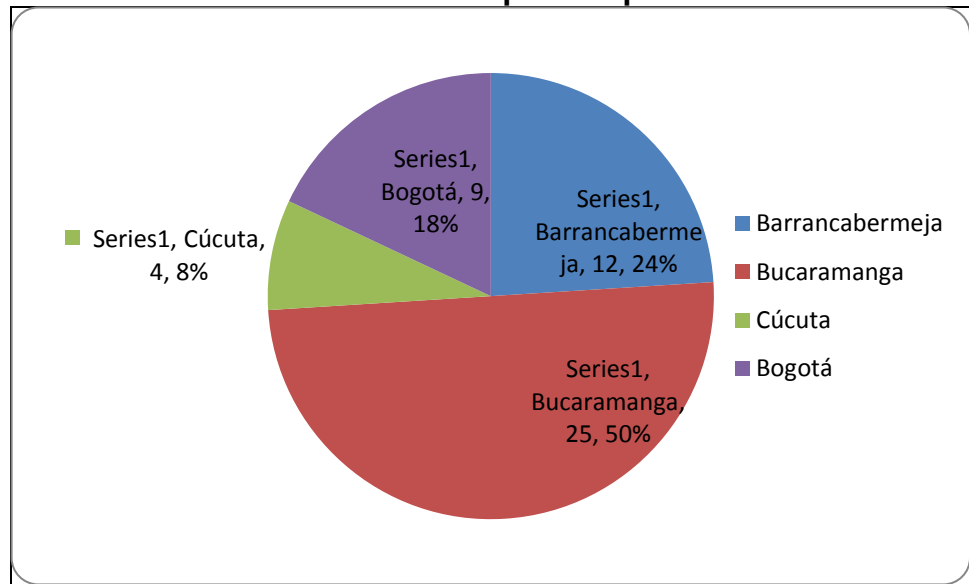
La anterior gráfica demuestra que la marca vendida en la ciudad de Barrancabermeja es Azaleia con un 39%, le sigue Marruecos con un 34%, 21% Danny y Bata con un 6%. La gran competencia se puede considerar que es Azaleia, pues es una marca que está muy bien posicionada en el mercado desde hace muchos años.

**Cuadro 32. Donde elaboran el calzado que compra**

13. ¿El calzado de dama que compra donde lo elaboran o cuál es su sitio de origen?	#	%
Barrancabermeja	12	24%
Bucaramanga	25	50%
Cúcuta	4	8%
Bogotá	9	18%
Total	50	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 36. Donde elaboran el calzado que compran**



Los almacenes encuestados manifiestan que el calzado que adquieren para la venta es elaborado o tiene origen en Bucaramanga, representado con un 50%, el 24% en Barrancabermeja, el 18% Bogotá y el 8% de Cúcuta.

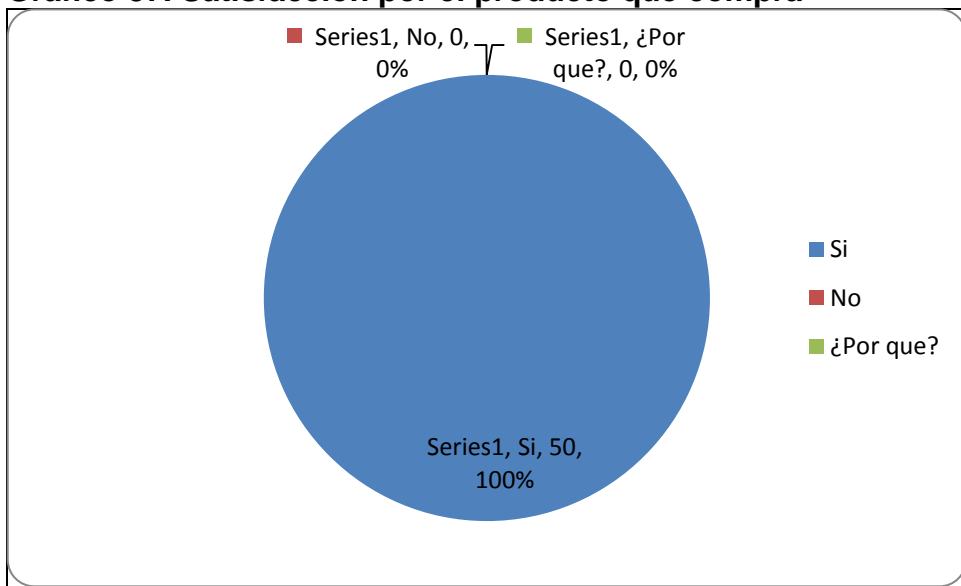
La nueva comercializadora, puede competir con precios con los almacenes de Bucaramanga, ya que se pueden disminuir algunos costos, como es el de envío de la mercancía y tiempo de entrega.

**Cuadro 33. Satisfacción por el producto que compra**

14. ¿Se encuentra satisfecho con el calzado que está comprando en la actualidad?	#	%
Si	50	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 37. Satisfacción por el producto que compra**



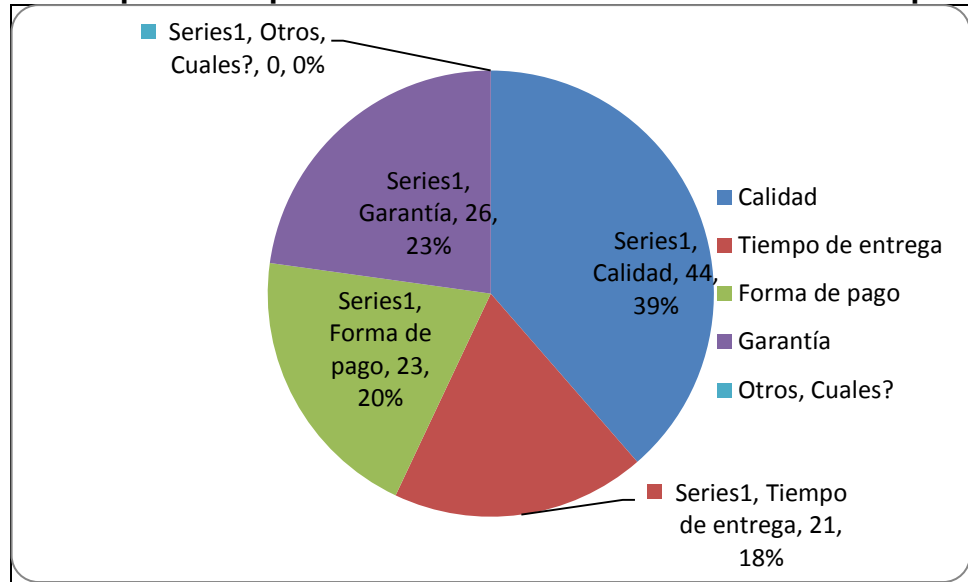
El anterior grafico demuestra que los almacenes encuestados, se encuentran satisfecho por el calzado que compran.

**Cuadro 34. Aspectos importantes al momento de realizar una compra**

15. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera Usted importante al momento de la compra del calzado para dama?	#	%
Calidad	44	39%
Tiempo de entrega	21	18%
Forma de pago	23	20%
Garantía	26	23%
Otros, cuáles?	0	0%
Total de respuestas múltiples	114	100%

Fuente: Autoras del anteproyecto

**Gráfico 38. Aspectos importantes al momento de realizar una compra**



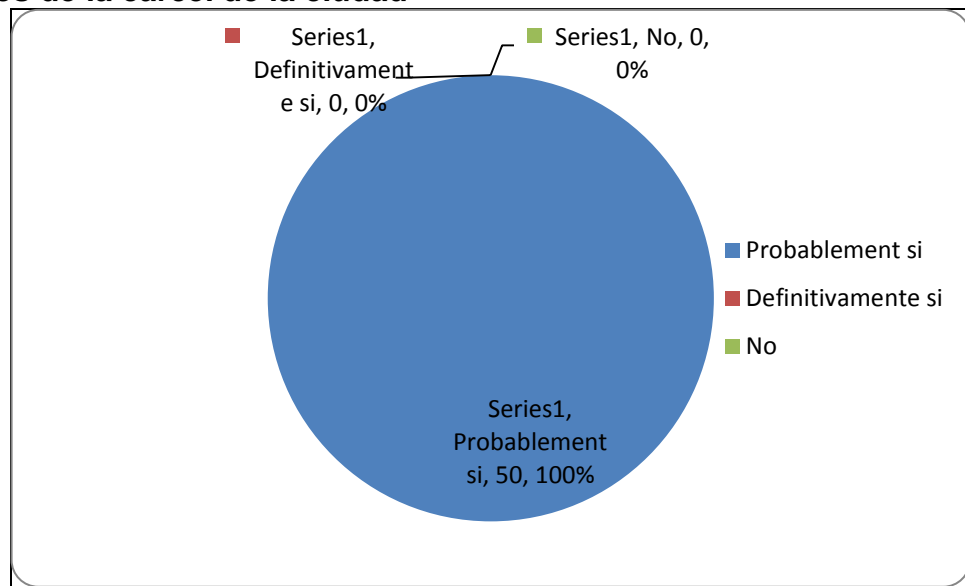
De acuerdo a la anterior gráfica se puede evidenciar que el factor más importante al momento realizar compra de calzado es la calidad del producto con un 39%, un 23% garantía y un 20% forma de pago y 18% tiempo de entregas son factores para tener muy en cuenta por la nueva comercializadora.

**Cuadro 35. Interés en comprar una nueva línea de calzado elaborado por los internos de la cárcel de la ciudad**

16. ¿Le interesaría comprar zapatillas, sandalias y botas elaborados por los internos del centro penitenciario y carcelario de la ciudad?	#	%
Probablemente si	50	100%
Definitivamente si	0	0%
No	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 39. Interés en comprar una nueva línea de calzado elaborado por los internos de la cárcel de la ciudad**



En la anterior gráfica se puede evidenciar que el 100% de los almacenes encuestados, tiene interés en comprar la nueva línea de calzado elaborados por los internos de la cárcel de Barrancabermeja.

### **Calculo de la demanda de almacenes**

Para calcular el total de la compra por parte de los almacenes se tuvo en cuenta los 144 almacenes de venta de calzado para dama y la pregunta No. 2.

También se tomó la pregunta No. 4, que es el promedio de compra de pares de zapatos de las presentaciones que los almacenes compran.

La pregunta No. 3, donde se les pregunta con qué frecuencia ellos hacen sus pedidos de calzado para damas.

**Cuadro 36. Demanda actual almacenes**

OPCIONES	# ALMACENES	PORCENTAJ E DE COMPRA DE DEL CALZADO	TOTAL NÚMERO DE ALMACENES QUE SI COMPRAN	PARES DE CALZADO QUE COMPRA POR VEZ	TOTAL CALZADO QUE COMPRAN TODOS LOS ALMACENE S POR VEZ	VECES QUE COMPRA N EN EL AÑO LOS ALMACE NES	TOTAL COMPRAS AL AÑO DE TODOS LOS ALMACENE S (PARES DE ZAPATOS)
Zapatillas sintético	144	39%	56	50	2.808	12	33.696
Sandalias	144	39%	56	66	3.707	12	44.479
Botas	144	22%	32	14	444	12	5.322
<b>TOTAL</b>							<b>83.497</b>

Fuente: Autoras del proyecto

De acuerdo al anterior análisis la demanda actual de calzado para damas de los almacenes es de 83.497 pares de zapatos en el año.

**2.4.4 Evolución histórica de la demanda.** Se investigó en Cámara Comercio, DANE e internet, sobre las cifras de las cantidades de calzado demandados por parte de los almacenes de calzado para damas en la ciudad, pero no fue posible encontrar ningún dato.

**2.4.5 Proyección de la demanda.** Con base en los cálculos de la demanda actual de calzado para damas por parte de los almacenes en Barrancabermeja, se hará la proyección tomando el crecimiento según la cámara de comercio de la ciudad, el porcentaje de crecimiento de los almacenes de venta de calzado para damas en la ciudad en los últimos cinco años que es de 17%<sup>31</sup>. Teniendo en cuenta este porcentaje se hará la proyección de la demanda almacenes a cinco años.

<sup>31</sup> Cámara de Comercio, ciudad de Barrancabermeja-Noviembre 29 de 2011.

**Cuadro 37. Proyección de la demanda estimada**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALMACENES	83.497	97.691	114.299	133.730	156.464
<b>TOTAL</b>	<b>83.497</b>	<b>97.691</b>	<b>114.299</b>	<b>133.730</b>	<b>156.464</b>

Fuente: Autoras del proyecto

## 2.5 LA OFERTA

**2.5.1 Necesidades de información.** Los datos se obtendrán a través de fuentes secundarias, como cámara de comercio, visita a Bucaramanga en donde hay gran cantidad de fabricantes de calzado e internet ya que allí se encuentra información general de algunos de los almacenes que ofrecen calzado para dama en la ciudad de Barrancabermeja, ya que las dos comercializadoras existentes de calzado son relativamente nuevas y no tiene información consolidada.

**Cuadro 38. Datos de las comercializadoras existentes**

RAZON SOCIAL	DIRECCION	TELEFONO	ACTIVIDAD ECONOMICA	FECHA CREACIÓN DATOS
PRAIA MIA	Centro Comercial San Silvestre Local 332	6031313	Comercialización de ropa zapatos y accesorios y productos de be-	2011-06-01
DEREK BARRANCA	Calle 50 No. 17 - 02	6978181	Comercialización de ropa, zapatos, accesorios y todo lo relacionado	2011-03-31

Fuente: Cámara de comercio

Se acudirá al bechmarking, es decir, se mirará a la competencia, para obtener información sobre los siguientes aspectos:

- Investigar el tipo de calzado que ofrecen
- Precio del calzado para damas
- Formas de pago
- Diseños comercializados
- Debilidades y fortalezas de los productos comercializados en la actualidad
- Estrategias de promoción y publicidad

**2.5.2 Oferta histórica.** No se logró conseguir cifras sobre la cantidad de calzado producido por las fábricas y ofrecido a los almacenes en la ciudad de Barrancabermeja, se investigó algunos de los almacenes sobre la cantidad de pares de zapato vendidos e informaron que esos datos eran confidenciales, y los


datos que hay en la cámara de comercio son globales, que incluyen otros artículos como accesorios en material sintético y cuero, y también en otras páginas como DANE y proexport, entre otras y no se obtuvieron cifras concretas.

**2.5.3 Análisis de situación actual de la competencia.** Como ya se había mencionado en la actualidad solo existen en Barrancabermeja dos comercializadoras de ropa y calzado, no están especializadas en solo calzado para dama, y se constituyeron en el 2011, no tienen información consolidada sobre ventas del producto en especial de calzado para dama, entonces se procederá a analizar tres empresas que en la investigación de mercados se identificaron como las principales marcas que compran los almacenes, algunas de esas empresas fabrican pero otras solo comercializan calzado para dama, muy conocidas en el sector, adicionalmente venden otros artículos, pero para la presente investigación solo se tendrán en cuenta el calzado para damas similares o iguales a los que piensa comercializar la nueva empresa.

A continuación se encontrará con información general de la competencia de la nueva comercializadora.

**Cuadro 39. Empresas que comercializan calzado para damas**

<b>CALZADO MARRUECOS</b>	<b>CALZADO BATA</b>	<b>CALZADO AZALEIA</b>
<p>Ubicado en la ciudad de Bucaramanga  <a href="http://marruecos.redfac.com/">http://marruecos.redfac.com/</a>                      E-mail:                      venta.marruecos@gmail.com                      Celular: 317-7108909                      Los pedido se pueden hacer por internet                      Delicadas decoraciones a mano, accesorios, cuerpo y estilo se combinan en esta nueva colección de calzado.</p>	<p>Tienda de venta de calzado en Barrancabermeja.  <a href="http://www.bata.com.co/stores">http://www.bata.com.co/stores</a>                      Calle 49 No. 6-46                      Centro Comercial Iwana                      Local 2-05                      Horario: 9:00 a.m. – 8:00 p.m.                      Todos los días                      BATA es el vendedor principal de calzado al por menor en Colombia. Consta de 174 tiendas de las cuales 51 son tiendas Mall; 92 son Street, 28 Corners y 3 liquidadoras. Muchas de nuestras tiendas fueron ampliamente reformadas para ofrecer un confort de primera clase con un diseño más moderno, así mismo reforzamos nuestros servicios.</p>	<p>Tienda ubicada en Bucaramanga  <a href="http://www.azaleia.cl/acerca.html">http://www.azaleia.cl/acerca.html</a>                      Centro Comercial Megamall Local 17                      Centro Comercial Cañaveral 104                      Somos la comercializadora de calzado más grande más nivel Latinoamérica, con unidades de representación comercial en Estados Unidos, Brasil y Europa.</p>

	<p>En su interior se encuentran equipadas con muebles a la vanguardia y una amplia gama de productos. La cadena minorista Bata también incluye calzado deportivo, casual, ejecutivo, vestir con secciones especializadas en mujer, hombre y niños buscando llegar a todos los gustos que los hace sentir identificados.</p>	
<p>Sandalia</p>  <p>Material cuero</p>	<p>Sandalias</p>  <p>Material sintético</p>	<p>Sandalias</p>  <p>Material sintético</p>
<p>Zapatilla</p>  <p>Material cuero</p>	<p>Zapatilla</p>  <p>Material sintético</p>	<p>Zapatilla</p>  <p>Material sintético</p>

<p style="text-align: center;">Botín</p> 	<p style="text-align: center;">Bota</p>  <p style="text-align: center;">Material cuero</p>	 <p style="text-align: center;">Bota Material sintético</p>
--	---	--

Fuente: Páginas web de cada empresa

Como conclusión, se encontró que las empresas de la competencia que se estudiaron, manejan precios muy competitivos, de acuerdo al diseño y material de cada calzado, hay gran variedad de diseños, algunas no poseen un punto de venta, su proceso de venta lo realizan a través de internet y la mayoría de su calzado es en cuero, a diferencia de otras empresas donde se puede observar que el material usado es el sintético y gamuzas.

En actualidad la marca Bata cuenta con dos locales en la ciudad, Marsupial la fábrica está en Bucaramanga y las tiendas de Azaleia en Bucaramanga, por lo tanto este puede ser factor que se tome en cuenta al momento de fijar precios a los productos, para que estos sean más competitivos en el mercado, frente a marcas ya posicionadas y conocidas en el sector.

**2.5.4 Proyección de la oferta.** De las empresas que comercializan calzado para damas, ninguna de ella proporciona datos sobre ventas de sus productos mensual o anual, por lo tanto no fue posible calcular la oferta actual.

## 2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Para realizar el cálculo de la relación oferta y demanda se la utiliza la formula indicada a continuación para obtener la demanda insatisfecha.

**Demanda proyectada – Oferta proyectada = Demanda insatisfecha.**

Como no fue posible conseguir información de la oferta, no se puede calcular la demanda insatisfecha con base en la anterior fórmula, y obtener este dato.

Para la demanda insatisfecha, se tomará como referencia los datos obtenidos en la encuesta, donde se puede evidenciar el interés por las mujeres y almacenes en comprar el calzado elaborado por los internos de la cárcel de Barrancabermeja.

**Cuadro 40. Interés en comprar calzado fabricado por los internos de la cárcel**

16. ¿Le interesaría comprar zapatillas, sandalias y botas elaborados por los internos del centro penitenciario y carcelario de la ciudad?	#	%
Probablemente si	50	100%
Definitivamente si	0	0%
No	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 41. Pares de calzado que comprarían los almacenes**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALMACENES	83.497	97.691	114.299	133.730	156.464
<b>TOTAL</b>	<b>83.497</b>	<b>97.691</b>	<b>114.299</b>	<b>133.730</b>	<b>156.464</b>

Fuente: Autoras del proyecto

Este dato se sacó de las cantidades actuales de calzado que están comprando actualmente los almacenes de venta de calzado para damas en la ciudad de Barrancabermeja.

## **2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN**

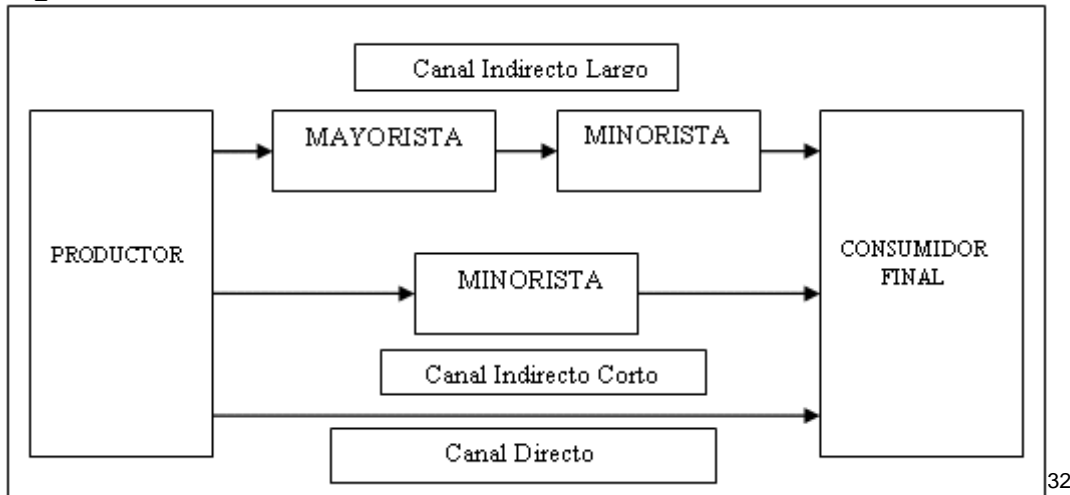
**2.7.1 Estructura de los canales de comercialización.** Este es medio para que el producto sea distribuido desde el fabricante hasta el consumidor final.

Por lo general el canal más utilizado para comercializar el calzado, es la venta directa al cliente en el almacén, a continuación vemos algunos de los canales utilizados.

- **Canales directos:** Cuando la empresa se encarga de efectuar la comercialización y entrega del producto al cliente.
- **Venta directa:** Realizada por la propia empresa, mediante vendedores vinculados directamente con la comercializadora en el punto de venta.
- **Canales indirectos:** Personas en condiciones de comercializar bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuales están imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de la empresa.
- **Distribuidores autorizados:** Empresas mayoristas que junto a los productos de otras empresas, también trabajan la línea de productos de la comercializadora.

- **Comerciantes mayoristas:** Se refiere a almacenes y tiendas de calzado los cuales comercializan en forma directa con el consumidor final.

**Figura 3. Canales de distribución de calzado**



32

### 2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales

CANAL	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Productor comercializadora consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contacto directo con el cliente, el cual evita el sobre costo del producto.</li> <li>- Servicio más inmediato, con el cual se asegura la calidad del mismo.</li> <li>- Se facilita más el proceso de comercialización de comercialización del calzado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El valor del producto se incrementa considerablemente, evitando que el cliente lo adquiera.</li> <li>- Se puede perder la garantía y demora en hacer uso de la garantía, antes que pase el tiempo de la misma.</li> </ul>

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** En la siguiente figura se muestra el ciclo de comercialización del calzado en la Comercializadora en la ciudad de Barrancabermeja, para lograr llegar a diferentes clientes, teniendo en cuenta que este producto tienen una gran demanda entre las mujeres por ser un producto fundamental entre los elementos que se usan para lograr una excelente apariencia entre los demás.

<sup>32</sup> <http://www.google.com.co/imgres?q=estructura+de+canal+de+comercializacion+de+calzado-> Noviembre 30 de 2011.

**Figura 4. Canales seleccionados para comercialización de calzado**



Fuente: Autoras del proyecto

## 2.8 PRECIO

**2.8.1 Análisis de precios.** Para fijar el precio a cada referencia del calzado que se piensa distribuir, se debe tener en cuenta los precios existentes en el mercado que pagan los almacenes y también los costos que se derivan de prestar el servicio.

**Cuadro 42. Precios promedio que pagan los almacenes**

CALZADO CUERO	CALZADO SINTÉTICO
Zapatilla \$ 43.400	Zapatilla \$ 33.700
Sandalias \$ 29.320	Sandalia \$ 21.800
Botas \$ 76.200	Botas \$ 57.700

Fuente: Análisis de la oferta

**2.8.2 Estrategia de fijación de precios.** La estrategia para fijar los precios de cada producto estará relacionado con el cálculo de los costos de prestar el servicio, gastos de administración y venta, más un margen de ganancia prudente y paralelo a los precios del mercado actual para ser competitivos.

## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Para efectos legales y jurídicos la nueva empresa se denominará Comercializadora Prestigio, donde el objetivo principal es realizar actividades de publicidad y promoción para dar a conocer el producto y estimular al cliente para que los adquiera.

**2.9.1 Objetivos.** Determinar los medios de publicidad para dar a conocer la nueva comercializadora en la ciudad y en el sector del calzado.

- Elaborar estrategias de promoción de los productos, para clientes mayoristas o que frecuenten la comercializadora.
- Diseñar un plan estratégico que permita posicionar la comercializadora en el mercado, donde se haga énfasis en la calidad de los productos.

### 2.9.2 Logotipo

El logotipo de la comercializadora Prestigio, está representado por la imagen de una zapatilla muy estilizada y llamativa, la cual hace alusión a la elegancia y exclusividad del calzado ofrecido por la nueva empresa.

La marca del producto es un nombre, termino simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores, y para diferenciarlos de los productos de los competidores.

Se escogió el color rojo para que se pueda identificar con más facilidad y por ser este muy llamativo a la vista de todas las personas.

**Figura 5. Logotipo de la empresa**



Fuente: Autoras del proyecto

**2.9.3 Lema.** El lema o slogan es la frase que identifican la empresa y sus productos, donde resumidamente se le dice al cliente lo que obtiene al comprar el producto.

# EXCLUSIVIDAD Y ELEGANCIA EN UN SOLO PRODUCTO... TU CALZADO

## 2.9.4 Análisis de los medios

- **Televisiva.** Algunas de las razones por las que la empresa ha elegido este cómo uno de los medios de comunicación para dar a conocer el producto es porque proporciona imagen, sonido y movimiento lo que proporciona una gran atracción del producto al cliente.
- **Radio local.** A través de la radio, pues este medio es muy escuchado por la población en general.
- **Medios escritos.** En la actualidad encontramos gran variedad de productos, tarjetas de presentación, volantes, periódico y revistas, donde se puede encontrar información fundamental para las personas que las personas puedan ubicar las empresa a través de números de teléfonos y direcciones.
- **Vallas:** Este medio es muy utilizado por las empresa para promocionar sus productos, pues son ubicado en lugares estratégicos, donde las gente circula con mayor frecuencia.
- **Página web.** Muy utilizado este medio de comunicación, porque pueden acceder muchas personas sin importar en donde se encuentren y solicitar el producto o servicios que se esté ofreciendo.

**2.9.5 Selección de medios.** Los medios de publicidad que se utilizará para lanzar el servicio de venta de calzado en la ciudad en la etapa inicial será a través de volantes, periódico, radio, vallas y diseño de una página web, para garantizar que la información llegue a todos los lugares y personas dentro y fuera de la ciudad, además que deseen apoyar el trabajo de los internos de la cárcel.

**2.9.6 Estrategia publicitarias.** Para el lanzamiento del servicio de venta de calzado para damas en la ciudad, se ofrecerá un coctel de lanzamiento donde se inviten a los administradores de los almacenes de venta de calzado de la ciudad, mujeres y la población en general que deseen conocer los productos que la comercializadora tiene para la venta.

Entregar volates con información completa de la nueva comercializadora de calzado.

Pautas publicitaria en la radio, dando a conocer el servicio de venta de calzado y ubicación de la comercializadora.

Participar en las ferias o exposiciones de calzado que se realicen en la ciudad o el resto del país.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.** Se realizaran cotizaciones en las diferentes empresas dedicadas a ofrecer los productos y servicios de publicidad que la comercializadora requiere para su lanzamiento y operación.

**2.9.7.1 De lanzamiento**

**Cuadro 43. Presupuesto de lanzamiento**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR
Transmisión 5 pautas diarias, durante tres días	15	\$ 130.500
Vanguardia liberal, 1/8 página	1	\$ 286.578
Emisiones mensuales, durante 30 días, una emisión antes de cada informativo Enlace Noticias en directo, para un total de 2 emisiones diarias de lunes a domingo	52	\$ 400.000
Impresión de valla en lona banner con ojales a tam. 4x8m	1	\$ 800.000
Volantes	200	\$ 100.000
Coctel	1	\$ 400.000
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>\$ 2.117.078</b>

Fuente: Era digital, Enlace 10 televisión, vanguardia liberal

**2.9.7.2 De operación**

**Cuadro 44. Presupuesto de operación**

DETALLE	CANTIDAD	VALOR MES	VALOR AÑO
Impactos mensuales, 1 en cada programa de radio	44	\$ 290.000	\$ 580.000
Transmisión 5 pautas televisivas, durante tres días	90	\$195.000	\$ 585.000
Tarjetas de presentación	1000	\$ 25.000	\$ 300.000
Diseño de la página web	1	\$ 166.667	\$ 2.000.000
Vanguardia liberal, 1/8 página	4	\$ 286.578	\$1.146.312
Directorio telefónico	1	\$ 250.000	\$ 840.000
Impresión de valla en lona banner con ojales a tam. 4x3m	2	\$ 360.000	\$ 720.000
<b>Total</b>	<b>1.142</b>	<b>\$ 1.286.667</b>	<b>\$ 6.171.312</b>

Fuente: Era digital, Vanguardia liberal, Enlace 10 televisión

## **2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO**

La investigación de mercados realizada, donde el 79% de las mujeres encuestadas de los estratos 3 y 4, estarían interesadas en comprar el calzado fabricado por los internos del centro penitenciario y carcelario de Barrancabermeja el 100% de los almacenes encuestado también manifiesta el mismo interés. Por lo anterior se puede interpretar como viable el proyecto desde el estudio de mercados; sin embargo será necesario realizar más estudios para verificar si desde lo técnico, lo administrativo y lo financiero también es viable y esto se hará en los siguientes capítulos.

Se pudo establecer que la demanda estimada actual en los almacenes es de 83.497 pares de calzado de dama.

Con respecto a la competencia, se pudo conocer que hay una gran variedad de calzado ofertado en almacenes y tiendas, a precios muy competitivos en cuero y material sintético, además se investigó y se encontró que en la actualidad solo hay dos comercializadoras de calzado en la ciudad y que empezaron su labores comerciales en el 2011, esto quiere decir que la competencia con ellas comercializadora no es tan compleja por el tiempo que llevan en el mercado.

Los canales de comercialización utilizados para vender los productos, serán los directos, pues a través de ambos se obtendrán más clientes y no limitar la venta de los productos ofrecidos por la nueva comercializadora.

Los medios de publicidad y promoción utilizados, serán la radio, vallas, periódico y volantes, para asegurarse que la información llegue a toda la población de la ciudad y generar en ellos el interés de conocer y comprar el calzado ofrecido.

Habiendo analizados cada uno de factores que integran el estudio de mercados, donde las condiciones del mercado se dan, se considera este proyecto como una buena idea de negocio, además que se está contribuyendo a la resocialización y apoyo profesional y económico de los internos de la cárcel de Barrancabermeja.

### 3. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto, se analizarán las siguientes variables:

- Descripción del tamaño del proyecto
- Factores que determinan el tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** El tamaño del proyecto comprende a su capacidad instalada, expresada en número de productos o servicios ofrecidos durante el año.<sup>33</sup> Para el presente proyecto el tamaño se terminará por el número de pares de calzado a ofrecer en el año, al mes y al año.

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

▪ **La demanda.** Es el factor que determina el tamaño del proyecto, y la cantidad de productos que pueden ser adquiridos en el mercado por diferentes consumidores, en el momento que ellos lo requieran.

Con la investigación de mercados realizada, se concluyó que la demanda total insatisfecha de calzado para damas anual en la ciudad de Barrancabermeja, es de 83.497 en almacenes al año, este proyecto buscar participar en el mercado con un 30% de la demanda insatisfecha en el sector del calzado.

Para el primer año se estarían comercializando 25.049 pares de calzado para dama en Barrancabermeja elaborado por los internos de la cárcel.

▪ **Existencia de mercancía.** Este factor no es limitante para el tamaño de la comercializadora, teniendo que la capacidad productiva en el centro penitenciario es muy bueno y existen suficiente productos para ser comercializados.

▪ **Tecnología.** Los equipos tecnológicos que se utilizan en la comercializadora son de fácil adquisición, ellos se pueden adquirir en el mercado local de excelente calidad, y que se ajustan a las necesidades de la empresa.

▪ **Localización.** No es un factor limitante, ya que la nueva comercializadora se podrá ubicar en Barrancabermeja, pues esta no es una industria contaminante y tampoco genera grandes cambio en infraestructura que ya están hechas.

▪ **Financiera.** La capacidad financiera es un factor limitante para el tamaño de este proyecto, porque este recurso es escaso, desde esta perspectiva el proyecto

---

<sup>33</sup> Evaluación de proyectos, BACA URBINA, Gabriel – Quinta edición. Mc Graw Hill, México D.F., 2007. Pág. 93.

iniciará con buena parte de la inversión por parte de terceros como entidades bancarias.

▪ **Recursos humano.** No es un factor limitante, pues en la ciudad hay mano de obra capacitada para ofrecer un buen servicio y atención a los clientes con conocimiento en calzado para damas.

**3.1.3 Capacidad del proyecto.** Se define con la cantidad de productos a ofrecer a los clientes y está dada por la capacidad diseñada, instalada y utilizada.

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada.** Corresponde al nivel máximo posible de prestar el servicio, que dependerá exclusivamente de los recursos financieros disponibles para comprar el calzado a ofrecer a los clientes. La capacidad diseñada para este proyecto.

**Cuadro 45. Capacidad diseñada**

CONCEPTO	AÑO 1
TOTAL	31.687

Fuente: Autoras del proyecto

**3.1.3.2 Capacidad instalada.** Corresponde al nivel máximo de prestar el servicio, con personal idóneo, equipos e infraestructura disponibles para generar los servicios constantemente. A continuación se muestran las cifras de la capacidad instalada de calzado.

**Cuadro 46. Capacidad instalada**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	27.554	30.309	33.340	36.674	40.342

Fuente: Autoras del proyecto

**3.1.3.3 Capacidad utilizada.** Es un porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando en actividades normales de prestar el servicio de venta de calzado de dama. Para calcular la capacidad utilizada se tomó el 30% de la demanda actual, teniendo en cuenta que no se pudo calcular la insatisfecha con la formula sugerida por la falta de datos de la oferta actual.

También se aclara que se empezará produciendo calzado de material sintético, más adelante se contempla producir calzado en cuero.

#### **Cuadro 47. Producción de calzado por línea**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>
Zapatilla sintético	10.109
Sandalia sintético	13.344
Bota sintético	1.597
<b>TOTAL</b>	<b>25.049</b>

Fuente: Autoras del proyecto

El horario de para prestar el servicio es de lunes a viernes de 8: 00 a.m. – 12 m. y 2: 00 p.m. – 6: 00 p.m. y los sábados de 8: 30 a.m. – 12: 00 m.

#### **Cuadro 48. Capacidad utilizada**

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ALMACENES	25.049	26.302	27.617	28.997	30.447
<b>TOTAL</b>	<b>25.049</b>	<b>26.302</b>	<b>27.617</b>	<b>28.997</b>	<b>30.447</b>

Fuente: Autoras del proyecto

#### **Cuadro 49. Capacidad utilizada vs instalada en porcentaje**

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Capacidad utilizada	25.049	26.302	27.617	28.997	30.447
Capacidad instalada	27.554	30.309	33.340	36.674	40.342
Capacidad utilizada/instalada	91%	87%	83%	79%	75%

Fuente: Autoras del proyecto

A partir del segundo año se incrementará la cantidad de pares de calzado a vender en un 5%, y se mantendrá constante para los cuatro años siguientes de prestar el servicio la comercializadora.

### **3.2 LOCALIZACIÓN**

La ubicación geográfica de la comercializadora de calzado para dama, se ubicara en un lugar estratégico de fácil acceso a los clientes y buenas instalaciones para prestar un excelente servicio.

**3.2.1 Macro localización.** La comercializadora de calzado para damas elaborados por los internos de la cárcel, estará ubicada en el departamento de Santander, en la ciudad de Barrancabermeja.

Figura 6. Ubicación de Barrancabermeja



**3.2.2 Micro localización.** El lugar seleccionado para el funcionamiento de la comercializadora, es donde hayan instalaciones amplias y en un lugar central en la ciudad, teniendo en cuenta los siguientes aspectos: costo de los servicios, seguridad y de fácil acceso para los clientes.

Los posibles sitios de ubicación de las instalaciones de la comercializadora para considerar.

- Barrio Buenos Aires
- Barrio Galán
- San Francisco

Para determinar la ubicación óptima de la comercializadora se hará uso de las herramientas del método cualitativo por puntos. Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados del peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno.<sup>35</sup> Los factores a considerar con sus correspondientes definiciones y ponderaciones se analizarán en la siguiente tabla.

<sup>34</sup> [http://www.guiarte.com/destinos/americadel-sur/poblacion\\_colombia\\_barrancabermeja.html](http://www.guiarte.com/destinos/americadel-sur/poblacion_colombia_barrancabermeja.html)- Diciembre 1 de 2011.

<sup>35</sup> Formulación y Evaluación de Proyectos, Marcial Córdoba Padilla – pág. 232.

**Tabla 2. Análisis de factores para la ubicación de la empresa**

Factor crítico	Descripción del factor
F1. Cercanía a los clientes potenciales. F2. Facilidad de acceso. F3. Seguridad en el sector. F4. Costos de los servicios F5. Medios de transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cercanía a los almacenes de venta de calzado.</li> <li>▪ Vías de acceso en buen estado y fácil de llegar.</li> <li>▪ El sector se considera seguro y cuenta con seguridad privada.</li> <li>▪ El costo de los servicios son asequibles.</li> <li>▪ Hay buena circulación de los diferentes medios de transporte.</li> </ul>

**División de los factores de grados.**

**F1. Cercanía a los clientes potenciales**

- Distante: 3 kilómetro de distancias
- Cerca: Más de cuatro manzanas a la redonda
- Muy cerca: Dos manzanas a la redonda

**F2. Facilidad de acceso a la comercializadora**

- Poca disponibilidad: Solo hay una vía de acceso
- Mediana disponibilidad: Se cuenta con dos vías de acceso
- Buena disponibilidad: Hay varias vías de acceso y se puede parquear

**F3. Seguridad en el sector**

- Mala: No hay seguridad privada
- Buena: Seguro con vigilante tradicional
- Muy buena: Seguro con vigilancia privada

**F4. Costo de los servicios**

- Bajo costo de los servicios públicos: El costo del servicio es bajo
- Normal el costo de los servicios público: Los costos de los servicios públicos no son altos.
- Alto costo de los servicios públicos: El costo de los servicios público es muy alto.

**F5. Medios de transporte**

- Malo: No hay buena circulación de medios de transporte
- Bueno: Hay circulación de transporte normal
- Muy bueno: Hay circulación de todos los medios de transportes

**Tabla 3. Ponderación de factores críticos**

<b>Factor</b>	<b>Peso</b>	<b>Zona 1 Barrio Buenos Aires</b>	<b>Total</b>	<b>Zona 2 Barrio Galán</b>	<b>Total</b>	<b>Zona 3 Barrio San Francisco</b>	<b>Total</b>
Cercanía a los clientes potenciales	0,25	7	1,75	5	1,25	3	0,75
Facilidad de acceso	0,30	6	1,8	4	1,2	3	0,9
Seguridad en el sector	0,15	8	1,2	6	0,9	3	0,45
Costo de los servicios	0,10	6	0,6	7	0,7	8	0,8
Medios de transportes	0,20	7	1,4	6	1,2	4	0,8
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>6,75</b>		<b>5,25</b>		<b>3,7</b>



Teniendo en cuenta los resultados obtenidos por este método, el mejor sitio donde se debe ubicar la comercializadora es la Carrera 15 No. 14-86 Barrio Buenos Aires.

### **3.3 INGIENERÍA DEL PROYECTO**

La ingeniería del proyecto consiste en seleccionar el proceso más adecuado para el proyecto de acuerdo al servicio que se desea ofrecer, teniendo en cuenta la tecnología, instalaciones físicas, recurso humano, muebles y enseres. También se puede elaborar el proceso de prestar el servicio de compra y venta de los productos.

**3.3.1 Ficha técnica del producto.** Se aclara que gran parte de la información detallada por cada tipo de calzado y por referencia se detalló en cuadro 2, Ficha Técnica, luego aquí se hará una descripción general.

<b>Producto principal - Zapatilla</b>	
<b>Diseño</b>	<p>REF: 281 Zapatilla de vestir. Herrajes y fornituras: correas y hebilla tacón: alto</p>
<b>Especificaciones técnicas</b>	<p>Material: Cuero y sintético Color: Negro Suela: Suela en madera, resistente y adherente con planta acolchonada. Tacón: En madera, lineal, entero con la talonera del zapato. Altura sugerida por el cliente desde 3 ½ hasta 7 ½ cms. Gammas de colores, cafés oscuro, rojo, gris, gris, café claro, blanco y vino tinto.</p> 
<b>Empaque</b>	
<b>Usos</b>	<p>Para calzar los pies, protegerlos y cubrirlos durante el tiempo que la persona lo desee.</p>
<b>Cuidados</b>	<p>No se debe mojar y mantener limpio, y sin humedad, para que se conserve más.</p>
<b>Vida útil</b>	<p>Dependiendo del uso que le den al calzado y del tipo de material, estaría en un promedio de seis a 10 meses de vida útil.</p>

<b>Producto principal - Sandalias</b>	
<b>Diseño</b>	REF: 1252 Tres puntadas, con broche al lado.
<b>Especificaciones técnicas</b>	Material: Varias opciones (Cuero, cuerina) Suela: Material sintético cubierto en cuero y plantilla natural de yute. Tacón: Sin tacón. (Con la opción de modificarlo a tacón playa). Gama de colores, Café con combinación de colores en diferentes gamas, a opción del cliente.
<b>Empaque</b>	
<b>Usos</b>	Para calzar los pies, protegerlos y cubrirlos durante el tiempo que la persona lo desee.
<b>Cuidados</b>	No se debe mojar y mantener limpio, y sin humedad, para que se conserve más.
<b>Vida útil</b>	Dependiendo del uso que le den al calzado y del tipo de material, estaría en un promedio de 6 a 10 meses de vida útil.
<b>Producto principal - Botas</b>	
<b>Diseño</b>	REF: 147 Bota caña alta, con herrajes y fornituras: hebilla interior: piel y tejido y crema a un lado.
<b>Especificaciones técnicas</b>	Material: Cuero y sintético

	<p>Color: Tabaco  Suela: Goma sintética  Tacón: Plataforma de 2 cms, con un tacón extremo opcional, según el cliente desde 3 ½ hasta 5.5 cms.  Gama de colores, negro y beige</p> 
<b>Empaque</b>	
<b>Usos</b>	Para calzar los pies, protegerlos y cubrirlos durante el tiempo que la persona lo desee.
<b>Cuidados</b>	No se debe mojar y mantener limpio, y sin humedad, para que se conserve más.
<b>Vida útil</b>	Dependiendo del uso que le den al calzado y del tipo de material, estaría en un promedio de 8 a 12 meses de vida útil.

Fuente: Autoras del proyecto

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** Se describe el proceso de venta del calzado para la nueva comercializadora, porque como se explicó desde un comienzo, el calzado para dama será fabricado por los internos del centro penitenciario y carcelario de Barrancabermeja.

▪ **Venta de mostrador**

1. Cuando ingrese el cliente a las instalaciones de la comercializadora, la vendedora lo recibe y le saluda y le pregunta que producto necesita.
2. El cliente pregunta sobre el calzado que están ofreciendo.
3. La vendedora le pregunta sobre su necesidad, sobre qué tipo de producto desea adquirir, (zapatillas, sandalias y botas), que estilo, (clásico o moderno), precio del producto, número y color.
4. La vendedora le muestra al cliente los productos que tiene, que cumpla las características que el desea.
5. Espera lo que el cliente decide.

6. Si el cliente es mayoristas se le debe dar un precio especial y registrar la venta en la caja registradora.
7. Expedir la factura
8. La vendedora solicita al auxiliar de bodega que le empaque los productos vendidos, de forma adecuada para evitar que el producto se dañe o llegue en mal estado al consumidor final, según sea el caso.
9. El cliente cancela el o los productos adquiridos a la vendedora.
10. La vendedora expide la factura, se la entrega al cliente y le entrega el pedido y se despide amablemente, para que el cliente vuelva a realizar más compras en una próxima oportunidad.

▪ **Venta del vendedor externo**

1. El asesor externo visita los almacenes y tiendas dedicados a la venta de calzado para damas en la ciudad, para ofrecer la línea de calzado que está ofreciendo la comercializadora.
2. Este contará con unas muestras de cada referencia de zapatillas, sandalias y botas y una ficha técnica donde se especifique, la gama de colores, precio y números de cada referencia y la calidad de cada producto.
3. El cliente observará las muestra y si está interesado le indicará al asesor comercial, cuales referencias le interesa y la cantidad.
4. El asesor tomará nota del pedido, y le informará el tiempo de entrega y forma de pago.
5. El asesor entrega la solicitud del pedido a la secretaria para darle el respectivo trámite y cuando este esté listo se lo llevará al cliente, junto con la factura y una orden de entrega del pedido.
6. Ya entregado el pedido, si el cliente paga de contado, este entrega el dinero en la empresa, si es a crédito la secretaria se encarga de realizar el cobro de la factura.

▪ **Proceso de compra del producto.** Este proceso lo realiza el Gerente o Administrador de la comercializadora directamente con el encargado de la venta del calzado para damas en el centro penitenciario de la ciudad.

1. Se desplaza hasta el centro penitenciario
2. Observa las referencias de cada línea y los precios
3. Toma la decisión de compra
4. Indica la cantidad del calzado de cada referencia de las diferentes líneas que desea comprar, gama de colores y números.
5. Programan fecha en entrega y forma de pago
6. Envían los productos a la comercializadora
7. El pedido es recibido por el administrador o gerente
8. Le entregan la factura
9. Cancela el pedido

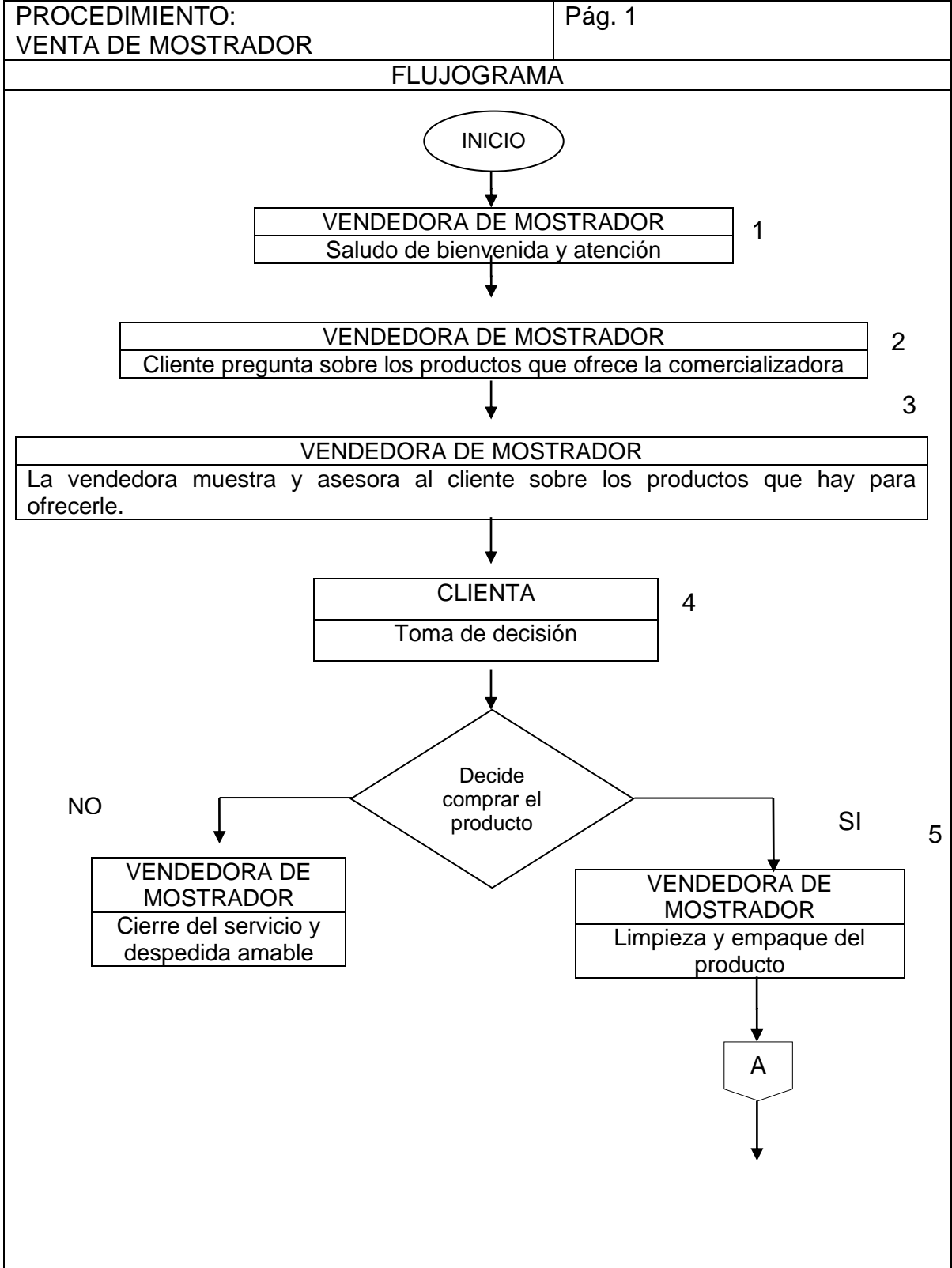
▪ **Proceso de almacenaje.** El encargado de este proceso es el auxiliar de bodega quien se encargará solo de revisar los productos y las cantidades adquiridas sean las mismas que aparecen en la factura.

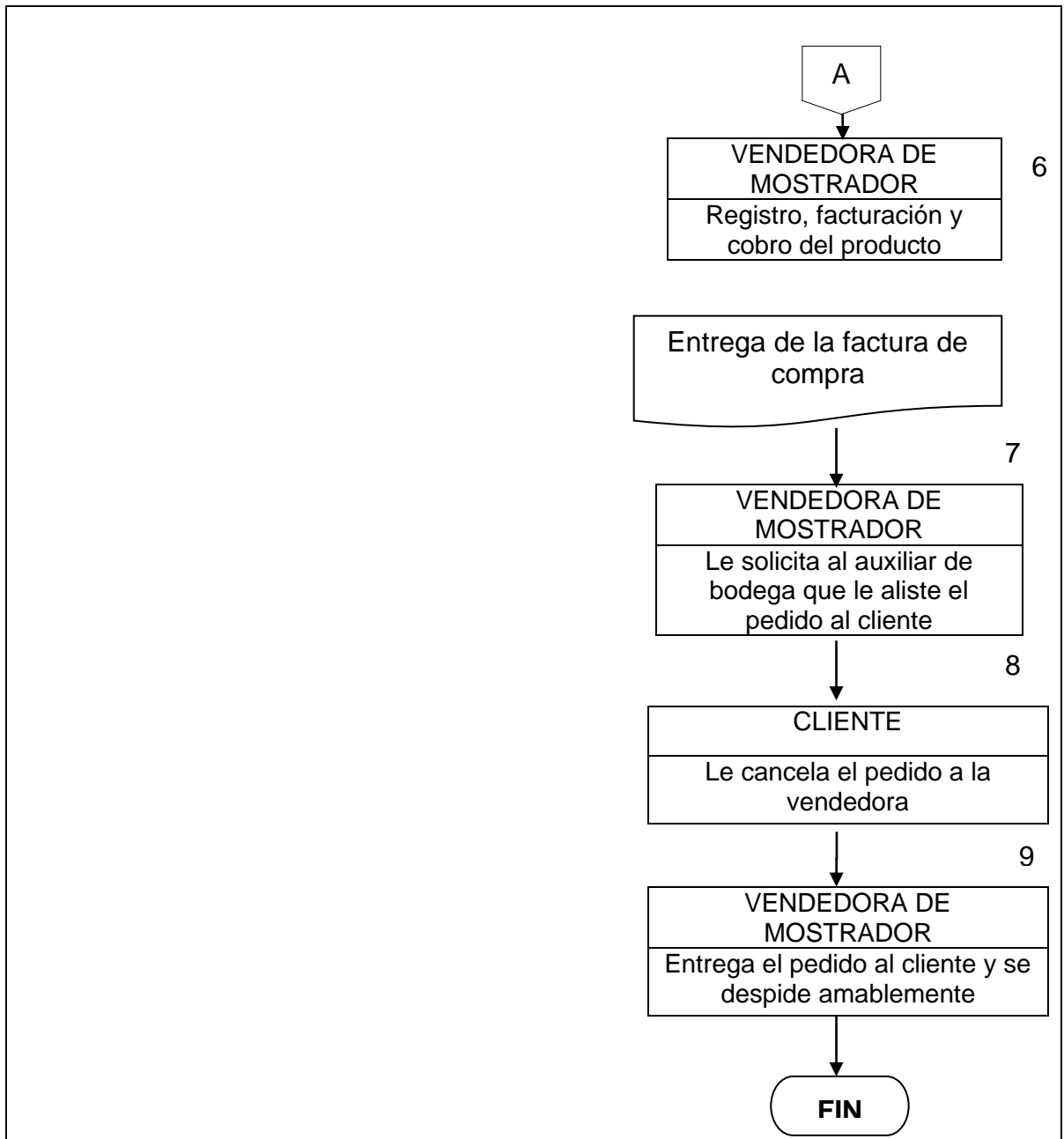
1. Recibe el pedido de los productos
2. Revisa la calidad de los productos
3. Organiza los productos en la bodega las líneas y referencia

▪ **Proceso de merchandising.** De este proceso se encargan la vendedora de la comercializadora.

1. Escoger la referencia que se desean ubicar en la vitrina
2. Ubicar de forma llamativa y estéticamente, según la línea, colores y diseños para colocarlos en la vitrina
3. Decoran la vitrina
4. Mantener organizada la vitrina y cada mes se debe realizar el cambio de diseño del calzado expuesto

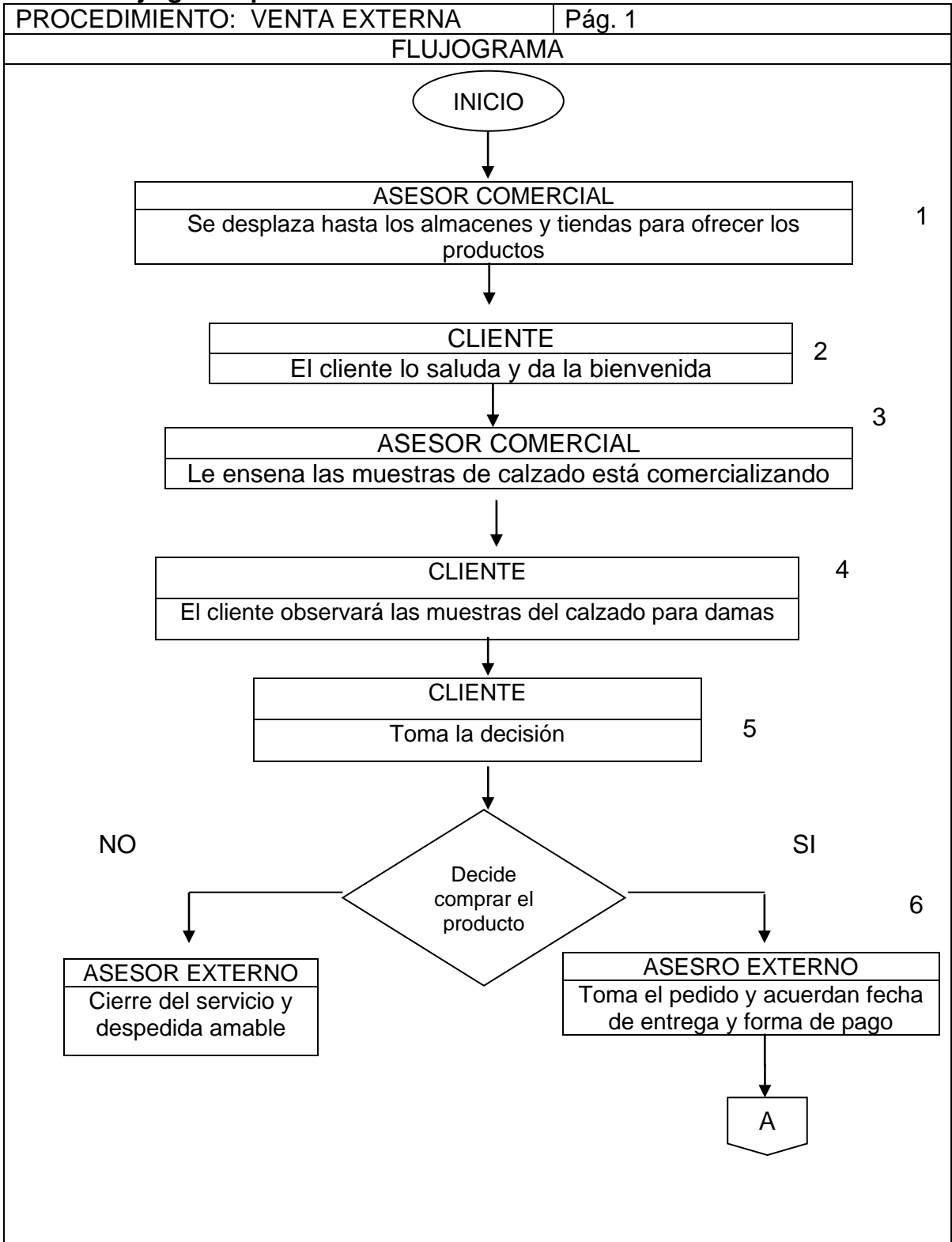
### 3.3.2.1 Flujo grama proceso de venta de mostrador

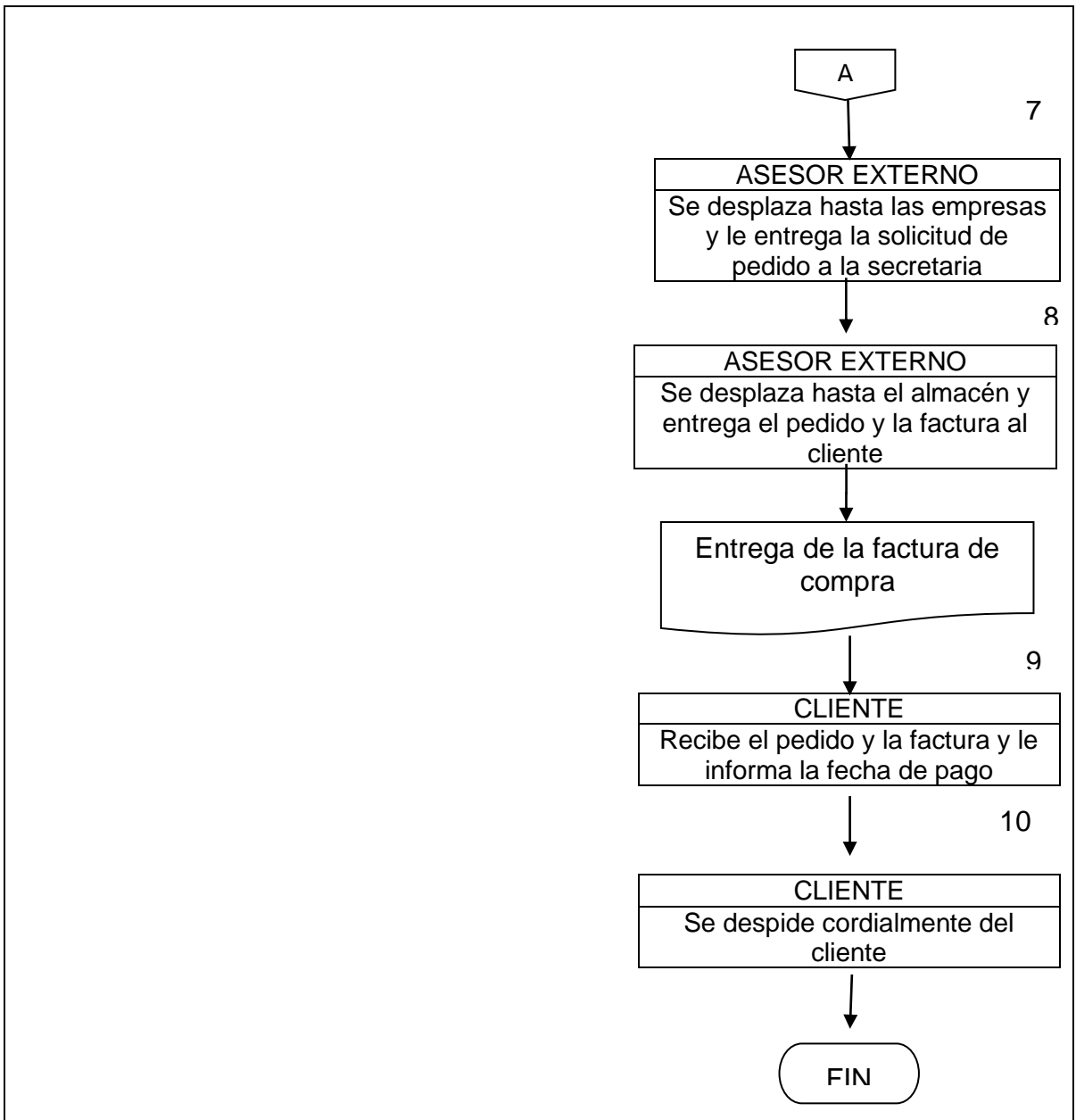




Fuente: Autora del proyecto

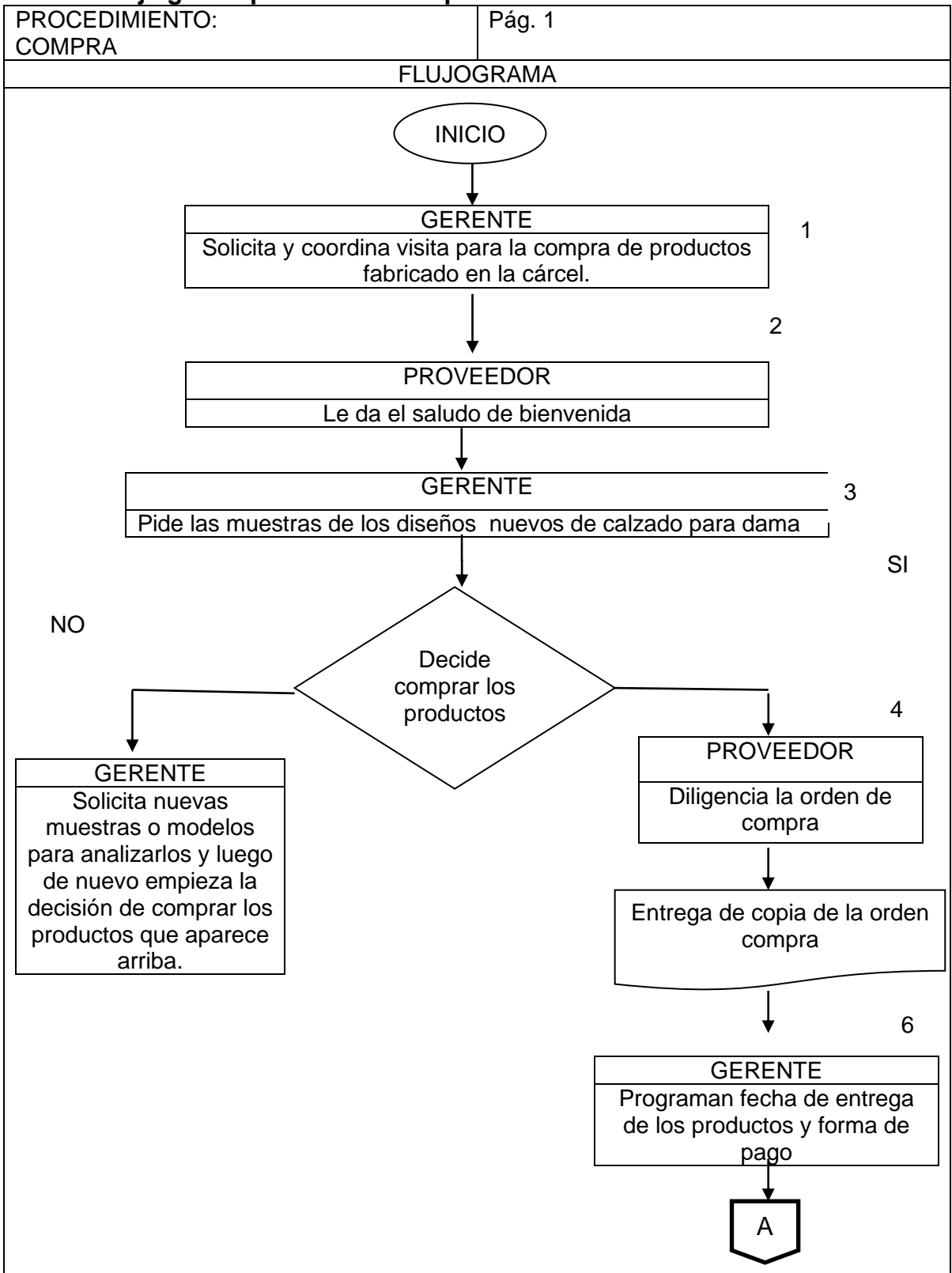
### 3.3.2.2 Flujo grama proceso de venta externa

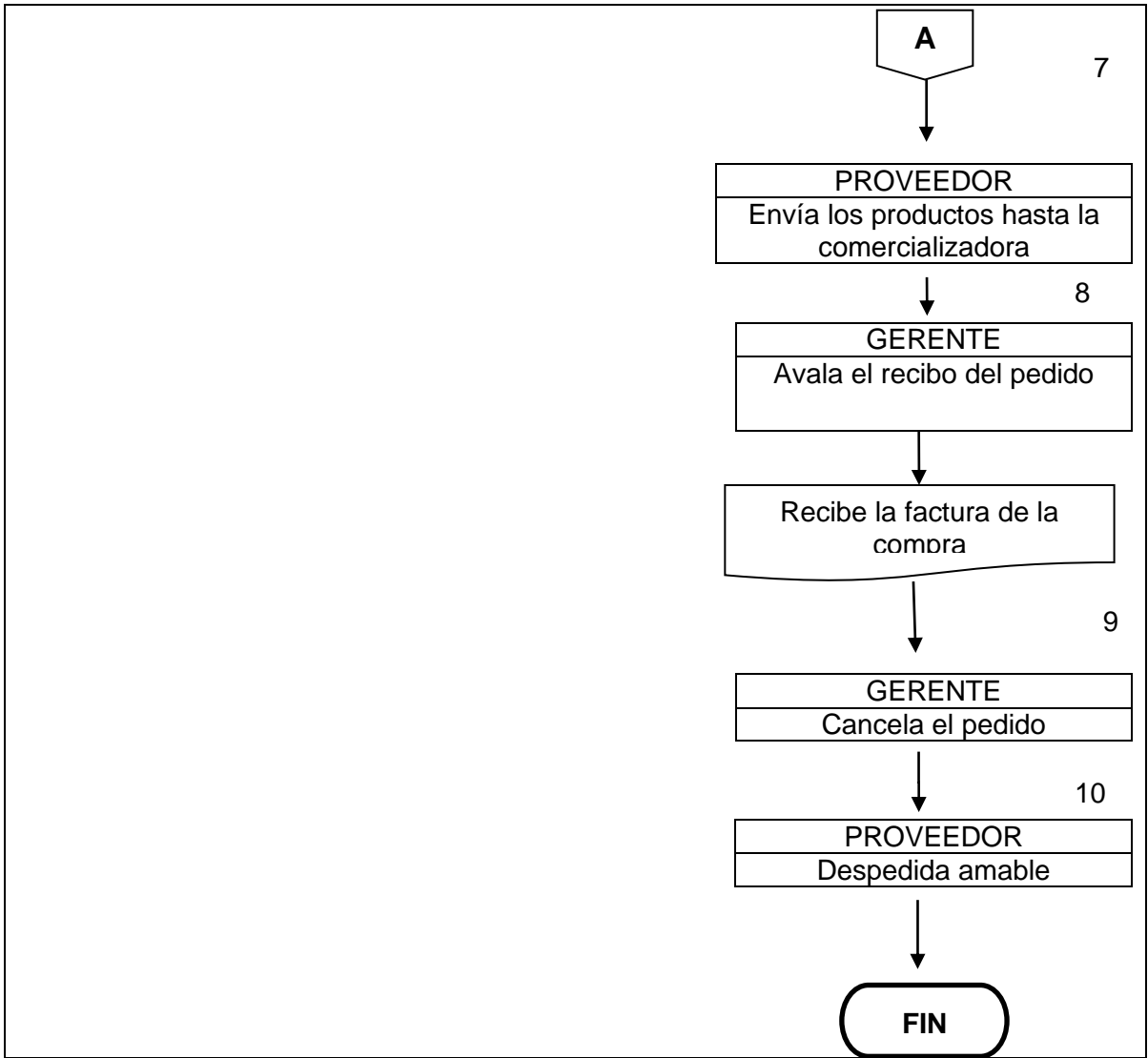




Fuente: Autora del proyecto

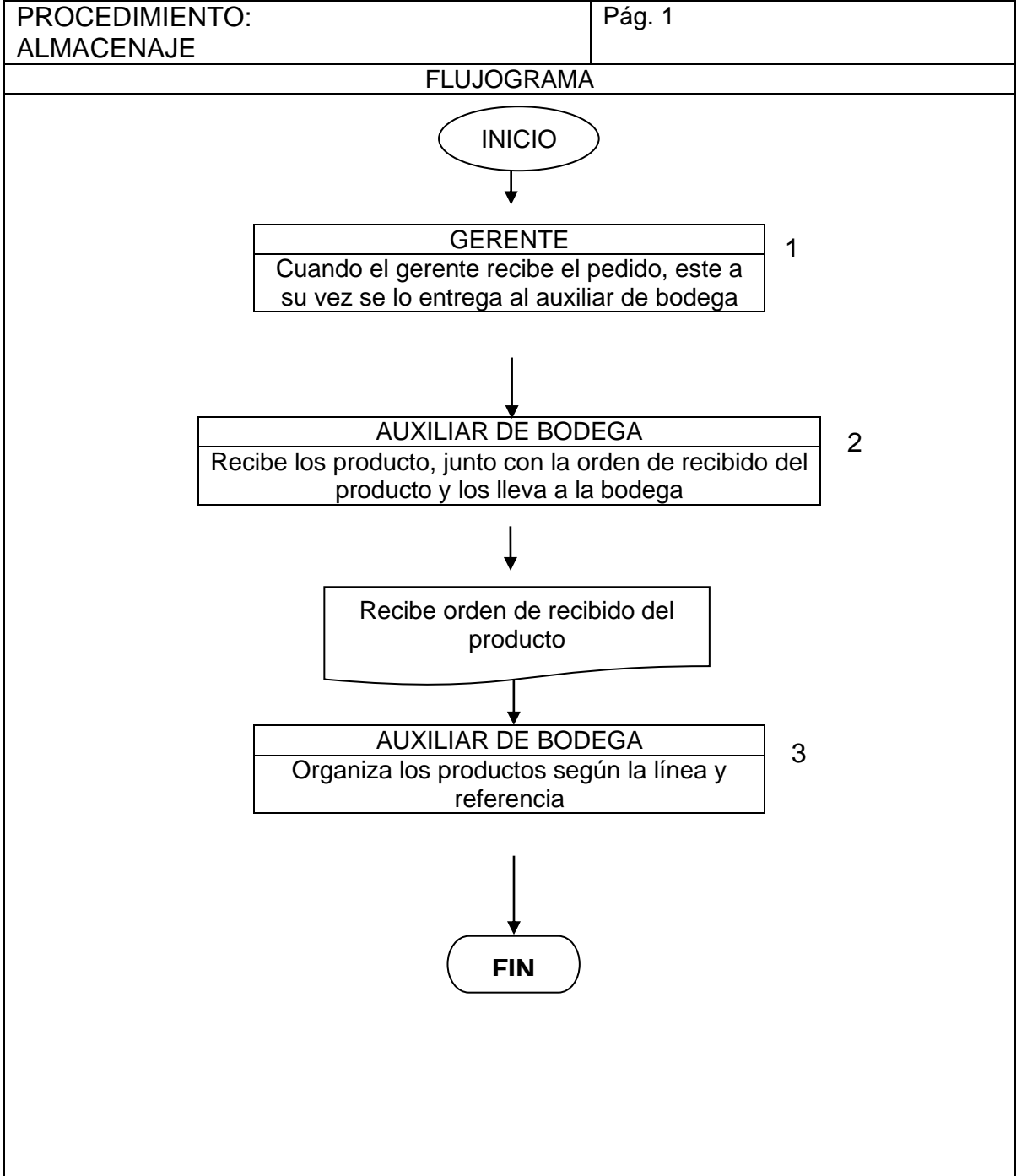
### 3.3.2.3 Flujo grama proceso de compra





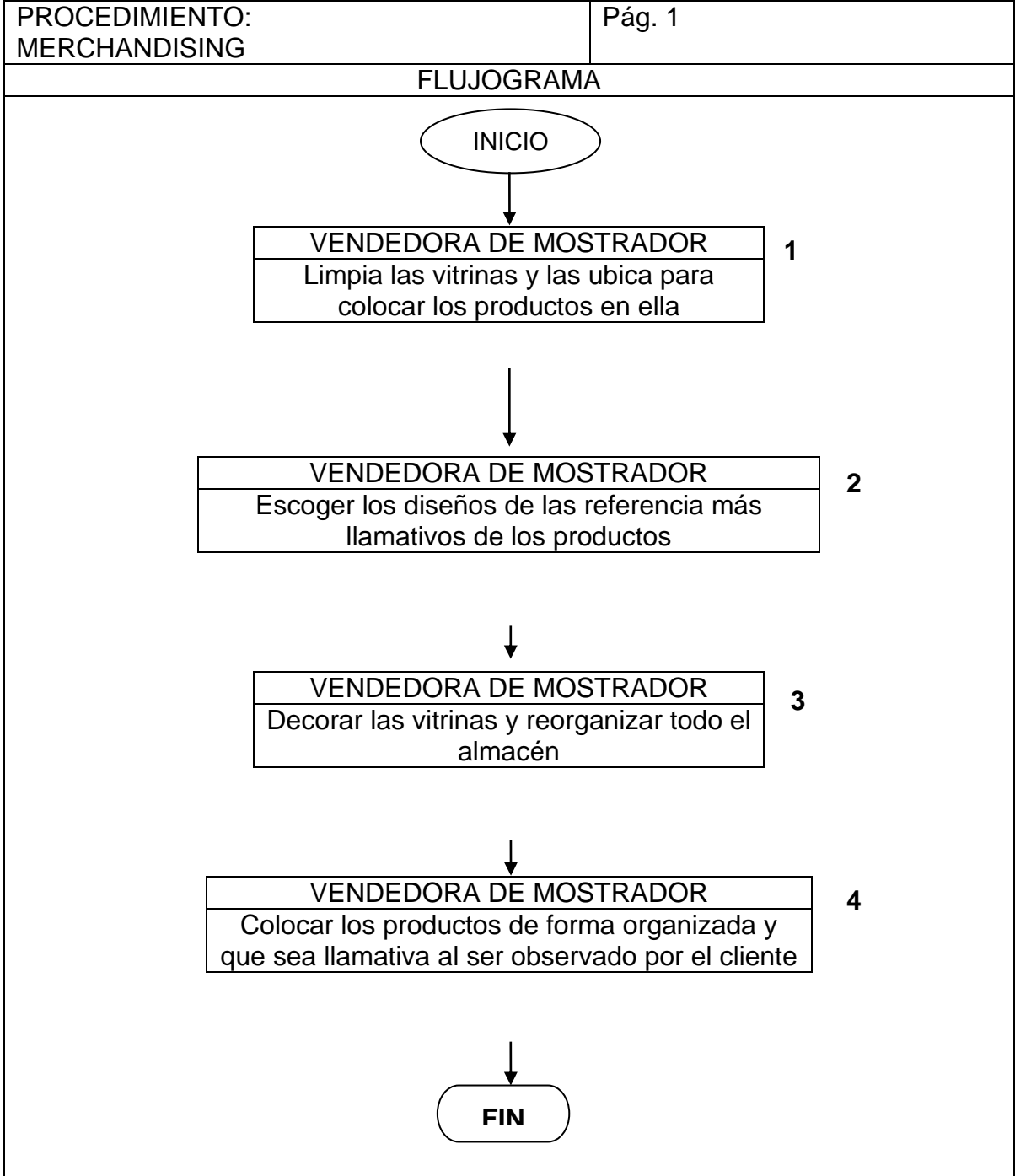
Fuente: Autora del proyecto

### 3.3.2.4 Flujo grama proceso de almacenajes



Fuente: Autora del proyecto

### 3.3.2.5 Flujo grama merchandising



Fuente: Autora del proyecto

**3.3.3 Control de calidad.** El proceso de control de calidad debe realizarse a los artículos que lleguen a la bodega de la comercializadora, consiste en revisar cada par de zapatos de forma visual, para detectar imperfectos por parte del auxiliar de bodega, teniendo en cuenta los siguientes aspectos.

- Que no tengan hilos o pegantes
- Los terminados estén perfectos
- El calzado debe estar sin manchas y limpios
- Los accesorios estén bien ubicados
- Cada par este con el número que le corresponda
- Los colores sean del mismo tono

El producto debe llegar a la comercializadora en cajas de cartón, identificadas con el nombre de la empresa, numero del calzado, color y referencia, para que sea más fácil su organización y al momento de la entrega al cliente se empacara en bolsa plásticas, para protegerlos de la humedad y el polvo.

Cuando el producto adquirido llegue a la comercializadora, se debe contar y revisar su estado físico, material, costura, herrajes y accesorios, etc., porque si hay productos defectuosos estos deberán ser devueltos al proveedor para que sean cambiados y/o arreglados y devueltos a la comercializadora, y si se encuentran en buen estado se almacenarán.

### 3.3.4 Recursos

**3.3.4.1 Recursos físicos.** Es la tecnología o equipos que se requieran para el desarrollo del proyecto son los siguientes:

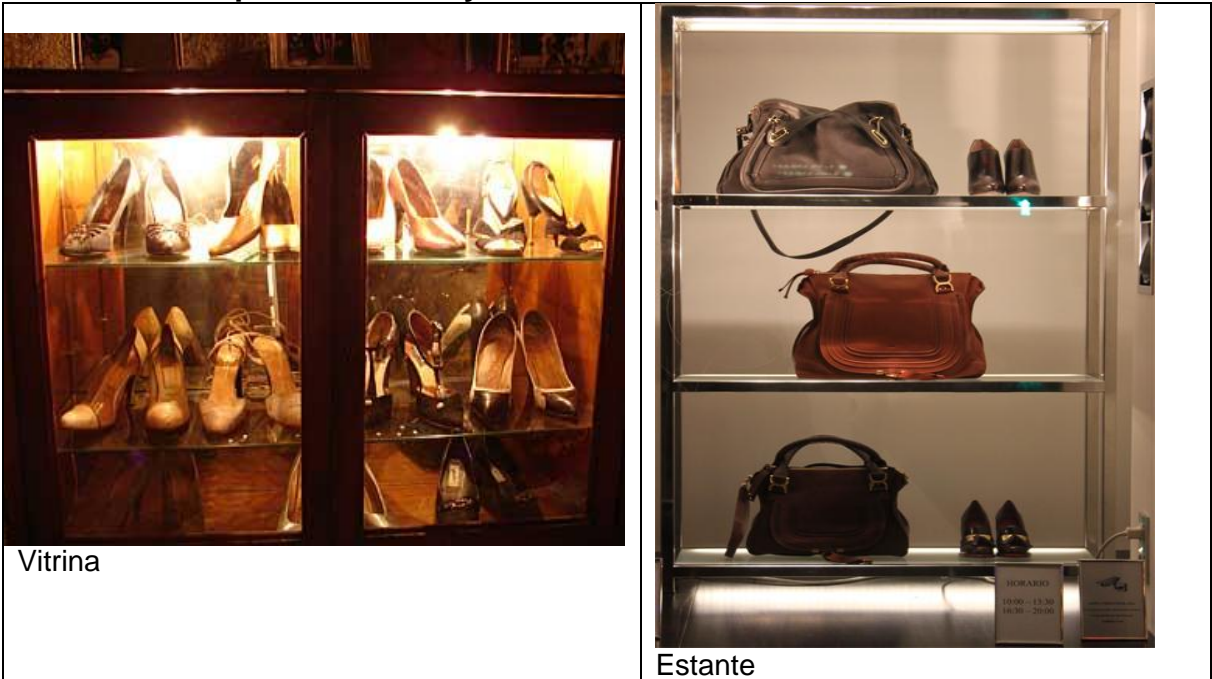
**Tabla 4. Muebles y enseres**

CONCEPTO	CANTIDAD
Vitrina exhibidores y guarda productos	2
Stand metálico para bodega 90x2	4
Escritorio en L de 150x150	1
Escritorio de 1,20x 50	1
Archivador de 4 gavetas	1
Silla verónica brazo	1
Silla básica giratoria	1
Sillas plásticas rimax	2
Espejo decorativo	1
Cuadro decorativos de los artículos	4
Equipo de sonido	1

Caja registradora	1
Paquete de luces internas	1
Aire acondicionado	1
Ventilador	2
Cafetera automática	1
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>

Fuente: Ver anexos

**Tabla 5. Principales muebles y enseres**



Vitrina

Estante



Fuente: Autoras del proyecto

**Tabla 5. Equipos de oficina**

CONCEPTO	CANTIDAD
Portátil Samsung 500 GB/ 46B/ core 13, incluye morral y base	1
Computador de mesa Samsung 500 GB/ 46B/ core 13, incluye morral y base	1
Estabilizador New Line 1000 va	1
Impresora multifuncional EPSON TX115	1
Impresora para facturación	1
Calculadora Casio DR – 120 LB 12 dígitos	1
Telefax Panasonic, con carta papel KX FT - 77	1
Teléfono Panasonic modelo KXTC-550	1
Cámara de seguridad	2
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

Fuente: Ver anexos

**3.3.4.2 Recurso humano.** La comercializadora contratará personal capacitado y con experiencia en ventas y atención al cliente, se contará con un gerente, una vendedora a los cuales se les asignará un salario de acuerdo a sus responsabilidades con las prestaciones de ley, que a su vez haga labores de secretariado, un asesor comercial que tendrá un básico más comisiones por ventas, el contador se remunerará por honorarios, un auxiliar de bodega contratado para laborar medio tiempo, cada vez que llegue producto nuevo a la comercializadora colaborará con su revisión y organización en la bodega.

**Tabla 6. Personal requerido**

<b>CARGOS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Gerente	1
Vendedora - Secretaria	1
Asesor comercial	1
Auxiliar de bodega	1

Fuente: Autora de proyecto

**3.3.4.2 Productos requeridos.** Es todo el calzado para dama que la comercializadora tendrá a la venta, manteniendo un inventario de 10 días de los productos.

**Tabla 7. Productos que se comprarían para comercializar en el primer año**

<b>REFERENCIAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>Zapatillas</b>	
350	1.685
420	1.685
380	1.685
251	1.685
250	1.685
281	1.685
<b>Sandalias</b>	
1252	1.906
1145	1.906
852	1.906
1530	1.906
1.240	1.906
890	1.906
1.130	1.906
<b>Botas</b>	
230	319
112	319

	175	319
	135	319
	147	318
<b>TOTAL</b>		<b>25.049</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**3.3.5 Análisis de proveedores.** El proyecto está diseñado para comercializar el calzado elaborado por los internos de la cárcel, como una estrategia para ayudar contribuir a programas de resocialización que implementa este centro carcelario en la ciudad, ya que actualmente no cuenta con un medio efectivo para comercializar los productos allí elaborados, porque actualmente se vende es de manera informal, lo cual no permite consolidar clientes potenciales.

El establecimiento penitenciario y carcelario de Barrancabermeja está ubicada en la carrera 5 No. 807 – calle 50 esquina, cuenta actualmente con 364 internos y la maquinaria necesaria para la producción de calzado de excelente calidad, y en actualidad no hay ninguna empresa que les comercialice sus productos, solo lo hacen entre personas conocidas que no compran grandes cantidades.

Para garantizar el suministro del calzado, en centro penitenciario elaborará un documento, donde se comprometen a suministrar el calzado que la comercializada requiera para prestar de forma óptima el servicio a sus clientes. Ver anexo C.

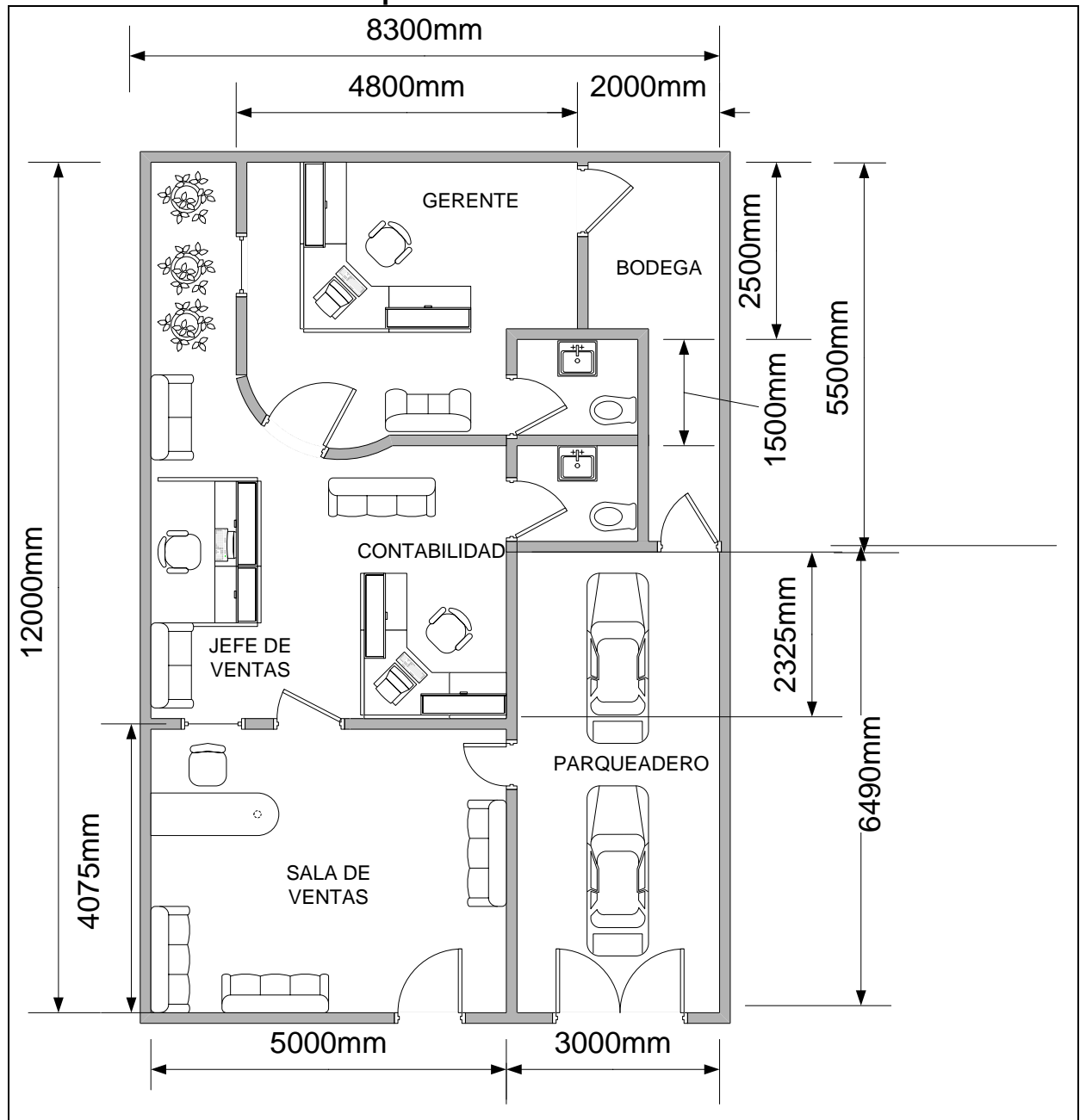
**3.3.6 Distribución de la planta.** Se define el tamaño de las áreas administrativas y operativas de la comercializadora.

**Tabla 8. Distribución de la comercializadora de calzado para damas Prestigio**

<b>ÁREA</b>	<b>ESPACIO</b>
Área de atención al cliente y exposición de artículos	9.075 m <sup>2</sup>
Áreas de oficinas	60.7 m <sup>2</sup>
Bodega	4,5 m <sup>2</sup>
Baños y bestier	7 m <sup>2</sup>
Pasillo	5.5 m <sup>2</sup>
Parqueadero	9.49 m <sup>2</sup>
Total área de la comercializadora	96,3 m <sup>2</sup>

Fuente: Autoras del proyecto

**Gráfico 7. Distribución de la planta**



Fuente: Autoras del proyecto

- **Mínima distancia recorrida.** Se ubicaran todos los equipos, muebles y enseres de forma adecuada para poder prestar un servicio sin desgaste de tiempo.

- **Flexibilidad.** Las instalaciones deben ajustarse de acuerdo al servicio que se desea prestar. Se tendrá una instalación semi-fija de los equipos, muebles y enseres.

**3.3.7 Logística de distribución.** Como se trata de comercializadora mediana, la logística de distribución es normal, el principal proveedor es el centro penitenciario de la ciudad ubicado la carrera 5 No. 807 – calle 50 esquina, ellos se encargarán de enviar los productos a la comercializadora debidamente empacados por servicio de mensajería, y luego este es recibido por el gerente y después ubicado por auxiliar del bodega en los estantes de la bodega de forma organizada.

Para la distribución de las ventas externas, el asesor comercial será el encargado de entregar a los clientes los productos adquiridos por ellos personalmente.

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

Se pudo establecer que la capacidad diseñada de este proyecto es de 31.687 de pares de zapatillas, sandalias y botas para damas.

La capacidad utilizada es de 25.049 pares de zapatos para el primer año de funcionamiento de la comercializadora, y a partir del segundo año tendrá un incremento del 5%, proyectado hasta el quinto año.

Después de haber realizado un análisis con el método de punto, este indica que la mejor opción donde se debe escoger las instalaciones de la comercializadora es la Carrera 15 No. 14-86 Barrio Buenos Aires, por la facilidad de acceso para los clientes y el sector es bastante seguro.

Como lo fundamental es comercializar el calzado elaborado por los internos del centro penitenciario, como apoyo a su proceso de resocialización, se tiene a esta institución como único proveedor de calzado, además cuenta con la maquinaria y equipos para distribuir un producto de calidad.

Con respecto a los recursos físicos requeridos por la comercializadora, en la ciudad hay proveedores que los suministren y de excelente calidad, también hay mano capacitada disponible en la ciudad Barrancabermeja que presten un buen servicio.

Se concluye que desde el estudio técnico, el proyecto es viable, pues se cuentan con todos los recursos necesarios para la puesta en marcha de la comercializadora.

## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

En este estudio se define la estructura organizacional, legal y jurídica de la comercializadora.

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

▪ **Constitución jurídica.** La nueva empresa se constituirá como Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S., es el nuevo tipo de sociedad creado por la ley 1258 de 2008, caracterizado por ser una estructura societaria de capital, con autonomía y tipicidad definida, regulada por normas de carácter dispositivo que permiten no sólo una amplia autonomía contractual en el diseño del contrato social, sino además la posibilidad de que los asociados definan las pautas bajo las cuales han de gobernarse sus relaciones jurídicas.

La nueva empresa se constituirá como Comercializa de calzado para damas **Prestigio S.A.S.**

El registro de la SAS es constitutivo, lo que implica que una vez inscrita la sociedad, forma una persona jurídica distinta de los socios. Mientras no se inscriba debidamente la sociedad, si es pluripersonal, funciona como una sociedad de hecho y si es unipersonal, el accionista responde personalmente por las obligaciones contraídas.

▪ **Constitución legal.** Toda SAS pueden constituirse por una o varias personas, se aclara que esta sociedad estará conformada por dos socio Angélica María Rueda y Candí Castro Martínez, aportando cada socio un valor de \$ 17.561.296, para un total de \$ 35.122.591.

La representante legal de la sociedad será Angélica María Rueda, identificada con cedula de ciudadanía No. 1.096.194.983 de Barrancabermeja, mediante la inscripción de cualquiera de los siguientes documentos:

a) Mediante documento privado, autenticado, reconocido o con presentación personal por su signatario (Párrafo 1 artículo 5° Ley 1258 de 2008, Artículo 40).

b) Mediante escritura pública de constitución, cuando hay aporte de inmuebles (Parágrafo 2° Artículo 5°, Artículos 6° y 7°), o cuando el accionista lo consideren de utilidad.

Cualquiera que sea el documento escogido debe contener los siguientes requisitos:

- Nombre, documento de identidad y domicilio del accionista (ciudad o municipio).
- Razón social seguida de las palabras Sociedad por Acciones Simplificada o SAS.

- Domicilio principal: ciudad o municipio elegido para desarrollar la actividad de la sociedad. Si en el acto de constitución se establecen sucursales se debe indicar el municipio donde estarán ubicadas.

- Término de duración: La SAS podrá tener término de duración indefinido. En todo caso, en ausencia de estipulación contractual el término de duración será indefinido.

▪ Es la forma de sociedad más común en Colombia entre las pequeñas y medianas empresas, principalmente porque permite la colaboración directa del socio en las actividades de la empresa, cuya relación está basada en el conocimiento y confianza mutua.

El capital se pagará en los plazos establecidos en los estatutos. Este plazo no podrá exceder el término de dos (2) años.

- Las SAS permite pactar la prohibición de negociar acciones, que en todo caso, no podrá exceder el término de diez (10) años, prorrogables por períodos de diez (10) años.

- Forma de administración: establecer en forma clara y precisa la forma de administración de los negocios sociales, con indicación de las atribuciones y facultades de los representantes legales y administradores.

- Nombre, identificación y facultad del administrador. Se debe designar, cuando menos un Representante Legal.

- Nombramientos: indicación del nombre, apellidos e identificación del representante legal, miembros de junta directiva (si está creado el órgano en sus estatutos), revisor fiscal, según el caso.

Para realizar la inscripción del documento de constitución y la matrícula de la SAS se deberá seguir los siguientes pasos:

- Presentar el documento de constitución con los requisitos mencionados en esta guía, junto con el formulario de matrícula de sociedades, diligenciado con la información solicitada, de manera exacta y fidedigna. Evite tachones y enmendaduras.

- Cancelar el valor de los derechos de inscripción correspondientes al documento de constitución y la matrícula mercantil de la sociedad, los cuales liquidará el cajero de la respectiva cámara de comercio, con base en el capital suscrito de la sociedad.

- Diligenciar el formulario adicional de registro para fines tributarios, con el propósito de tramitar el Número de Identificación Tributaria (NIT), quedar inscrito en el Registro Único Tributario (RUT) que lleva la DIAN, y en el Registro de Información Tributaria (RIT) que lleva la Secretaría de Hacienda del Distrito, si fuere el caso.

▪ **Legalización Comercial.** Hace referencia a la inscripción y obtención de registro y matrícula mercantil en la Cámara de Comercio. Tratándose de personas jurídicas adicionalmente deben registrarse ante la notaria.

El procedimiento para la legalización comercial de las sociedades de responsabilidad limitada, es la siguiente:

- Carta de estudio del nombre comercial, ante la Cámara de Comercio.
- Realización ante un notario público de la correspondiente escritura pública, debidamente autenticada. Dicha escritura debe contener por lo menos la razón social del nuevo negocio, nombres completo de los socios, domicilio comercial, capital social aportado, facultades del representante legal y nombramientos respectivos.
- Dentro del mes siguiente a la fecha de otorgamiento de la Escritura Pública, el Representante Legal debe presentar en la oficina de Registro Mercantil de la Cámara de Comercio con los siguientes documentos:
  - Copia notarial de la escritura pública de constitución.
  - Formulario de la matricula mercantil correctamente diligenciado.
  - Carta de aceptación de los representantes legales y miembros de la junta directiva con la firma autenticada, indicando el número de documento de identidad.
  - Carta de apertura del establecimiento de comercio, firmada por el representante legal.
- Una vez se haya obtenido la aprobación se procederá a solicitar el Certificado de Existencia y Representación Legal de la sociedad.
- Realizada correspondiente matricula mercantil, se procede a la inscripción y registros de los libros mercantiles. Estos libros están conformados por:  
Libros de actas de la Junta de Socios  
Libros de Contabilidad; caja, diario, mayor, balances e inventarios  
Para la inscripción y registros de libros mercantiles, el Representante Legal, debe solicitar y diligenciar el formulario respectivo en la oficina del registro Mercantil de la Cámara de comercio.

▪ **Legislación Laboral.** Hace referencia a las prestaciones de pago indirecto que la nueva empresa debe realizar a las diferentes instituciones públicas y privadas. La ley 100 de 1993, contiene la reglamentación en materia de Seguridad Social, la cual busca fundamentalmente darle al país un nuevo Sistema General de Seguridad Social que proporcione cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económicas de los Colombianos.

La Seguridad Social es un servicio público de carácter obligatorio que se prestara bajo la dirección, coordinación y control del estado, en sujeción a los principios de la eficiencia, universalidad y solidaridad en los términos que establezca la ley.

La ley 100 de 1993 define claramente las obligaciones que el empleador tiene para con el trabajador por concepto de prestaciones sociales de afiliarlos a una EPS, Fondo de Pensiones, ARP y Caja de Compensación, las cuales tienen la obligación de apropiar una nueva empresa. Véase la tabla No. 9. Prestaciones sociales de pago directo e indirecto a cargo del patrono.

**Tabla 9. Porcentajes de prestaciones sociales**

<b>PRESTACIONES SOCIALES</b>	<b>FACTOR</b>
<b>Prestaciones de pago directo</b>	
Cesantías	8.33%
Intereses de Cesantías	1%
Vacaciones anuales	4.17%
Prima de servicios	8.33%
Total de prestaciones de pago directo	21.83%
<b>Prestaciones de pago indirecto</b>	
Seguridad Social	
Aportes a E.P.S.	8.5%
Aporte a A.F.P. año 2011	12%
Aportes A.R.P. Clase III	2.436%
<b>Aportes Parafiscales</b>	
Caja de compensación familiar	4%
SENA	2%
I.C.B.F.	3%
Total prestaciones de pago indirecto	31.936%
<b>TOTAL FACTOR PRESTACIONAL A CARGO DEL PATRONO</b>	<b>53.766%</b>

Fuente: Cartilla Laboral LEGIS 2011

## **4.2 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Con el propósito de definir algunos aspectos culturales y organizacionales, se establecerán principios sobre bases de parámetros de los cuales se regirá la comercializadora.

- Visión
- Misión
- Objetivos
- Políticas

**4.2.1 Visión.** La comercializadora Prestigio S.A.S., de calzado para damas, se proyectará para 2016, en ser la principal de las dos que hay en la ciudad, brindando productos de diseños novedosos, excelente calidad para la satisfacción del cliente, brindando la oportunidad de desarrollo económico del sector y con personal calificado para brindar un buen servicio.

**4.2.2 Misión.** Prestigio S.A.S., comercializadora ofrecerá zapatillas, sandalias y botas; en la ciudad de Barrancabermeja para almacenes, tiendas y público en general que estén interesados en comprar los productos, garantizando un

excelente servicio a todos los clientes, con la ayuda de todo el recurso humano honesto, capacitado y responsable que se contrate en la comercializadora.

**4.2.3 Objetivos.** Prestigio S.A.S., comercializadora implementará sus objetivos, para cumplir con las metas a corto y largo plazo, donde lo fundamental es el posicionamiento en el mercado del calzado elaborado por los internos del penal de la ciudad, logrando la satisfacción del cliente interno y externo.

- Nombre y tipo de sociedad a constituir
- Constituir legalmente la empresa, cumpliendo con los requisitos legales vigentes de la ley Colombiana.
- Establecer estrategias que permitan una buena distribución y comercialización de los productos de la empresa.
- Satisfacer las necesidades de todos los clientes, internos y externos, para que el consumidor final se sienta satisfecho del producto que ha adquirido.
- Mantener siempre un ambiente de trabajo armonioso, donde prime los derechos de los trabajadores y de los clientes, prestando un servicio responsable y con ética.

#### **4.2.4 Políticas**

**4.2.4.1 Políticas de personal.** Se contratará personal capacitado y con experiencia en ventas de producto y artículos en cuero y material sintético.

Para incorporar al personal a la comercializadora, se tendrán en cuenta los siguientes pasos:

Publicar en internet o el periódico local sobre las vacantes que hayan en la empresa, indicando el perfil, años de experiencia y salario.

Recepción de las hojas de vida y selección de las mismas de acuerdo al perfil requerido

Llamar a todo el personal de las hojas de vida seleccionados, para entrevista y pruebas psicotécnicas y de conocimiento.

Verificar referencias y realizar la revisión de las pruebas realizadas

Del personal que obtuvo mejores resultados en las pruebas, llamar para la entrevista definitiva

Se elige la persona a contratar y se comienza los trámites para la firma del contrato y sus respectivas afiliaciones de ley.

Los contratos serán a término fijo, por un tiempo de dos meses, que es el periodo de prueba, y si la persona contratada cumple con las expectativas requeridas por la comercializadora, el contrato será renovado, esta vez por un periodo de un año.

Todo el personal que labore en el tiempo ordinario será contratado bajo estas condiciones laborales.

El contrato del contador será por honorarios, debido a que no se requiere de sus servicios en forma permanente.

El recurso humano de la empresa deberá distinguirse por su excelencia al momento de ofrecer y prestar el servicio, atención, cortesía, amabilidad, eficiencia y eficacia y una muy buena presentación.

El horario establecido para desempeñar labores es de lunes a viernes de 8:00 a.m. y 2:00 p.m. – 6: 00 p.m., los sábados de 8:30 a.m. – 12: 00 m.

**4.2.4.2 Políticas de compras.** El gerente es el encargado de decidir y realizar todas las compras de la comercializadora, para su normal funcionamiento.

Debe escoger el proveedor que mejor producto y precio le ofrezca en cuanto a los insumos normales de funcionamiento, para el suministro de calzado solo se tendrá el centro penitenciario de la ciudad, objeto de este proyecto.

El también establecerá la forma de pago a cada, para cada uno de los proveedores y dependiendo de las políticas y el flujo de dinero en la comercializadora.

Cuando se hayan concretado todos los anteriores procedimientos, se enviara la orden de compra y las salidas de dinero y confirmar el envío de las compras.

**4.2.4.3 Políticas de ventas.** La comercializadora Prestigio S.A.S., tendrá una vitrina en las instalaciones para que cualquier persona se acerque y adquiera el producto que desee, contará con un asesor comercial que se desplazará hasta los almacenes y tiendas que se dediquen a la venta de calzado.

Para los clientes minorista, la política de pago es de contado, y para los mayoristas a crédito no mayor a 15 días.

La comercializadora ofrece garantía de todos los productos vendidos a los clientes, esta se establece de la siguiente manera; se establece un tiempo de 8 días calendarios para hacer devoluciones y reclamos.

A través de los medios de comunicación seleccionados dar a conocer la existencia de la comercializadora Prestigio S.A.S., de calzado para damas.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA COMERCIALIZADORA

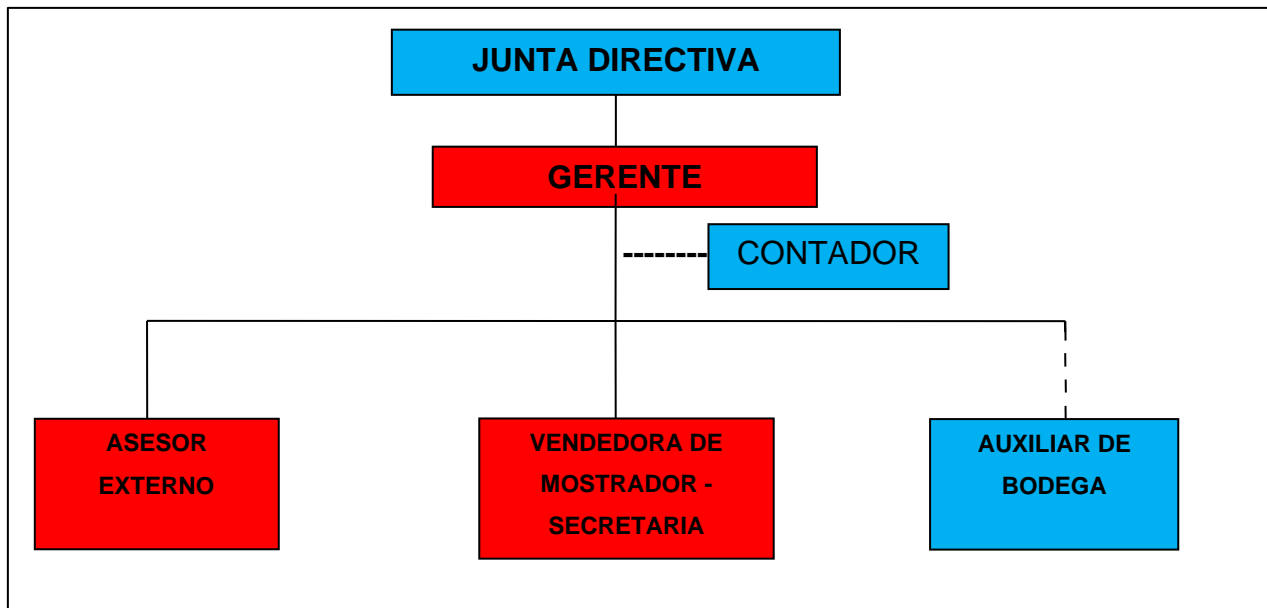
Su estructura organizacional está compuesta de las siguientes áreas:

Área administrativa y financiera: Se encarga del manejo administrativo y de personal, contratación del personal para las actividades propias de la empresa, logística de los servicios y una parte de la labor de mercadeo. Financiera, inversión para la empresa, costos, gastos, egresos e ingresos.

Área operativa: Corresponde a toda la organización de la mercancía cuando esta llegue a la comercializadora.

**4.3.1 Organigrama.** Prestigio S.A.S., tendrá el siguiente organigrama, como base fundamental para organizar sus puestos de trabajo.

**Figura 8. Organigrama de Prestigio S.A.S.**



Fuente: Autoras del proyecto

**4.3.2 Descripción y perfil de cargos.** A continuación se presenta la descripción y especificaciones de cada cargo creado en la comercializadora, con el perfil y las responsabilidades y deberes propios de cada cargo.

**Tabla 10. Descripción y perfil del gerente**

COMERCIALIZADORA PRESTIGIO S.A.S. CALZADO PARA DAMAS CARGO: GERENTE		
NOMBRE DEL CARGO: Gerente	CODIGO: CMD-01	FECHA: 09-12-2011
SECCION: Administración	CARGO JEFE INMEDIATO: Junta de socios	
	No. DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
FUNCION PRINCIPAL	Ejecución de labores de planeación, organización, dirección y control en la administración y gestión en la comercializadora.	
EDUCACIÓN	Profesional en Gestión Empresarial, o Administración de Empresas.	
RESPONSABILIDAD	SUPERVISION: Se encarga de supervisar las labores que realiza de todo el personal de la comercializadora. CONTACTOS: Con personas externas para mercadeo de los servicios y proveedores. MANEJO DE VALORES: Todos los generados por la empresa en las entradas y salidas de dinero.	
<b>DETALLE DE FUNCIONES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ejercer la representación comercial de la comercializadora</li> <li>▪ Liderar y velar por el cumplimiento de la misión, visión, los principios y valores organizacionales de la empresa.</li> <li>▪ Cumplir y hacer cumplir las políticas, reglamentos, normas y procedimientos vigentes en la empresa.</li> <li>▪ Atención, servicio y asesoría al cliente.</li> <li>▪ Encargado de la logística y desarrollo de estrategias de acuerdo a las directrices generales por la junta de socios para el posicionamiento de la comercializadora.</li> <li>▪ Planear, organizar ejecutar y controlar todas las actividades de la empresa.</li> <li>▪ Escuchar las inquietudes y subgerencias de los clientes.</li> <li>▪ Responder por la toma de decisiones en los aspectos operativos, administrativos y financieros de la empresa.</li> <li>▪ Atender a los proveedores y realizar control de facturas y pagos realizados.</li> <li>▪ Velar por el buen uso de los bienes físicos de la comercializadora.</li> </ul>		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA


Fuente: Autoras del proyecto

Tabla 11. Descripción y perfil de la vendedora - Secretaria

<p>COMERCIALIZADORA PRESTIGIO S.A.S. CALZADO PARA DAMAS CARGO: VENDEDORA - SECRETARIA</p>		
<p>NOMBRE DEL CARGO: Vendedora - Secretaria</p>	<p>CODIGO: CMD-02</p>	<p>FECHA: 09-12-2011</p>
<p>SECCION: Administración y ventas</p>	<p>CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente</p>	
	<p>No. DE CARGOS IGUALES: Ninguno</p>	
<p>FUNCION PRINCIPAL</p>	<p>Atender a los clientes que lleguen a comprar en las instalaciones de comercializadora.</p>	
<p>EDUCACIÓN</p>	<p>Formación técnica en ventas o mercadeo.</p>	
<p>RESPONSABILIDAD</p>	<p>SUPERVISION: Ninguno CONTACTOS: Clientes proveedores MANEJO DE VALORES: Todos los generados por la venta de mercancía.</p>	
<p>DETALLE DE FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atender los clientes que lleguen a la comercializadora</li> <li>▪ Contestar el teléfono</li> <li>▪ Recibir y enviar correspondencia</li> <li>▪ Llevar control sobre las venta de la vitrinas</li> <li>▪ Generar facturas por las ventas hechas</li> <li>▪ Entregar orden de despacho de pedido al auxiliar de bodega</li> <li>▪ Mantener limpio y organizado la sala de ventas</li> <li>▪ Organizar la vitrinas, donde este expuesto el calzado</li> <li>▪ Cuidar todos los bienes físicos que estén a su cargo</li> </ul>		
<p>EMPLEADO</p>	<p>JEFE INMEDIATO</p>	<p>ANALISTA</p>


Fuente: Autoras del proyecto

Tabla 12. Descripción y perfil del contador

COMERCIALIZADORA PRESTIGIO S.A.S. CALZADO PARA DAMAS CARGO: CONTADOR		
NOMBRE DEL CARGO: Contador	CODIGO: CMD-03	FECHA: 09-12-2011
SECCION: Administración	CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
	No. DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
FUNCION PRINCIPAL	Llevar la contabilidad de la comercializadora.	
EDUCACIÓN	Contador público	
RESPONSABILIDAD	SUPERVISION: Ninguno CONTACTOS: Secretaria MANEJO DE VALORES: Ninguno	
DETALLE DE FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Contabilizar todos los ingresos y egresos de la comercializadora</li> <li>▪ Sacar balances, flujo de cajas y estado de pérdidas y ganancias</li> </ul>		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA

Fuente: Autoras del proyecto


Tabla 13. Descripción y perfil del Asesor externo

COMERCIALIZADORA PRESTIGIO S.A.S. CALZADO PARA DAMAS CARGO: ASESOR EXTERNO		
NOMBRE DEL CARGO: Asesor externo	CODIGO: CMD-04	FECHA: 09-12-2011
SECCION: Ventas	CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	
	No. DE CARGOS IGUALES: Ninguno	
FUNCION PRINCIPAL	Comercializar el calzado de la empresa	
EDUCACIÓN	Técnico Profesional en ventas o mercadeo	

RESPONSABILIDAD	SUPERVISION: Ninguno CONTACTOS: Gerente, secretaria y clientes MANEJO DE VALORES: Dinero por las ventas hechas de contado.	
DETALLE DE FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Captar nuevos clientes</li> <li>▪ Comercializar el calzado que ofrece la comercializadora</li> </ul>		
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA

Fuente: Autoras del proyecto

**Tabla 14. Auxiliar de bodega**

<p>COMERCIALIZADORA PRESTIGIO S.A.S. CALZADO PARA DAMAS CARGO: AUXILIAR DE BODEGA</p>			
NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar de bodega	CODIGO: CMD-05	FECHA: 09-12-2011	
SECCION: Bodega	CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente		
	No. DE CARGOS IGUALES: Ninguno		
FUNCION PRINCIPAL	Comercializar el calzado de la empresa		
EDUCACIÓN	Haber culminado el bachillerato		
RESPONSABILIDAD	SUPERVISION: Ninguno CONTACTOS: Gerente y secretaria MANEJO DE VALORES: Ninguno		
DETALLE DE FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Recibir la mercancía comprada por la comercializadora</li> <li>▪ Organizar toda la mercancía en la bodega</li> <li>▪ Mantener limpia la mercancía almacenada y la bodega</li> <li>▪ Velar por todos los bienes físicos que estén a su cargo</li> </ul>			
EMPLEADO	JEFE INMEDIATO	ANALISTA	

Fuente: Autoras del proyecto

**4.3.3 Asignación salarial.** El pago de los sueldos se realizará quincenalmente, el cual estará comprendido en una escala que comenzará con un salario mínimo legal vigente mensual y se irá incrementado de acuerdo a la jerarquía y responsabilidades de cargo.

**Tabla 15. Asignación salarial**

CARGO	HONORARIOS	ASIGNACIÓN SALARIAL QUINCENAL
Gerente		\$ 1.071.200 (2 SMMLV)
Vendedora - Secretaria		\$ 798.750 (1.25 SMMLV)
Contador	\$ 500.000	
Vendedor externo		Básico \$ 400.000 + comisiones del 1% por ventas
Auxiliar de bodega	Trabaja medio tiempo	\$ 535.600 ( 1 SMMLV)

Fuente: Autoras del proyecto

Las prestaciones de ley serán pagadas en su totalidad, otorgando además subsidios de transporte y la dotación a los empleados que estén cobijados por este beneficio (asignación salarial menor o igual a un SMMLV). El contador de la empresa devengará honorarios por valor de \$ 500.000 por los servicios mensuales prestados.

Igualmente del sueldo asignado le serán descontados los respectivos aportes correspondientes al trabajador para el pago a las E.P.S. y A.F.P. Por concepto de salud y pensión.

Las prestaciones sociales ordinarias se pagaran de conformidad con la ley 100 de 1993, como corresponda según el pago directo al trabajador o pago indirecto a través de instituciones oficiales y privadas como es el caso de seguridad social, I.C.B.F y SENA y Subsidio Familiar.

La dotación de calzado y vestuario, reglamentada por medio de la ley 11 de 1984, se realizará a los trabajadores de planta que devenguen menos dos salarios mínimos legal vigente (2) SMLV.

#### **4.4 CONCLUSIONES DE VIABILIDAD ADMINISTRATIVA, LEGAL Y JURÍDICA DEL PROYECTO**

Se determinó que la comercializadora se constituirá como una Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S., pues esta brinda muchos beneficios a sus socios, se eligió el representante legal entre los dos socios.

Para tener bases sólidas de las metas a corto y largo plazo, se creó la visión, misión, objetivos y políticas, con el objeto de tener más claro la razón de ser de la empresa. La estructura organizacional comienza con la junta de socios, un gerente y demás empleados administrativos y operativos, que van acorde a los servicios que ofrece la comercializadora, también se realizó la descripción de los perfiles de cada cargo, responsabilidades y deberes de todo el personal que se contrate.

La asignación salarial se hizo, teniendo en cuenta las responsabilidades de cada cargo y experiencia que se requiere del personal contratado para desempeñar su labor en la comercializadora.

Teniendo en cuenta todos los aspectos ya mencionados se concluye que desde el análisis de este estudio, el proyecto es viable y no presenta ninguna restricción.

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

Con este estudio financiero se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total incurrido en el proceso operativo, administrativos, y de venta de distribuir el calzado; los egresos e ingresos esperados, que servirán como base para la toma de decisiones en cuanto a la viabilidad del proyecto.

Las proyecciones financieras se desarrollarán teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Inversiones
- Costos
- Presupuesto ingresos y egresos
- Punto de equilibrio
- Flujo de caja proyectado
- Estado de resultado proyectado
- Balance general proyectado
- Cálculo de razones financieras

**5.1. INVERSIONES.** Las inversiones del proyecto comprende la adquisición de todos los activos necesarios para iniciar las operaciones en la comercializadora.

Estas se clasifican de acuerdo a su naturaleza así:

- Inversión fija o tangible
- Inversión diferida
- Capital de trabajo o Inversión corriente

**5.1.1 Inversión Fija.** Son todos aquellos activos tangibles requeridos para el funcionamiento de la comercializadora.

**5.1.1.1 Muebles y enseres.** Son todos los implementos necesarios para el óptimo funcionamiento de la comercializadora.

### Cuadro 50. Inversión fija

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO CON IVA \$	VALOR TOTAL CON IVA \$
Vitrina exhibidoras y guarda productos	2	\$ 650.000	\$ 1.300.000
Stand metálico para bodega 90x2	5	\$ 90.000	\$ 450.000

Escritorio en L de 150x150	1	\$ 590.000	\$ 590.000
Escritorio de 1,20x 50	1	\$ 200.000	\$ 200.000
Archivador de 4 gavetas	1	\$ 270.000	\$ 270.000
Silla verónica brazo	1	\$ 360.000	\$ 360.000
Silla básica giratoria	1	\$ 180.000	\$ 180.000
Sillas plásticas rimax	2	\$ 22.000	\$ 44.000
Espejo decorativo	2	\$ 115.000	\$ 230.000
Cuadro decorativos de los artículos	4	\$ 105.000	\$ 420.000
Equipo de sonido	1	\$ 650.000	\$ 650.000
Caja registradora	1	\$ 800.000	\$ 800.000
Paquete de luces internas	1	\$ 150.000	\$ 150.000
Aire acondicionado	1	\$ 900.000	\$ 900.000
Ventilador	2	\$ 70.000	\$ 140.000
Cafetera automática	1	\$ 174.900	\$ 174.900
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>\$ 5.326.900</b>	<b>\$ 6.858.900</b>

Fuente: Ver cotizaciones

**5.1.1.2 Flota y equipo de transporte.** Vehículo necesario para la distribución de la mercancía.

**Cuadro 51. Vehículo**

VEHÍCULO	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL
Camioneta Toyota	1	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>\$ 12.000.000</b>	<b>\$ 12.000.000</b>

Fuente: Ver cotizaciones

**5.1.1.3 Equipos de oficina.** Son todos los equipos de cómputo y comunicación necesarios para prestar un buen servicio.

**Cuadro 52. Equipos de oficina**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO CON IVA \$	VALOR TOTAL CON IVA \$
Portátil Samsung 500 GB/ 46B/ core 13, incluye morral y base	1	\$ 1.239.000	\$ 1.239.000
Computador de mesa Samsung 500 GB/ 46B/ core 13.	1	\$ 1.100.000	\$ 1.100.000
Estabilizador New Line 1000 va	1	\$ 50.000	\$ 50.000
Impresora multifuncional EPSON TX115	1	\$ 130.000	\$ 130.000

Impresora para facturación	1	\$ 500.000	\$ 500.000
Calculadora Casio DR – 120 LB 12 dígitos	1	\$ 9.500	\$ 9.500
Telefax Panasonic, con carta papel KX FT - 77	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Teléfono panasonic modelo KXTC-550	1	\$ 40.000	\$ 40.000
Cámara de seguridad	2	\$ 600.000	\$ 1.200.000
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>\$ 4.068.500</b>	<b>\$ 4.668.500</b>

Fuente: Ver cotizaciones

**5.1.1.4 Total de inversión fija.** Es el valor total de la inversión fija para la comercializadora.

**Cuadro 53. Total inversión fija**

CONCEPTO	VALOR TOTAL CON IVA
Muebles y enseres	\$ 6.858.900
Vehículo	\$ 12.000.000
Equipos de oficina	\$ 4.668.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.527.400</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.2 Inversión diferida.** Esta inversión se realiza sobre los servicios y derechos necesarios para el funcionamiento de la comercializadora, como son: estudio de factibilidad, licencia de funcionamiento, escritura pública, registro de libros y documentos, registro mercantil, software de inventarios y contabilidad, lanzamiento e imprevistos.

**Cuadro 54. Total inversión diferida**

DESCRIPCIÓN	VALOR \$
Estudio de factibilidad	\$ 2.300.000
Licencia de funcionamiento	\$ 300.000
Escritura de constitución	\$ 378.000
Registro de libros y documentos	\$ 9.000
Registro mercantil	\$ 1.719.230

Software de inventarios y contabilidad	\$ 1.702.500
Lanzamiento y publicidad	\$ 2.117.078
Imprevistos	\$ 450.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8.975.808</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.3 Inversión de capital de trabajo.** Son todos los activos corrientes, para el funcionamiento de la comercializadora en su primer mes.

**5.1.3.1 Costo de prestar el servicio.** Son todos recursos físicos, necesarios para la comercializadora prestar un óptimo servicio.

**5.1.3.1.1 Costo de la mercancía.** Son todos los productos requeridos por la comercializadora, para distribuir entre sus clientes.

**Cuadro 55. Total de la mercancía a comprar en material sintético**

AÑO 1	REFERENCIAS	CANTIDADES A VENDER	INVENTARIO INICIAL	INVENTARIO FINAL 10 DÍAS	CANTIDADES A COMPRAR
Zapatillas	350	1.639		46	1.685
	420	1.639	46	46	1.685
	380	1.639	46	46	1.685
	251	1.639	46	46	1.685
	250	1.639	46	46	1.685
	281	1.639	46	46	1.685
Sandalias	1252	1.855		52	1.906
	1145	1.855	52	52	1.906
	852	1.855	52	52	1.906
	1530	1.855	52	52	1.906

	1.240	1.855	52	52	1.906
	890	1.855	52	52	1.906
	1.130	1.855	52	52	1.906
Botas	230	311		9	319
	112	311	9	9	319
	175	311	9	9	319
	135	311	9	9	319
	147	310	9	9	319
Zapatillas	350	1.721		48	1769
	420	1.721	48	48	1769
	380	1.721	48	48	1769
	251	1.721	48	48	1769
	250	1.721	48	48	1769
	281	1.721	48	48	1769
Sandalias	1252	1.948		54	2002
	1145	1.948	54	54	2002
	852	1.948	54	54	2002
	1530	1.948	54	54	2002
	1240	1.948	54	54	2002
	890	1.948	54	54	2002
	1130	1.948	54	54	2002
Botas Año 2	230	326		9	335
	112	326	9	9	335
	175	326	9	9	335

	135	326	9	9	335
	147	326	9	9	335
Zapatillas	350	1.807		50	1858
	420	1.807	50	50	1858
	380	1.807	50	50	1858
	251	1.807	50	50	1858
	250	1.807	50	50	1858
	281	1.807	50	50	1858
Sandalias	1252	2.045		57	2102
	1145	2.045	57	57	2102
	852	2.045	57	57	2102
	1530	2.045	57	57	2102
	1240	2.045	57	57	2102
	890	2.045	57	57	2102
	1130	2.045	57	57	2102
Botas Año 3	230	343		10	352
	112	343	10	10	352
	175	343	10	10	352
	135	343	10	10	352
	147	342	10	10	352
Zapatillas	350	1.898		53	1.950
	420	1.898	53	53	1.950
	380	1.898	53	53	1.950
	251	1.898	53	53	1.950

	250	1.898	53	53	1.950
	281	1.898	53	53	1.950
Sandalias	1252	2.147		60	2.207
	1145	2.147	60	60	2.207
	852	2.147	60	60	2.207
	1530	2.147	60	60	2.207
	1240	2.147	60	60	2.207
	890	2.147	60	60	2.207
	1130	2.147	60	60	2.207
Botas Año 4	230	360		10	370
	112	360	10	10	370
	175	360	10	10	370
	135	360	10	10	370
	147	359	10	10	369
Zapatillas	350	1.993		55	2.048
	420	1.993	55	55	2.048
	380	1.993	55	55	2.048
	251	1.993	55	55	2.048
	250	1.993	55	55	2.048
	281	1.993	55	55	2.048
Sandalias	1252	2.254		63	2.317
	1145	2.254	63	63	2.317
	852	2.254	63	63	2.317
	1530	2.254	63	63	2.317

	1240	2.254	63	63	2.317
	890	2.254	63	63	2.317
	1130	2.254	63	63	2.317
Botas Año 5	230	378		10	388
	112	378	10	10	388
	175	378	10	10	388
	135	378	10	10	388
	147	377	10	10	388

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 56. Costo total mercancía a comprar**

REFERENCIAS	CANTIDAD	VALOR UNIDAD	VALOR TOTAL AÑO	MENSUAL
<b>Zapatillas</b>				
350	1.685	\$ 25.000	\$42.125.000	\$3.510.417
420	1.685	\$ 28.000	\$47.180.000	\$3.931.667
380	1.685	\$ 25.000	\$42.125.000	\$3.510.417
251	1.685	\$ 25.000	\$42.125.000	\$3.510.417
250	1.685	\$ 24.000	\$40.440.000	\$3.370.000
281	1.684	\$ 25.000	\$42.100.000	\$3.508.333
<b>Sandalias</b>				
1252	1.906	\$ 15.000	\$ 28.590.000	\$2.382.500
1145	1.906	\$ 16.000	\$ 30.496.000	\$2.541.333
852	1.906	\$ 15.000	\$ 28.590.000	\$2.382.500
1530	1.906	\$ 17.000	\$ 32.402.000	\$2.700.167
1.240	1.906	\$ 15.000	\$ 28.590.000	\$2.382.500
890	1.906	\$ 17.000	\$ 32.402.000	\$2.700.167
1.130	1.908	\$ 15.000	\$ 28.620.000	\$2.385.000
<b>Botas</b>				
230	319	\$ 47.000	\$ 14.993.000	\$1.249.417
112	319	\$ 47.000	\$ 14.993.000	\$1.249.417
175	319	\$ 45.000	\$ 14.355.000	\$1.196.250
135	319	\$ 45.000	\$ 14.355.000	\$1.196.250
147	320	\$ 50.000	\$ 16.000.000	\$1.333.333
<b>TOTAL</b>	<b>25.049</b>	<b>\$ 496.000</b>	<b>\$ 540.481.000</b>	<b>\$ 45.040.083</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.3.2 Mano de obra directa.** Son los servicios requeridos por el personal encargado de venta y distribución de la mercancía.

**Cuadro 57. Mano de obra directa**

CONCEPTO	VALOR	CONCEPTO	VALOR
Vendedora - Secretaria		Vendedor externo	
Sueldo	\$ 850.000	Sueldo	\$ 400.000
Subsidio de transporte (2*63.600)	\$ 63.600	Subsidio de transporte (2*63.600)	\$ 127.200
Prima 8.33%	\$ 70.805	Prima 8.33%	\$ 33.320
Vacaciones 4.17%	\$ 35.445	Vacaciones 4.17%	\$ 16.680
Cesantías 8.33%	\$ 70.805	Cesantías 8.33%	\$ 33.320
Intereses cesantías 1%	\$ 8.500	Intereses cesantías 1%	\$ 4.000
Caja de compensación familiar 4%	\$ 34.000	Caja de compensación familiar 4%	\$ 16.000
I.C.B.F. 3%	\$ 25.500	I.C.B.F. 3%	\$ 12.000
SENA 2%	\$ 17.000	SENA 2%	\$ 8.000
Salud 12,5%	\$ 106.250	Salud 12,5%	\$ 50.000
Pensión 16%	\$ 136.000	Pensión 16%	\$ 64.000
Riesgos profesionales 0.522%	\$ 4.437	Riesgos profesionales 0,522%	\$ 2.088
Dotación 7%	\$ 59.500	Dotación 7%	\$ 28.000
Comisión 4%			
<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 1.481.842</b>	<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 794.608</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$ 17.782.104</b>	<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$ 9.535.296</b>
<b>GRAN TOTAL</b>			<b>\$ 27.317.400</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.3.3 Costos indirectos de fabricación.** Hacen parte de este ítem la mano de obra indirecta, servicios, insumos, mantenimiento, depreciación, amortización, seguros y otros C.I.F.

**Cuadro 58. Mano de obra indirecta**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR \$</b>
<b>Auxiliar de bodega</b>	\$ 300.000
Subsidio de transporte (\$ 63.600)	\$ 63.600
Prima 8.33%	\$ 24.990
Vacaciones 4.17%	\$ 12.510
Cesantías 8.33%	\$ 24.990
Intereses cesantías 1%	\$ 3.000
Caja de compensación familiar 4%	\$ 12.000
I.C.B.F. 3%	\$ 9.000
SENA 2%	\$ 6.000
Salud 12,5%	\$ 37.500
Pensión 16%	\$ 48.000
Riesgos profesionales 2.436%	\$ 1.566
Dotación 7%	\$ 21.000
<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 564.156</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$ 6.769.872</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 59. Servicios**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR UNITARIO MES</b>	<b>VALOR TOTAL AÑO</b>
Energía	260 vatios	\$ 370	\$ 83.990	\$ 1.007.880
Teléfono e Internet	1	\$ 125.000	\$ 125.000	\$ 1.500.000
Agua m3	190	\$ 920	\$ 174.800	\$ 2.097.600
Arriendo	96,3 mts <sup>2</sup>	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.383.790</b>	<b>\$ 28.605.480</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 60. Insumos**

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR /Ud.	VALOR /MES	VALOR / AÑO
Desinfectante	2	\$ 2.700	\$ 2.700	\$ 32.400
Detergente	3 Kl	\$ 12.000	\$ 24.000	\$ 288.000
Límpido	4 Lt	\$ 6.400	\$ 12.800	\$ 153.600
Ambientador	1 Unidad	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 54.000
Jabón líquido	3 Lt	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 51.600
Limpia vidrios	2Lt	\$ 3.550	\$ 3.550	\$ 42.600
Toallas	7	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 84.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 40.450</b>	<b>\$ 51.850</b>	<b>\$ 622.200</b>

Fuente: Autoras del proyecto

- Costo de mantener en buen estado todos los recursos físicos de la comercializadora. Para el mantenimiento de los siguientes activos se destinará un presupuesto fijo anual del 5% y 45% sobre su costo histórico y se toma este porcentaje ya que es la inversión necesaria para cubrir este costo, de igual manera el porcentaje tomado para el seguro.

**Cuadro 61. Mantenimiento de muebles, enseres y vehículo**

Activo	valor del	Proporción %	valor \$/año	valor \$/mes
	activo			
Equipo de computo y oficina	\$ 6.858.900	0,045	\$ 308.651	\$ 25.721
Vehículo	\$ 12.000.000	0,05	\$ 600.000	\$ 50.000
Muebles y enseres	\$ 4.668.500	0,045	\$ 210.083	\$ 17.507
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.527.400</b>		<b>\$ 1.118.733</b>	<b>\$ 93.228</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 62. Seguro de muebles, enseres y equipo de cómputo**

Activo	valor del activo	Proporción %	valor \$/año	valor \$/mes
Maquinaria y equipos	\$ 6.858.900	0,01	\$ 68.589	\$ 5.716
Equipos de oficina	\$ 4.668.500	0,01	\$ 46.685	\$ 3.890
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 11.527.400</b>		<b>\$ 115.274</b>	<b>\$ 9.606</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 63. Depreciación**

Activo	valor del	Años	Depreciación	Depreciación
	activo	depreciables	año	mes
Muebles y enseres	\$ 6.858.900	10	\$ 685.890	\$ 57.158
Vehículo	\$ 12.000.000	5	\$ 1.200.000	\$ 100.000
Equipo de computo y oficina	\$ 4.668.500	5	\$ 933.700	\$ 77.808
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23.527.400</b>		<b>\$ 2.819.590</b>	<b>\$ 234.966</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 64. Seguro de muebles, enseres**

Concepto	Valor del activo	años amortizables	valor amortización año	valor amortización mes
Diferidos	\$ 8.975.808	5	\$ 1.795.162	\$ 149.597
<b>Total amortización</b>	<b>\$ 8.975.808</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1.795.162</b>	<b>\$ 149.597</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 65. Amortización de diferidos**

Concepto	Valor del activo	años amortizables	valor amortización año	valor amortización mes
Diferidos	\$ 8.975.808	5	\$ 1.795.162	\$ 149.597
<b>Total amortización</b>	<b>\$ 8.975.808</b>	<b>5</b>	<b>\$ 1.795.162</b>	<b>\$ 149.597</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 66. Total costos indirectos de distribuir la mercancía**

CONCEPTO	Valor /año	Valor /mes
Mano de obra indirecta	\$ 6.769.872	\$ 564.156
Servicios públicos	\$ 28.605.480	\$ 2.383.790
Insumos	\$ 622.200	\$ 51.850
Mantenimiento de equipos de oficina muebles y enseres	\$ 1.118.733	\$ 93.228
Seguro de muebles, enseres y equipos de oficina	\$ 115.274	\$ 9.606
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 37.231.559</b>	<b>\$ 3.102.630</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 67. Total costo de distribuir la mercancía**

CONCEPTO	VALOR \$/AÑO	VALOR \$/MES
Mercancía a comprar	\$ 540.481.000	\$ 45.040.083
Mano de obra directa	\$ 17.782.104	\$ 1.481.842
CIF	\$ 37.231.559	\$ 3.102.630
<b>COSTO DE DISTRIBUIR LA MERCANCANCÍA</b>	<b>\$ 595.494.663</b>	<b>\$ 49.624.555</b>
Mas inventarios inicial	\$ 0	\$ 0
Menos inventario final	\$ 20.039.596	\$ 1.669.966
<b>COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 575.455.067</b>	<b>\$ 47.954.589</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.4 Gastos de administración y ventas.** El siguiente cuadro muestra los gastos generales de personal, de administración y también se incluye los honorarios mensuales del contador externo.

**Cuadro 68. Gasto de personal**

CONCEPTO	GERENTE	AUXILIAR DE BODEGA
Sueldo	\$ 1.300.000	\$ 266.250
Subsidio de transporte (63.600)	0	\$ 63.500
Prima 8.33%	\$ 108.290	\$ 22.179
Vacaciones 4.17%	\$ 54.210	\$ 11.103
Cesantías 8.33%	\$ 108.290	\$ 22.179
Intereses cesantías 1%	\$ 13.000	\$ 2.663
Caja de compensación familiar 4%	\$ 52.000	\$ 10.650
I.C.B.F. 3%	\$ 39.000	\$ 7.988
SENA 2%	\$ 26.000	\$ 5.325
Salud 12.5%	\$ 162.500	\$ 33.281
Pensión 16%	\$ 208.000	\$ 42.600
Riesgos profesionales 0.522%	\$ 6.786	\$ 1.390
Dotación 7%		\$ 18.638
<b>TOTAL MES</b>	<b>\$ 2.078.076</b>	<b>\$ 507.743</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>\$ 24.936.912</b>	<b>\$ 6.092.921</b>
<b>TOTAL POR MES</b>		<b>\$ 2.585.819</b>
<b>TOTAL POR AÑO</b>		<b>\$ 31.029.833</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 69. Impuesto de industria y comercio**

<b>VENTAS ANUALES</b>	<b>VALOR \$/AÑO</b>	<b>VALOR \$/MES</b>
\$ 734.429.646	\$ 3.635.427	\$ 302.952

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 70. Gastos administrativos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR MES</b>	<b>VALOR AÑO</b>
Honorarios del asesor contable	\$ 500.000	\$ 6.000.000
Plan empresarial de comunicación móvil (2 equipos \$ 70.000 c/u mensual incluye IVA)	\$ 140.000	\$ 1.680.000
Depreciación de activos maquinaria y equipos, equipos de cómputo y de oficina.	\$ 234.966	\$ 2.819.590
Amortización de diferidos	\$ 149.597	\$ 1.795.162
Publicidad	\$ 970.333	\$ 11.643.996
Cafetería	\$ 15.000	\$ 180.000
Botiquín	\$ 30.000	\$ 30.000
Papelería	\$ 30.000	\$ 360.000
Escoba	\$ 4.000	\$ 4.000
Trapero	\$ 5.000	\$ 5.000
Papelera de piso	\$ 3.500	\$ 7.000
Perforadora Rank	\$ 6.000	\$ 6.000
Cosedora Rank 340	\$ 8.000	\$ 8.000
Tijeras	\$ 3.000	\$ 3.000
Tapetes	\$ 20.000	\$ 40.000
Extintores	\$ 45.000	\$ 90.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.164.396</b>	<b>\$ 24.541.748</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 71. Total gastos de administración y venta**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR \$/AÑO</b>	<b>VALOR \$/MES</b>
Nómina	\$ 31.029.833	\$ 2.585.819
Impuesto de industria y comercio	\$ 3.635.427	\$ 302.952
Gastos administrativos	\$ 24.541.748	\$ 2.045.146
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 59.207.008</b>	<b>\$ 4.933.917</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.5 Gastos financieros.** Los gastos financieros son los desembolsos en efectivos que la nueva comercializadora debe realizar por concepto de interés destinados a financiar el 60% de la inversión equivalente a \$ 52.683.887, diferido a 60 meses.

**5.1.5.1 Capital de trabajo.** Es la inversión inicial de que debe hacerse en la comercializadora para prestar el servicio. Este capital de trabajo es para el funcionamiento del primer mes y poder distribuir la mercancía adquirida.

**Cuadro 72. Capital de trabajo**

CONCEPTO	VALOR
Costo de venta	\$ 49.624.555
Gastos administrativos	\$ 4.933.917
Gastos Financieros	\$ 744.798
<b>Total capital de trabajo</b>	<b>\$ 55.303.271</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.5.2 Inversión total.** En el siguiente cuadro se puede observar el monto de la inversión necesaria para este proyecto.

**Cuadro 73. Inversión total**

CONCEPTO	VALOR TOTAL	%
Inversión fija	\$ 23.527.400	27%
Inversión diferida	\$ 8.975.808	10%
Capital de trabajo	\$ 55.303.271	63%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 87.806.479</b>	<b>100%</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.1.6 Fuentes de financiación**

Capital disponible	% participación	valor \$
Recursos propios	40%	\$ 35.122.591
Recursos de terceros (préstamo bancario)	60%	\$ 52.683.887
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 87.806.479</b>

▪ Recursos propios. El 40% de los recursos para el proyecto son propios, de las dos socias, los cuales pagarán en efectivo, títulos valores a la vista o en especie,

estos suman en total \$ 35.122.591, es decir que cada socio aportará un valor de \$ 17.561.296.

- Recursos de terceros. El 60% de la inversión para la comercializadora, provendrá de una entidad financiera en este caso al banco de Bogotá por valor de \$52.683.887, el cual será amortizado mensualmente a 5 años.

La amortización planeada para capital e intereses fue calculado bajo los siguientes parámetros:

Crédito banca comercial por:	\$ 52.683.887
Plazo:	5 años
Periodo de gracias :	0
Amortización :	Mensual
Tasa pagaré periódica:	1,69%
DTF:	4,76% E.A. 13 de Diciembre 2011.

#### Cuadro 74. Amortización de crédito bancario

MESES	CUOTA	INTERÉS	CAPITAL	SALDO
1	\$1.404.021	\$890.358	\$513.664	\$52.170.223
2	\$1.404.021	\$881.677	\$522.345	\$51.647.879
3	\$1.404.021	\$872.849	\$531.172	\$51.116.707
4	\$1.404.021	\$863.872	\$540.149	\$50.576.557
5	\$1.404.021	\$854.744	\$549.278	\$50.027.280
6	\$1.404.021	\$845.461	\$558.560	\$49.468.719
7	\$1.404.021	\$836.021	\$568.000	\$48.900.719
8	\$1.404.021	\$826.422	\$577.599	\$48.323.120
9	\$1.404.021	\$816.661	\$587.361	\$47.735.760
10	\$1.404.021	\$806.734	\$597.287	\$47.138.472
11	\$1.404.021	\$796.640	\$607.381	\$46.531.091
12	\$1.404.021	\$786.375	\$617.646	\$45.913.445
		\$10.077.815	\$6.770.442	
13	\$1.404.021	\$775.937	\$628.084	\$45.285.361
14	\$1.404.021	\$765.323	\$638.699	\$44.646.662
15	\$1.404.021	\$754.529	\$649.493	\$43.997.169
16	\$1.404.021	\$743.552	\$660.469	\$43.336.700
17	\$1.404.021	\$732.390	\$671.631	\$42.665.069
18	\$1.404.021	\$721.040	\$682.982	\$41.982.087
19	\$1.404.021	\$709.497	\$694.524	\$41.287.563
20	\$1.404.021	\$697.760	\$706.262	\$40.581.302
21	\$1.404.021	\$685.824	\$718.197	\$39.863.104
22	\$1.404.021	\$673.686	\$730.335	\$39.132.769
23	\$1.404.021	\$661.344	\$742.678	\$38.390.092
24	\$1.404.021	\$648.793	\$755.229	\$37.634.863

		\$8.569.674	\$8.278.583	
25	\$1.404.021	\$636.029	\$767.992	\$36.866.870
26	\$1.404.021	\$623.050	\$780.971	\$36.085.899
27	\$1.404.021	\$609.852	\$794.170	\$35.291.729
28	\$1.404.021	\$596.430	\$807.591	\$34.484.138
29	\$1.404.021	\$582.782	\$821.239	\$33.662.899
30	\$1.404.021	\$568.903	\$835.118	\$32.827.780
31	\$1.404.021	\$554.789	\$849.232	\$31.978.548
32	\$1.404.021	\$540.437	\$863.584	\$31.114.965
33	\$1.404.021	\$525.843	\$878.179	\$30.236.786
34	\$1.404.021	\$511.002	\$893.020	\$29.343.766
35	\$1.404.021	\$495.910	\$908.112	\$28.435.655
36	\$1.404.021	\$480.563	\$923.459	\$27.512.196
		\$6.725.590	\$10.122.667	
37	\$1.404.021	\$464.956	\$939.065	\$26.573.130
38	\$1.404.021	\$449.086	\$954.936	\$25.618.195
39	\$1.404.021	\$432.947	\$971.074	\$24.647.121
40	\$1.404.021	\$416.536	\$987.485	\$23.659.636
41	\$1.404.021	\$399.848	\$1.004.174	\$22.655.462
42	\$1.404.021	\$382.877	\$1.021.144	\$21.634.318
43	\$1.404.021	\$365.620	\$1.038.401	\$20.595.917
44	\$1.404.021	\$348.071	\$1.055.950	\$19.539.966
45	\$1.404.021	\$330.225	\$1.073.796	\$18.466.170
46	\$1.404.021	\$312.078	\$1.091.943	\$17.374.227
47	\$1.404.021	\$293.624	\$1.110.397	\$16.263.830
48	\$1.404.021	\$274.859	\$1.129.163	\$15.134.668
		\$4.470.729	\$12.377.528	
49	\$1.404.021	\$255.776	\$1.148.246	\$13.986.422
50	\$1.404.021	\$236.371	\$1.167.651	\$12.818.771
51	\$1.404.021	\$216.637	\$1.187.384	\$11.631.387
52	\$1.404.021	\$196.570	\$1.207.451	\$10.423.936
53	\$1.404.021	\$176.165	\$1.227.857	\$9.196.079
54	\$1.404.021	\$155.414	\$1.248.608	\$7.947.472
55	\$1.404.021	\$134.312	\$1.269.709	\$6.677.762
56	\$1.404.021	\$112.854	\$1.291.167	\$5.386.595
57	\$1.404.021	\$91.033	\$1.312.988	\$4.073.607
58	\$1.404.021	\$68.844	\$1.335.177	\$2.738.430
59	\$1.404.021	\$46.279	\$1.357.742	\$1.380.688
60	\$1.404.021	\$23.334	\$1.380.688	\$0
		\$1.713.589	\$15.134.668	

Fuente: Banco de Bogotá

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos fijos.** Son todos los costos que se generan con el funcionamiento de la comercializadora, algunos permanecen constantes y otros dependen directamente de la actividad comercial de la empresa.

**Cuadro 75. Costos fijos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>TOTAL COSTO AÑO</b>
Nómina administrativa primer año	\$ 31.029.833
Insumos de aseo	\$ 622.200
Depreciación de maquinaria, equipos, muebles, enseres y equipo de oficina	\$ 2.819.590
Amortización de diferidos	\$ 1.795.162
Mantenimiento administrativo	\$ 1.118.733
Mantenimiento operación	\$ 685.890
Seguro administrativo	\$ 46.685
Seguro de operación	\$ 68.589
Honorarios	\$ 6.000.000
Publicidad	\$ 11.643.996
Servicios públicos	\$ 28.605.480
Gastos administrativos	\$ 2.283.000
Gastos financieros (interés)	\$ 744.798
Mano de obra directa (operarios)	\$ 17.782.104
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 105.246.060</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**5.2.2 Costos variables.** Son todos los costos que varían en forma proporcional al servicio que presta la comercializadora.

**Cuadro 76. Costos variables**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR/AÑO</b>
Materia prima	\$ 540.481.000
Impuesto de Industria y comercio	\$ 3.635.427
Comisión vendedores	\$ 7.344.836
<b>Total costo variable</b>	<b>\$ 552.083.463</b>

Fuente: Autoras del proyecto

### 5.2.3 Costos variables unitarios

**Cuadro 77. Total costos**

CONCEPTO	TOTAL COSTOS
Costos fijos	\$ 105.246.060
Costos variables	\$ 552.083.463
<b>Total</b>	<b>\$ 657.329.523</b>

Fuente: Autoras del proyecto

### 5.3 PRECIO DE VENTA

**Cuadro 78. Precio de venta**

ZAPATILLAS	CANTIDAD/VALOR
Referencias 350	1.685
Costo unitario total	\$ 27.868
% de ganancia	10,00%
Precio de venta	\$ 30.964
Referencia 420	1685
Costo unitario total	\$ 27.868
% de ganancia	10,00%
Precio de venta	\$ 30.964
Referencia 380	1685
Costo unitario total	\$ 27.868
% de ganancia	10,00%
Precio de venta	\$ 30.964
Referencia 251	1.685
Costo unitario total	\$ 27.868
% de ganancia	10,00%
Precio de venta	\$ 30.964
Referencia 250	1.685
Costo unitario total	\$ 27.868
% de ganancia	10,00%
Precio de venta	\$ 30.964
Referencia 281	1.685
Costo unitario total	\$ 27.868
% de ganancia	10,00%
Precio de venta	\$ 30.964
SANDALIAS	CANTIDAD/VALOR
Referencias 1252	1.906
Costo unitario total	\$ 17.241
% de ganancia	25,00%
Precio de venta	\$ 22.988
Referencia 1145	1906
Costo unitario total	\$ 17.241
% de ganancia	25,00%
Precio de venta	\$ 22.988



## 5.4 EGRESOS E INGRESOS

### Cuadro 79. Egresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo de distribuir la mercancía	\$ 595.494.663	\$ 625.269.396	\$ 656.532.866	\$ 689.359.509	\$ 723.827.485
Gastos administración	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008
Gastos financieros	\$ 10.077.815	\$ 8.569.674	\$ 6.725.590	\$ 4.470.729	\$ 1.713.589
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 664.779.486</b>	<b>\$ 693.046.078</b>	<b>\$ 722.465.464</b>	<b>\$ 753.037.246</b>	<b>\$ 784.748.082</b>

Fuente: Autoras del proyecto

El costo de distribuir el servicio fue proyectado para los años 1, 2, 3, 4 y 5, con un incremento anual del 5%.

### Cuadro 80. Ingresos

Concepto	Cantidad	Precio venta\$/año	Ingresos por bolsas
<b>Zapatillas</b>			
Referencias 350	1.639	\$ 30.964	\$ 50.759.037
Referencia 420	1.639	\$ 30.964	\$ 50.759.037
Referencia 380	1.639	\$ 30.964	\$ 50.759.037
Referencia 251	1.639	\$ 30.964	\$ 50.759.037
Referencia 250	1.639	\$ 30.964	\$ 50.759.037
Referencia 281	1.639	\$ 30.964	\$ 50.759.037
<b>Sandalias</b>			
Referencias 1252	1.855	\$ 22.988	\$ 42.637.591
Referencia 1145	1.855	\$ 22.988	\$ 42.637.591
Referencia 852	1.855	\$ 22.988	\$ 42.637.591
Referencia 1530	1.855	\$ 22.988	\$ 42.637.591
Referencia 1240	1.855	\$ 22.988	\$ 42.637.591
Referencia 890	1.855	\$ 22.988	\$ 42.637.591

Referencia 1130			
	1.855	\$ 22.988	\$ 42.637.591
<b>Botas</b>			
Referencia 230	311	\$ 76.223	\$ 23.687.550
Referencia 112	311	\$ 76.223	\$ 23.687.550
Referencia 175	311	\$ 76.223	\$ 23.687.550
Referencia 135	311	\$ 76.223	\$ 23.687.550
Referencia 147	310	\$ 76.223	\$ 23.657.885
<b>Total</b>	<b>24.373</b>	<b>\$ 727.814</b>	<b>\$ 721.425.440</b>
<b>Zapatillas</b>			
Referencias 350	1.721	\$ 30.964	\$ 53.296.988
Referencia 420	1.721	\$ 30.964	\$ 53.296.988
Referencia 380	1.721	\$ 30.964	\$ 53.296.988
Referencia 251	1.721	\$ 30.964	\$ 53.296.988
Referencia 250	1.721	\$ 30.964	\$ 53.296.988
Referencia 281	1.721	\$ 30.964	\$ 53.296.988
<b>Sandalias</b>			
Referencias 1252	1.948	\$ 22.988	\$ 44.769.470
Referencia 1145	1.948	\$ 22.988	\$ 44.769.470
Referencia 852	1.948	\$ 22.988	\$ 44.769.470
Referencia 1530	1.948	\$ 22.988	\$ 44.769.470
Referencia 1240	1.948	\$ 22.988	\$ 44.769.470
Referencia 890	1.948	\$ 22.988	\$ 44.769.470
Referencia 1130	1.948	\$ 22.988	\$ 44.769.470
<b>Botas</b>			
Referencia 230	326	\$ 76.223	\$ 24.871.928
Referencia 112		\$ 76.223	\$ 24.871.928

	326		
Referencia 175		\$ 76.223	\$ 24.871.928
	326		
Referencia 135		\$ 76.223	\$ 24.871.928
	326		
Referencia 147		\$ 76.223	\$ 24.840.780
	326		
<b>Total año 2</b>	<b>25.591</b>	<b>\$ 727.814</b>	<b>\$ 757.496.712</b>
<b>Zapatillas</b>			
Referencias 350	1.807	\$ 30.964	\$ 55.961.838
Referencia 420	1.807	\$ 30.964	\$ 55.961.838
Referencia 380	1.807	\$ 30.964	\$ 55.961.838
Referencia 251	1.807	\$ 30.964	\$ 55.961.838
Referencia 250	1.807	\$ 30.964	\$ 55.961.838
Referencia 281	1.807	\$ 30.964	\$ 55.961.838
<b>Sandalias</b>			
Referencias 1252	2.045	\$ 22.988	\$ 47.007.944
Referencia 1145	2.045	\$ 22.988	\$ 47.007.944
Referencia 852	2.045	\$ 22.988	\$ 47.007.944
Referencia 1530	2.045	\$ 22.988	\$ 47.007.944
Referencia 1240	2.045	\$ 22.988	\$ 47.007.944
Referencia 890	2.045	\$ 22.988	\$ 47.007.944
Referencia 1130	2.045	\$ 22.988	\$ 47.007.944
<b>Botas</b>			
Referencia 230	343	\$ 76.223	\$ 26.115.524
Referencia 112	343	\$ 76.223	\$ 26.115.524
Referencia 175	343	\$ 76.223	\$ 26.115.524
Referencia 135	343	\$ 76.223	\$ 26.115.524
Referencia 147		\$ 76.223	\$ 26.082.819

	342		
<b>Total año 3</b>	<b>26.871</b>	<b>\$ 727.814</b>	<b>\$ 795.371.548</b>
<b>Zapatillas</b>			
Referencias 350	1.898	\$ 30.964	\$ 58.759.930
Referencia 420	1.898	\$ 30.964	\$ 58.759.930
Referencia 380	1.898	\$ 30.964	\$ 58.759.930
Referencia 251	1.898	\$ 30.964	\$ 58.759.930
Referencia 250	1.898	\$ 30.964	\$ 58.759.930
Referencia 281	1.898	\$ 30.964	\$ 58.759.930
<b>Sandalias</b>			
Referencias 1252	2.147	\$ 22.988	\$ 49.358.341
Referencia 1145	2.147	\$ 22.988	\$ 49.358.341
Referencia 852	2.147	\$ 22.988	\$ 49.358.341
Referencia 1530	2.147	\$ 22.988	\$ 49.358.341
Referencia 1240	2.147	\$ 22.988	\$ 49.358.341
Referencia 890	2.147	\$ 22.988	\$ 49.358.341
Referencia 1130	2.147	\$ 22.988	\$ 49.358.341
<b>Botas</b>			
Referencia 230	360	\$ 76.223	\$ 27.421.300
Referencia 112	360	\$ 76.223	\$ 27.421.300
Referencia 175	360	\$ 76.223	\$ 27.421.300
Referencia 135	360	\$ 76.223	\$ 27.421.300
Referencia 147	359	\$ 76.223	\$ 27.386.959
<b>Total año 4</b>	<b>28.214</b>	<b>\$ 727.814</b>	<b>\$ 835.140.126</b>
<b>Zapatillas</b>			
Referencias 350	1.993	\$ 30.964	\$ 61.697.926

Referencia 420	1.993	\$ 30.964	\$ 61.697.926
Referencia 380	1.993	\$ 30.964	\$ 61.697.926
Referencia 251	1.993	\$ 30.964	\$ 61.697.926
Referencia 250	1.993	\$ 30.964	\$ 61.697.926
Referencia 281	1.993	\$ 30.964	\$ 61.697.926
<b>Sandalias</b>			
Referencias 1252	2.254	\$ 22.988	\$ 51.826.258
Referencia 1145	2.254	\$ 22.988	\$ 51.826.258
Referencia 852	2.254	\$ 22.988	\$ 51.826.258
Referencia 1530	2.254	\$ 22.988	\$ 51.826.258
Referencia 1240	2.254	\$ 22.988	\$ 51.826.258
Referencia 890	2.254	\$ 22.988	\$ 51.826.258
Referencia 1130	2.254	\$ 22.988	\$ 51.826.258
<b>Botas</b>			
Referencia 230	378	\$ 76.223	\$ 28.792.366
Referencia 112	378	\$ 76.223	\$ 28.792.366
Referencia 175	378	\$ 76.223	\$ 28.792.366
Referencia 135	378	\$ 76.223	\$ 28.792.366
Referencia 147	377	\$ 76.223	\$ 28.756.307
<b>Total año 5</b>	<b>29.625</b>	<b>\$ 727.814</b>	<b>\$ 876.897.132</b>

Fuente: Autoras del proyecto

La proyección de los ingresos se realizó también sobre el 5%, para los cinco primeros años de vida del proyecto.

## 5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

**5.5.1 Estados de resultados.** Se realizará la proyección de los egresos del presente proyecto a 5 años. El incremento para los egresos es del 5%, teniendo en cuenta la inflación actual del país.

**Cuadro 81. Estado de resultados**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>					
Ventas	\$ 721.425.440	\$ 757.496.712	\$ 795.371.548	\$ 835.140.126	\$ 876.897.132
Costos de ventas	\$ 575.455.067	\$ 624.267.416	\$ 655.480.787	\$ 688.254.827	\$ 722.667.568
<b>Margen bruto</b>	<b>\$ 145.970.373</b>	<b>\$ 133.229.296</b>	<b>\$ 139.890.761</b>	<b>\$ 146.885.299</b>	<b>\$ 154.229.564</b>
Gastos de admón. y ventas	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008
<b>Margen operativo</b>	<b>\$ 86.763.365</b>	<b>\$ 74.022.288</b>	<b>\$ 80.683.753</b>	<b>\$ 87.678.291</b>	<b>\$ 95.022.556</b>
Gastos Financieros	\$ 10.077.815	\$ 8.569.674	\$ 6.725.590	\$ 4.470.729	\$ 1.713.589
<b>Utilidad antes de impuesto</b>	<b>\$ 76.685.550</b>	<b>\$ 65.452.614</b>	<b>\$ 73.958.163</b>	<b>\$ 83.207.562</b>	<b>\$ 93.308.967</b>
Impuesto 33%	\$ 25.306.232	\$ 21.599.363	\$ 24.406.194	\$ 27.458.496	\$ 30.791.959
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 51.379.319</b>	<b>\$ 43.853.251</b>	<b>\$ 49.551.969</b>	<b>\$ 55.749.067</b>	<b>\$ 62.517.008</b>
Reserva Legal 10%	\$ 5.137.932	\$ 4.385.325	\$ 4.955.197	\$ 5.574.907	\$ 6.251.701
<b>Utilidad por distribuir</b>	<b>\$ 46.241.387</b>	<b>\$ 39.467.926</b>	<b>\$ 44.596.772</b>	<b>\$ 50.174.160</b>	<b>\$ 56.265.307</b>

Fuente: Autoras del proyecto

**Cuadro 82. Cálculos de inventarios finales y costo de venta**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	\$ 595.494.663	\$ 625.269.396	\$ 656.532.866	\$ 689.359.509	\$ 723.827.485
Mas inventario Inicial	0	\$ 20.039.596	\$ 21.041.575	\$ 22.093.654	\$ 23.198.337
Menos Inventario Final	\$ 20.039.596	\$ 21.041.575	\$ 22.093.654	\$ 23.198.337	\$ 24.358.254
Costo de ventas	\$ 575.455.067	\$ 624.267.416	\$ 655.480.787	\$ 688.254.827	\$ 722.667.568

Fuente: Autoras del proyecto

**5.5.2 Flujo de caja proyectado**  
**Cuadro 83. Flujo de caja**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas		\$ 721.425.440	\$ 757.496.712	\$ 795.371.548	\$ 835.140.126	\$ 876.897.132
Aporte socios	\$ 35.122.591					
Crédito Bancario	\$ 52.683.887					
<b>Total ingresos</b>	<b>\$ 87.806.479</b>	<b>\$ 721.425.440</b>	<b>\$ 757.496.712</b>	<b>\$ 795.371.548</b>	<b>\$ 835.140.126</b>	<b>\$ 876.897.132</b>
<b>Egresos</b>						
Muebles y enseres	\$ 6.858.900					
Vehículo	\$ 12.000.000					
Equipo de oficina	\$ 4.668.500					
Gastos pre-operativos	\$ 8.975.808					
Costos de Producción		\$ 595.494.663	\$ 625.269.396	\$ 656.532.866	\$ 689.359.509	\$ 723.827.485
Gastos de Admón. y ventas		\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008	\$ 59.207.008
Gastos Financieros		\$ 10.077.815	\$ 8.569.674	\$ 6.725.590	\$ 4.470.729	\$ 1.713.589
Impuesto de renta			\$ 25.306.232	\$ 21.599.363	\$ 24.406.194	\$ 27.458.496
Reserva legal		\$ 5.137.932	\$ 4.385.325	\$ 4.955.197	\$ 5.574.907	\$ 6.251.701
<b>Total egresos</b>	<b>\$ 32.503.208</b>	<b>\$ 669.917.418</b>	<b>\$ 722.737.635</b>	<b>\$ 749.020.023</b>	<b>\$ 783.018.346</b>	<b>\$ 818.458.278</b>
<b>Saldo ingreso - egresos</b>	<b>\$ 55.303.271</b>	<b>\$ 51.508.023</b>	<b>\$ 34.759.077</b>	<b>\$ 46.351.525</b>	<b>\$ 52.121.779</b>	<b>\$ 58.438.854</b>
(+) amortización de diferidos		\$ 1.795.162	\$ 1.795.162	\$ 1.795.162	\$ 1.795.162	\$ 1.795.162
(+) Depreciación		\$ 2.819.590	\$ 2.819.590	\$ 2.819.590	\$ 2.819.590	\$ 2.819.590
(+) Reserva Legal		\$ 5.137.932	\$ 4.385.325	\$ 4.955.197	\$ 5.574.907	\$ 6.251.701
(-) pago a principal		\$ 6.770.442	\$ 8.278.583	\$ 10.122.667	\$ 12.377.528	\$ 15.134.668
<b>saldo neto de caja</b>		<b>\$ 54.490.264</b>	<b>\$ 35.480.572</b>	<b>\$ 45.798.806</b>	<b>\$ 49.933.909</b>	<b>\$ 54.170.638</b>
(+) saldo inicial de caja		\$ 55.303.271	\$ 109.793.535	\$ 145.274.107	\$ 191.072.913	\$ 241.006.822
<b>saldo final de caja</b>	<b>\$ 55.303.271</b>	<b>\$ 109.793.535</b>	<b>\$ 145.274.107</b>	<b>\$ 191.072.913</b>	<b>\$ 241.006.822</b>	<b>\$ 295.177.461</b>

**5.5.3 Balance general**  
**Cuadro 84. Balance general**

<b>Activo</b>						
<b>Activo corriente</b>	<b>año 0</b>	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
Caja y bancos	\$ 55.303.271	\$ 109.793.535	\$ 145.274.107	\$ 191.072.913	\$ 241.006.822	\$ 295.177.461
Cuentas por cobrar						
Inventarios Finales		\$ 20.039.596	\$ 21.041.575	\$ 22.093.654	\$ 23.198.337	\$ 24.358.254
<b>Total activo corriente</b>	<b>\$ 55.303.271</b>	<b>\$ 129.833.131</b>	<b>\$ 166.315.682</b>	<b>\$ 213.166.567</b>	<b>\$ 264.205.159</b>	<b>\$ 319.535.715</b>
<b>Activo fijo</b>						
Muebles y enseres	\$ 6.858.900	\$ 6.858.900	\$ 6.858.900	\$ 6.858.900	\$ 6.858.900	\$ 6.858.900
Vehículo	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000	\$ 12.000.000
Equipo de computo y oficina	\$ 4.668.500	\$ 4.668.500	\$ 4.668.500	\$ 4.668.500	\$ 4.668.500	\$ 4.668.500
(-)Depreciación acumulada		\$ 2.819.590	\$ 5.639.180	\$ 8.458.770	\$ 11.278.360	\$ 14.097.950
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$ 23.527.400</b>	<b>\$ 20.707.810</b>	<b>\$ 17.888.220</b>	<b>\$ 15.068.630</b>	<b>\$ 12.249.040</b>	<b>\$ 9.429.450</b>
Diferidos	\$ 8.975.808	\$ 8.975.808	\$ 8.975.808	\$ 8.975.808	\$ 8.975.808	\$ 8.975.808
(-) Amortización acumulada		\$ 1.795.162	\$ 3.590.323	\$ 5.385.485	\$ 7.180.646	\$ 8.975.808
<b>Total activos diferidos</b>	<b>\$ 8.975.808</b>	<b>\$ 7.180.646</b>	<b>\$ 5.385.485</b>	<b>\$ 3.590.323</b>	<b>\$ 1.795.162</b>	<b>\$ 0</b>
<b>Total activo</b>	<b>\$ 87.806.479</b>	<b>\$ 157.721.587</b>	<b>\$ 189.589.387</b>	<b>\$ 231.825.520</b>	<b>\$ 278.249.361</b>	<b>\$ 328.965.165</b>
<b>Pasivo</b>						
<b>Pasivo corriente</b>						
Impuestos por Pagar	\$ 0	\$ 25.306.232	\$ 21.599.363	\$ 24.406.194	\$ 27.458.496	\$ 30.791.959
Obligaciones a corto plazo	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 25.306.232</b>	<b>\$ 21.599.363</b>	<b>\$ 24.406.194</b>	<b>\$ 27.458.496</b>	<b>\$ 30.791.959</b>
<b>Pasivo no corriente</b>						
Obligaciones a largo plazo	\$ 0	\$ 45.913.445	37.634.863	27.512.196	\$ 15.134.668	
<b>Total pasivos</b>	<b>\$ 52.683.887</b>	<b>\$ 71.219.677</b>	<b>\$ 59.234.225</b>	<b>\$ 51.918.390</b>	<b>\$ 42.593.163</b>	<b>\$ 30.791.959</b>
<b>Patrimonio</b>						

Capital Total	\$ 35.122.591	\$ 35.122.591	\$ 35.122.591	\$ 35.122.591	\$ 35.122.591	\$ 35.122.591
Utilidad del ejercicio		\$ 46.241.387	\$ 39.467.926	\$ 44.596.772	\$ 50.174.160	\$ 56.265.307
Utilidad de ejercicios anteriores			\$ 46.241.387	\$ 85.709.313	\$ 130.306.086	\$ 180.480.246
Reserva legal		\$ 5.137.932	\$ 9.523.257	\$ 14.478.454	\$ 20.053.361	\$ 26.305.061
<b>Total patrimonio</b>	<b>\$ 35.122.591</b>	<b>\$ 86.501.910</b>	<b>\$ 130.355.161</b>	<b>\$ 179.907.131</b>	<b>\$ 235.656.198</b>	<b>\$ 298.173.205</b>
<b>Total pasivo mas patrimonio</b>	<b>\$ 87.806.479</b>	<b>\$ 157.721.587</b>	<b>\$ 189.589.387</b>	<b>\$ 231.825.520</b>	<b>\$ 278.249.361</b>	<b>\$ 328.965.165</b>

Fuente: Autoras del proyecto

## 6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

En esta parte del proyecto se evaluarán los siguientes aspectos:

- Punto de equilibrio
- Impacto social
- Impacto ambiental y
- Evaluación financiera

### 6.1 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se calcula con la siguiente fórmula.

$$P.E \$ (CF)/(1-(Pvq/CVq))$$

Dónde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario.

#### Cuadro 85. Punto de equilibrio

Concepto	Valor	Valor	Valor
Costos fijos	\$ 105.246.060		
Costos variables	\$ 552.083.463	0,2	\$ 448.366.000
<b>Ventas totales</b>	<b>\$ 721.425.440</b>		<b>P.E.</b>

Fuente: Autoras del proyecto

### 6.2 IMPACTO SOCIAL

**6.2.1 Desarrollo local.** La puesta en marcha de la nueva comercializadora de calzado para dama en Barrancabermeja, se presente como una oportunidad principalmente para los internos del centro penitenciario, distribuyendo el calzado que ellos elaboran entre los almacenes dedicados a la venta de calzado. También permitirá el desarrollo dentro de la economía del calzado en la ciudad de Barrancabermeja.

**6.2.2 Generación de empleo.** Con la creación de la nueva comercializadora, se generarán cinco empleo directos en administración, ventas y operativo y un empleo indirecto que es el contador, esto significa que habrá nuevos ingresos para estas familias, el cual le permitirá mejorar su calidad de vida y aumentar el desarrollo económico de la ciudad.

**6.2.2 Evaluación ambiental.** Se define como el impacto ambiental ocasionado por la acción del hombre en el medio ambiente o la naturaleza, la puesta en marcha de la comercializadora no generará ningún cambio al entorno natural ya que las instalaciones donde se ubicará la empresa esta ya hechas, solo es necesario alguna adecuaciones internas muy sencilla.

**Cuadro 86. Evaluación ambiental**

<b>FACTORES</b>	<b>MEDIDAS DE CONTROL</b>	
AGUA	Entrada	Recurso hídrico suministrado por el Acueducto Municipal Consumo diario humano: aseo personal, uso de sanitarios, aseo en las instalaciones, cafetería.
	Transformaciones	Por su uso se transforman en aguas negras.
	Salida	Salen por los desagües del alcantarillado.
	SIAU	Se consume 6 mts <sup>3</sup> por persona mensualmente = 6 mt <sup>3</sup> x 3,5 personas=21 mt <sup>3</sup> 1 mt <sup>3</sup> = \$1.389 x 21 = \$29.169.
ENERGIA	Entrada	Recurso Energético suministrado por la Electrificadora; se utiliza para uso de: fluorescente, bombillos ahorradores de energía, computador portátiles, caja registradora, impresora, y computador.
	Transformaciones	Contaminación electromagnética por los computadores,
	Salidas	emisión de gases por los fluorescentes y bombillos
	SIAU	Se consume 70 kWh/m x3,5 personas =245 kWh/m 1 kWh/mes = \$211x 245=\$ 51.695
	Transformaciones	No aplica
	Salidas	No aplica
	SIAU	Las actividades comerciales se ajustan a las normas del Plan de Ordenamiento Territorial
RESIDUOS	Entrada	Cajas de cartón y papel en general
	Transformaciones	Papel carta usado para imprimir como reciclaje
	Salidas	Empaques de plástico, empaques de cartón, papel sobrante de moldes, papel blanco de impresión usado, sobres de carta, sobres de Manila
	SIAU	Se reciclan para nuevos usos en la industria del Reciclaje.

Fuente: Autoras del proyecto

### 6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

En la evaluación financiera se analizarán algunos métodos de comprobación de la rentabilidad económica del proyecto que permitirán conocer de forma efectiva las decisiones de la conveniencia o no de su realización.

- Valor presente neto
- Tasa interna de retorno TIR
- Periodo de recuperación
- Análisis de razones financieras

**6.3.1 Valor presente neto.** El valor presente neto es la diferencia entre los ingresos y egresos llevadas al presente, el cual debe dar un resultado positivo o negativo diferente a la que recibirá de una entidad bancaria.

DTF: 4,76%

Riesgo: 10%

$4,76\% \times 10\% = (1+4,76\%) \times (1+10\%) = 1,15236 - (1,15236-1) = 0,15236$

#### **Cuadro 87. Valor presente neto**

<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>(\$ 87.806.479)</b>	\$ 54.490.264	\$ 35.480.572	\$ 45.798.806	\$ 49.933.909	\$ 54.170.638

Fuente: Autoras del proyecto

#### **VALOR PRESENTE: \$ 71.101.218**

Para definir la conveniencia económica del proyecto de inversión se debe tener en cuenta la siguiente regla de decisión:

Si VPN > 0, el proyecto es conveniente

Si VPN < 0, el proyecto no es conveniente

**6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.** La tasa interna de retorno es la tasa de descuento que hace que el valor sea igual a 0, está evalúa el proyecto en función de una tasa única tasa de rendimiento por cada periodo en el cual el total de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos en moneda actual.

#### **Cuadro 88. Tasa interna de retorno**

<b>Datos</b>	<b>Descripción</b>
<b>(\$ 87.806.479)</b>	Costo Inicial del Negocio
\$ 54.490.264	Ingresos Primer Año
\$ 35.480.572	Ingresos Segundo Año
\$ 45.798.806	Ingresos Tercer Año
\$ 49.933.909	Ingresos Cuarto Año
\$ 54.170.638	Ingresos Quinto año

Fuente: Autoras del proyecto

#### **TIR: 46%**

Esto significa que por cada \$ 1 invertido para prestar el servicio en la comercializadora, retornará \$ 0.46.

**6.3.3 Periodo de recuperación.** Es el periodo de tiempo en el cual se estima recuperar el total de la inversión, mediante los flujos netos de efectivos calculados anualmente.

### Cuadro 89. Periodo de recuperación

Periodo	Inversión	Flujos Netos	VPN actualizados
0	(\$ 87.806.479)		(\$ 87.806.479)
1		\$ 54.490.264	\$ 54.490.264
2		\$ 35.480.572	\$ 35.480.572
3		\$ 45.798.806	\$ 45.798.806
4		\$ 49.933.909	\$ 49.933.909
5		\$ 54.170.638	\$ 54.170.638
		\$ 239.874.190	\$ 152.067.712

Fuente: Autoras del proyecto

La inversión para este proyecto se recupera en un año, once meses y ocho días.

#### 6.3.4 Análisis de la razones financiera

##### ANÁLISIS FINANCIERO

##### Índice de liquidez

##### Razón corriente

Activo corriente	\$ 129.833.131	5,1
Pasivo corriente	\$ 25.306.232	

Esto quiere decir que la empresa por cada peso que debe, tiene 5,1 pesos para pagar o respaldar esa deuda.

##### Capital de trabajo

Total activo corriente	\$ 129.833.131	\$ 104.526.899
Total pasivo corriente	\$ 25.306.232	

La empresa cuenta \$ 246.081.995, para operar si se pagan los pasivos a corto plazo.

##### Índice de endeudamiento

Total pasivo	\$ 71.219.677	45%
Total activo	\$ 157.721.587	

La comercializadora tienes un índice de endeudamiento de 43%, donde se puede concluir que tiene un alto porcentaje de sus activos endeudamos.

##### TOTAL ACTIVO

##### Concentración endeudamiento corto plazo

Pasivo corriente	\$ 25.306.232	36%
Total pasivo	\$ 71.219.677	

La comercializadora de calzado para damas, tiene cerca del 43% obligaciones a corto plazo

Cobertura de interés		
Utilidad antes de impuestos	\$ 76.685.550	8
Gastos financieros	\$ 10.077.815	

Esto quiere decir que la comercializadora tiene una cobertura de interés de 10 veces superior, a los intereses pagados.

Leverage total		
Total pasivo	\$ 71.219.677	0,82
Total patrimonio	\$ 86.501.910	

Por cada peso de patrimonio se tienen deudas por 0,77 en la comercializadora.

Índice de actividad		
Rotación activos operacionales		
Ventas	\$ 721.425.440	
Activo	\$ 157.721.587	5

Esto quiere decir que en el primer año los activos rotan 5 veces, en la comercializadora.

Rentabilidad operativa del activo		
Utilidad operativa	\$ 86.763.365	0,12
Ventas	\$ 721.425.440	

El 0,11 es lo que produce todos los fondos comprometidos en la comercializadora.

Margen de utilidad		
Margen bruto		
Utilidad bruta	\$ 145.970.373	0,20
Ventas	\$ 721.425.440	

De las ventas netas la empresa recibe un margen bruto del 0,19.

Margen operativo		
Utilidad operativa	\$ 86.763.365	0,12
Ventas	\$ 721.425.440	

El margen operativo de la comercializadora para el primer año es de 0,11.

Margen neto		
Utilidad neta	\$ 51.379.319	0,07
Ventas	\$ 721.425.440	

El margen neto de las operaciones de distribuir calzado es 0,07.

## CONCLUSIONES

Para este proyecto las posibilidades de entrar en el mercado es muy buena, ya que gran interés entre las mujeres y almacenes en comprar el calzado elaborado por los internos del centro penitenciario de la ciudad, teniendo en cuenta que esta investigación se realiza con el objeto de apoyar al programa de resocialización a los internos del penal.

Se indago sobre la cantidad de comercializadora de calzado para damas en la ciudad y solo se encontró que hay dos, y se encargan de comercializar varios artículos o accesorios para la mujer.

Con el estudio de mercados se concluyo que la demanda actual de los almacenes es de 83.497 pares de calzado para damas, por tratarse de un proyecto tipo social se concluye que el centro penitenciario esta en la capacidad de suministrar esta cantidad de calzado, pues cuenta con la mano de obra capacitada y tecnología para llevar a cabo el proceso de producción.

El sitio óptimo para la ubicación de la comercializadora es el barrio Buenos Aires, por ser este un sitio donde se encuentran cercanos la mayoría de los almacenes de ciudad y de fácil acceso para los clientes internos y externos.

La ingeniería del proyecto no tiene restricciones de índole técnico, pues no se requiere el uso de mucha tecnología, solo es uso de software para llevar el inventario y la contabilidad.

La capacidad instalada esta diseñada para distribuir 36.906 pares de calzado en el año y la capacidad utilizada es de 25.049 para el primer año.

La inversión necesaria para la puesta en marcha de la comercializadora es de \$ 87.806.479, el capital de trabajo requerido es de \$ 55.303.271, el valor presente neto es de \$ 71.101.218 y la TIR d3el 46% y la inversión se recupera en un año, once meses y ocho días.

En lo social es una buena propuesta, porque este generaría muy buenos ingresos a los internos del penal, además de contribuir al desarrollo económico de la ciudad.

Para concluir se recomienda la instalación y puesta en marcha de la comercializadora, también porque este se convierte en una buena inversión para las autoras de la idea de negocio.

## **RECOMENDACIONES**

Como principal recomendación, es solicitar a las diferentes entidades publicas y privadas a participar en este tipo de proyecto, ver anexos E, ya sea haciendo aportes económicos o con formación, para que la idea se consolide en el menor tiempo posible, como comentario anexan cartas dadas en respuestas a solicitudes hechas a algunas entidades privadas a hacer partes del proyecto, pero se entiende que este es un proceso largo y que se les debe presentar el proyecto consolidado, para garantizar la seriedad del mismo ante dichas entidades.

Desde la parte administrativa, se deben fijar estrategias de publicidad y promoción que posicionen la comercializadora en el mercado y que le permita al gerente buscar siempre los canales más adecuados para la distribución del calzado.

## BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de proyectos 4ª edición. Mc Graw Hill.
- BIBLIOTECA DE CONSULTA. Microsoft Encarta 2008.
- GARCÍA S, Oscar León. Administración Financiera – Fundamentos y aplicaciones 3ª edición.
- MENDEZ, Carlos A. Metodología de la Investigación, Mc Graw Hill 2005.
- JANY CASTRO, José Nicolás. Investigación Integral de Mercados – Avances para el nuevo milenio. Mac Graw Hill.
- [http://www.camaradirecta.com/index\\_oficina.php](http://www.camaradirecta.com/index_oficina.php)-Diciembre 10 de 2011.
- <http://www.actualicese.com/normatividad/categoria/tributaria>-Diciembre 07 de 2011.
- <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>- Diciembre 05 de 2011
- <http://www.dinero.com/Seccion/actualidad/economia/47>-Diciembre 07 de 2011.

# **ANEXOS**

## Anexo A – Encuesta mujeres

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
 INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL  
 Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
 GESTION EMPRESARIAL

Somos estudiantes del programa Gestión Empresarial de la UIS, y la presente encuesta tiene como finalidad conocer su preferencia en la compra de calzado, elaborados por los internos del penal de esta ciudad.

NOMBRE: \_\_\_\_\_  
 DIRECCION: \_\_\_\_\_  
 TELÉFONOS: \_\_\_\_\_  
 ESTRATO SOCIO-ECONÓMICO: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué tipo de calzado compra?

Zapatillas	
Sandalias	
Botas	

2. ¿Dónde compra el calzado que usa?

Almacén \_\_\_\_\_ Fábrica \_\_\_\_\_ Ambas opciones \_\_\_\_\_

3. ¿Con qué frecuencia realiza su compra de calzado?

4 veces al año \_\_\_\_\_ 3 veces al año \_\_\_\_\_ 2 veces al año \_\_\_\_\_ 1 vez al año \_\_\_\_\_

4. ¿Cantidad de calzado que compra en el año?

1 par \_\_\_\_\_ 2 pares \_\_\_\_\_ 3 pares \_\_\_\_\_ 4 pares \_\_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_, cuál \_\_\_\_\_

5. ¿Cuál es el tipo de material de su calzado que compra?

	Sintético	Cuero
Zapatillas		
Sandalias		
Botas		

6. ¿Cuál es la medida del tacón de su calzado?

Zapatilla	5 1/2	6 1/2	7 1/2
Sandalias	Semiplataforma	Normal	Totalmente plana
Botas	5 1/2	6 1/2	7 1/2

7. ¿Cuáles de los siguientes colores prefiere al momento de realizar su compra?

Zapatilla	Ocre y fuertes	Negro y blanco	Tonos cafés
Sandalias	Ocre	Miel	Pasteles
Botas	Beige	Negro	Café

8. ¿Qué número (talla) de calzado usa?

34 \_\_\_\_ 35 \_\_\_\_ 36 \_\_\_\_ 37 \_\_\_\_ 38 \_\_\_\_ 39 \_\_\_\_ 40 \_\_\_\_

9. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de zapatos de material sintético?

Zapatillas	De \$30.000 - \$35.000	De \$40.000 - \$45.000	De \$50.000 - \$55.000	De \$60.000 - \$65.000
Sandalias	De \$ 20.000 - \$ 25.000	De \$ 30.000 - \$ 35.000	De \$ 40.000 - \$ 45.000	De \$ 50.000 - \$ 55.000
Botas	De \$ 70.000 - \$ 80.000	\$ 90.000 - \$ 100.000	De \$ 110.000 - \$ 120.000	De \$ 130.000 - \$ 140.000

10. ¿Cuál es el precio que paga actualmente por un par de zapatos de **cuero**?

Zapatillas	De \$45.000 - \$50.000	De \$55.000 - \$60.000	De \$65.000 - \$70.000	De \$75.000 - \$80.000
Sandalias	De \$ 30.000 - \$ 35.000	De \$ 40.000 - \$ 45.000	De \$ 50.000 - \$ 55.000	De \$ 60.000 - \$ 65.000
Botas	De \$ 110.000 a \$ 130.000	De \$ 140.000 a \$ 160.000	De \$ 170.000 a \$ 190.000	De \$ 210.000 a \$ 230.000

11. ¿El calzado que compra le merece su apreciación por?

Satisfacción: A la medida \_\_\_\_ Insatisfacción: Ajustados \_\_\_\_  
 Suaves \_\_\_\_ A su gusto \_\_\_\_  
 Duros \_\_\_\_  
 Por la atención \_\_\_\_ Ampollas \_\_\_\_  
 La garantía \_\_\_\_ Desperfectos \_\_\_\_  
**Otro** \_\_\_\_, **cuál** \_\_\_\_ **Otro** \_\_\_\_ **cuál** \_\_\_\_

12. ¿Le interesaría comprar zapatillas, sandalias y botas, hechas por los internos del centro penitenciario y carcelario de la ciudad?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Por qué \_\_\_\_\_

13. ¿Cuál de los siguientes aspectos le parece más importante al momento de realizar su compra?

Precio \_\_\_\_ Garantía \_\_\_\_ Calidad \_\_\_\_ Variedad \_\_\_\_ Otro, cuál? \_\_\_\_

**Agradecemos su valiosa colaboración.**

## Anexo B – Encuesta almacenes

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
 INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL  
 Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
 GESTION EMPRESARIAL

Somos estudiantes del programa Gestión Empresarial de la UIS, y la presente encuesta tiene como finalidad conocer su preferencia en la compra de calzado para damas en la ciudad de Barrancabermeja, elaborados por los internos del penal de esta ciudad.

NOMBRE: \_\_\_\_\_  
 DIRECCION: \_\_\_\_\_  
 TELÉFONOS: \_\_\_\_\_  
 CORREO ELECTRONICO: \_\_\_\_\_

13. ¿Compra calzado para dama? Si\_\_\_\_ No\_\_\_\_  
 Si su pregunta es negativa, por favor pase a la pregunta No.15.

14. ¿Qué tipo de calzado para damas compra?

Zapatillas	
Sandalias	
Botas	

15. ¿Con qué frecuencia realiza sus pedidos de calzado para dama?  
 8 días\_\_\_\_ 15 días\_\_\_\_ 20 días\_\_\_\_ 30 días\_\_\_\_ 40 días\_\_\_\_\_

16. ¿Cuántas unidades de cada presentación de calzado compra?

Zapatillas	
Sandalias	
Botas	

17. ¿En qué material prefiere el calzado que compra para comercializar?

Cuero	
Cuero sintético	

18. ¿Cuál es el tipo de tacón que compra por cada presentación?

Zapatilla	5 1/2	6 1/2	7 1/2
Sandalias	Semiplataforma	Normal	Totalmente plana
Botas	5 1/2	6 1/2	7 1/2

19. ¿Cuáles son los colores preferidos al momento de realizar su compra?

Blanco \_\_\_\_ Negro \_\_\_\_ Beige \_\_\_\_ Marrón \_\_\_\_ Ocre \_\_\_\_ Otro \_\_\_\_, cuál \_\_\_\_

20. ¿Qué números (talla) acostumbra a comprar?

34 \_\_\_\_ 35 \_\_\_\_ 36 \_\_\_\_ 37 \_\_\_\_ 38 \_\_\_\_ 39 \_\_\_\_ 40 \_\_\_\_

21. ¿Actualmente a qué precio está comprando el calzado para dama en material sintético?

Zapatillas	De \$10.000 - \$15.000	De \$20.000 - \$25.000	De \$30.000 - \$35.000	De \$40.000 - \$45.000
Sandalias	De \$ 8.000 - \$ 13.000	De \$ 18.000 - \$ 23.000	De \$ 28.000 - \$ 33.000	De \$ 38.000 - \$ 43.000
Botas	De \$ 40.000 - \$ 45.000	\$ 50.000 - \$ 55.000	De \$ 60.000 - \$ 65.000	De \$ 70.000 - \$ 75.000

22. ¿Actualmente a qué precio está comprando el calzado para dama en cuero?

Zapatillas	De \$15.000 - \$20.000	De \$25.000 - \$30.000	De \$35.000 - \$40.000	De \$45.000 - \$50.000
Sandalias	De \$ 10.000 - \$ 15.000	De \$ 20.000 - \$ 25.000	De \$ 30.000 - \$ 35.000	De \$ 40.000 - \$ 45.000
Botas	De \$ 50.000 - \$ 55.000	\$ 60.000 - \$ 65.000	De \$ 70.000 - \$ 75.000	De \$ 80.000 - \$ 85.000

23. ¿Forma de pago de los pedidos realizados?

50% por adelantado \_\_\_\_ 100% en la entrega del pedido \_\_\_\_ 15 días \_\_\_\_ 30 días \_\_\_\_

24. ¿Cuál es la marca más vendida de calzado para dama?

\_\_\_\_\_

25. ¿El calzado de dama que compra donde lo elaboran?

Barrancabermeja \_\_\_\_ Bucaramanga \_\_\_\_ Cúcuta \_\_\_\_ Bogotá \_\_\_\_

26. ¿Se encuentra satisfecho con el calzado que está comprando en la actualidad?

Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Por qué? \_\_\_\_

27. ¿Le interesaría comprar zapatillas, sandalias y botas, hechas por los internos del centro penitenciario y carcelario de la ciudad?

Probablemente Si \_\_\_\_ Definitivamente Si \_\_\_\_ No \_\_\_\_ Por qué? \_\_\_\_

28. ¿Cuáles de los siguientes aspectos considera Usted importante al momento de la compra?

Calidad \_\_\_\_ Tiempo de entrega \_\_\_\_ Forma de pago \_\_\_\_ Garantía \_\_\_\_ Otros, cuales \_\_\_\_

Muchas gracias por sus aportes y tiempo.

## Anexo C – Compromiso de suministro de calzado



Instituto Nacional Penitenciario y Carcelario – INPEC  
Ministerio del Interior y de Justicia  
Republica de Colombia

Prosperidad  
para todos

411EPMSCBBJ-DIR-1812

Barrancabermeja 05 de diciembre de 2011

**Señoras**  
**ANGELICA MARIA RUEDA**  
**CANDI ESHTER CASTRO MARTINEZ**  
Estudiantes X Semestre Gestión Empresarial  
Universidad Industrial de Santander  
La Ciudad

Por medio de la presente me permito dar respuesta a la solicitud emitida por ustedes de manera verbal el día 02 de diciembre del año en curso solicitando nuestro respaldo ante el suministro del calzado producido por los internos del Establecimiento Penitenciario y Carcelario de Barrancabermeja dentro del desarrollo productivo del PROYECTO "FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE CALZADO FABRICADOS POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA".

A lo anterior damos respuesta positiva respaldando la elaboración y ejecución de la idea de proyecto presentada por ustedes.

Dicha autorización se expide como solicitud de las estudiantes para presentar como anexo del proyecto a la Universidad Industrial de Santander.

Atentamente,

  
BALENTINA RODRÍGUEZ ANGARITA  
Directora EPMSBBJ

Elaborado por: DGTE PINTO VALDÉS ÁLVARO  
Revisado por: DRA. BALENTINA RODRÍGUEZ  
Fecha de elaboración: 05/12/11

"EL INPEC SOMOS TODOS"



OP-027-11 V03

## Anexo D – Solicitud de apoyo al proyecto

Barrancabermeja 12 de diciembre de 2011

Ingeniero  
GUSTAVO ADOLFO CORTES URIBE  
Gerente  
PETROTALLER LTDA.  
La Ciudad

Cordial Saludo,

Por medio de la presente nos permitimos dirigirnos a usted como gerente de tan prestigiosa oficina con la finalidad de presentar una solicitud de colaboración social para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto de grado titulado "FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE CALZADO FABRICADOS POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA", presentado por las estudiantes de X semestre de Gestión empresarial, ANGELICA MARIA RUEDA identificada con código universitario 2075070 y CANDI ESTHER CASTRO MARTINEZ identificada con código universitario 2075691, de la UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER.

El proyecto en mención hace énfasis en la gestión social de resocialización de los internos del Establecimiento Penitenciario y Carcelario de Barrancabermeja, teniendo como finalidad apoyar el proceso productivo y de resocialización que se viene desarrollo en la actualidad dentro del Establecimiento Penitenciario de Barrancabermeja.

Con lo anterior recurrimos a su amable atención para la contribución de recursos económicos que respalden el desarrollo productivo de la propuesta en mención, contribuyendo del mismo modo a la gestión y compromiso social empresarial.

Quedamos a la espera de una pronta respuesta.

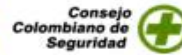
Atentamente,

  
ANGELICA MARIA RUEDA  
ESTUDIANTE DE GESTIÓN EMPRESARIAL X SEMESTRE  
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER – UIS-

  
CANDI ESTHER CASTRO MARTINEZ  
ESTUDIANTE DE GESTIÓN EMPRESARIAL X SEMESTRE  
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER – UIS-



## Anexo E - Manifestación de apoyo de empresas



Barrancabermeja 14 de diciembre de 2011

Señoritas

**ANGELICA MARIA RUEDA**

**CANDI ESTHER CASTRO MARTINEZ**

Estudiantes Gestión Empresarial X semestre

Universidad Industrial de Santander – UIS-  
Ciudad

Cordial saludo

Por medio de la presente nos permitimos dar respuesta a la solicitud emitida por ustedes el día 12 de diciembre del año en curso con referencia al apoyo para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto de grado "FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE CALZADO FABRICADOS POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA".

Teniendo en cuenta lo anterior y siendo DIATECO LTDA una empresa comprometida con la compromiso social empresarial damos nuestro aval al proyecto productivo planteado por ustedes permitiendo la posibilidad de trabajar en pro de un proyecto social y autosostenible.

Esperamos ser de gran ayuda para una población vulnerable y contribuir socialmente con el desarrollo de este tipo de proyectos.

Cordialmente,

**HUMBERTO VEGA GARCIA**  
DIRECTOR ADMINISTRATIVO Y FINANCIERO  
DIATECO LTDA  
315 371 0862

Barrancabermeja.

Calle 71 N° 27-08 - E. La Libertad  
Tels. (577) 620 04 10 - (577) 621 39 81  
Fax. (577) 621 35 67  
Móvil. 315 378 10 35 - 312 433 25 23

Bogotá D.C.

Av. 15 N° 124 - 17 - Edif. Jorge Barón - Ofc. 416  
PBX. (571) 215 33 07 - (571) 215 58 56  
Fax. (571) 637 14 75  
Móvil. 312 522 95 13

[www.diatecoltda.com](http://www.diatecoltda.com)



## **MAGISTER LTDA.**

Nit. 800.141.838-1

Otros Estudios - Mecanocéntricos - Arquitectura

Barrancabermeja 15 de diciembre de 2011

Señor (as)  
ANGELICA MARIA RUEDA  
CANDI ESTHER CASTRO MARTINEZ  
Estudiantes Gestión Empresarial  
Universidad Industrial de Santander  
Ciudad

Cordial saludo

A través de la presente damos respuesta al oficio radicado con numeración MA-RD-158-11 el día 12 de diciembre del año en curso con ref: al apoyo para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto de grado "FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE CALZADO FABRICADOS POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA", nos permitimos informales que ha sido aprobada la solicitud en mención mediante la cual se les brindara por parte de nuestra empresa un apoyo al desarrollo económico y productivo del proyecto de grado del cual nos complace ser impulsores.

De antemano les deseamos los mejores resultados para tan buena propuesta de proyecto con un alto sentido social y empresarial.

Cordialmente,

**MAURICIO PORRAS BAUTISTA**  
Gerente

Calle 71 No. 27 - 08 Barrio La Libertad PBX: 620 04 10 - 622 55 34  
Telefax: 621 35 67 Celular: 312 523 19 34 - Barrancabermeja



# PETROTALLER LTDA

NIT. 804003900 - 4



Barrancabermeja 15 de diciembre de 2011

Señor (as)  
**ANGELICA MARIA RUEDA**  
**CANDI ESTHER CASTRO MARTINEZ**  
Estudiantes Gestión Empresarial  
Universidad Industrial de Santander  
Ciudad

Cordial saludo

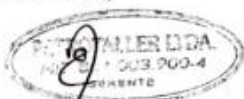
Asunto: apoyo para el desarrollo y puesta en marcha del proyecto de grado.

"FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE CALZADO FABRICADOS POR LOS INTERNOS DEL ESTABLECIMIENTO PENITENCIARIO Y CARCELARIO DE BARRANCABERMEJA".

Petrotaller Ltda. en función de la búsqueda de su mejoramiento continuo y su responsabilidad social a nivel regional agradece ser participe en este proyecto.

Nuestra empresa, esta en la disposición para apoyar su propósito y de esta manera retroalimentar experiencias empresariales para el éxito en el desarrollo del proyecto, siendo consecuentes con nuestra política de responsabilidad social y apoyando el desarrollo de la región.

Cordialmente,



**GUSTAVO ADOLFO CORTES URIBE**  
GERENTE  
PETROTALLER LTDA





NIT. 890.201.063-6

# COTIZACION

**A**

459709

- BUCARAMANGA Calle 36 No. 18 - 50 Tel. 6524479 - 6429911 - 6304700  
Calle 56 No. 23 - 12 Tels. 6434394 - 6670395
- GIRÓN - POBLADO Cra 26 No. 38 - 10 Piso 2 Tel. 6466225
- PIEDECUESTA Cra 6 No. 9 - 75 Tel. 6550260
- AGUACHICA Calle 5 No. 25 - 22 Tel. 650548
- BARRANCA Calle 49 No. 15 - 20 Tel. 2238451
- CIMITARRA Cra 5 No. 6 - 43 Tel. 260501
- SAN GIL Cra 17 No. 24A - 76 Tels. 246220 - 246219
- MALAGA Cra 9 No. 14A - 07 Tel. 607591
- BARBOSA Calle 10 No. 9 - 45 Tels. 7484775 - 7486000

### NOMBRES Y APELLIDOS

Condy Castro

03	12	2011
DIA	MES	AÑO

### RESIDENCIA

TELEFONO  
370 4007003

### EMPRESA

TELEFONO

CANT.	ARTICULO	VALOR \$
1	Portatil Samsung A02 500GB / 4GB / Core i3 + Mouse + Base	1'239.000

### CONDICIONES DEL PLAN

TOTAL \$

Contado \_\_\_\_\_ Crédito \_\_\_\_\_ Credicantado \_\_\_\_\_ Inicial \_\_\_\_\_ No. Cuotas \_\_\_\_\_

Nombre **VENDEDOR:**



**YOLANDA LIZCANO VERA**  
NIT 63.341.355-1  
Regimen Comun

**ORDEN DE PEDIDO**   
**COTIZACION**

**Nº 1188**

CALLE 49 No. 13-59 - TELS. 620 40 34 - 602 07 22  
CEL. 311 5346880 - B. COLOMBIA - BARRANCABERMEJA.

CIUDAD Y FECHA: **Barrancabermeja - 03 - DIC - 2011**

SEÑORES: **KATI CASTRO** NIT. \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_ TEL: **3204007808**

CANT.	ARTICULO	V/UNITARIO	V/TOTAL
2	escritorios en L de 150x150	590.000	590.000
1	escritorio de 1-20x50 Archivador y gaveta	200.000	200.000
1	Archivador 4 Gavetas	270.000	270.000
1	Silla Basica Giratoria	180.000	180.000
1	Silla veronica brazo	360.000	360.000
	2 años de Garantia en escritorios y sillas 1 año		
<b>TOTAL</b>			

SON: \_\_\_\_\_

Forma de Pago

Vendedor: **IRINA PEINADO** Cliente: \_\_\_\_\_

C.C. ONIT.

EL COMPRADOR ACEPTA REAL Y MATERIALMENTE LOS BIENES Y SERVICIOS EN ELLA MENCIONADOS  
YOLANDA LIZCANO VERA SE RESERVA EL DOMINIO DE LA MERCANCIA HASTA QUE EL COMPRADOR LA CANCELE EN LA TOTALIDAD

**Bucaramanga, diciembre de 2011**

**LA SOLUCIÓN DE GBS  
PARA QUE USTED:  
¡ORGANICE Y CONTROLE SU NEGOCIO!**



Señora:  
CANDY CASTRO  
E. S. M.

**REF: Único sistema de información integrado para el Sector Privado, Sector Oficial, usado y recomendado por las principales Empresas y Contadores Públicos del Oriente Colombiano.**

**Para nosotros en GBS, La Casa Colombiana de Software, es motivo de gran satisfacción, presentar la siguiente propuesta para la Organización y el *Control de Su Negocio*.**



**GBS, nuestra firma, ha sido reconocida como la empresa más innovadora por COLCIENCIAS y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, así como finalista en el Concurso Nacional de INNOVACIÓN “INNOVA 2009” del Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia, gracias a lo cual, en 2010, seguiremos INNOVANDO para que usted pueda implementar el mejor Sistema de Información Contable y Gerencial.**

La razón:

**GBS le ofrece el software, acompañado de la Educación y Consultoría necesaria para el *Control de Su Negocio*, siendo este el primer paso para la mejora de la productividad, la competitividad y el camino hacia el ÉXITO EMPRESARIAL.**

Estimado(a) Empresario(a):

PROPUESTA ECONÓMICA



Barrancabermeja, diciembre 7 de 2011

Señores:  
**CANDY CASTRO MARTINEZ**  
 L.C.

**Cordial Saludo:**

Para **YARIGUIES STEREO** es un placer saludarles deseándoles éxitos en sus labores profesionales, a la vez presentarle la siguiente **PROPUESTA COMERCIAL** para el efecto de un contrato de Publicidad.

Le ofrecemos un excelente **PLAN PUBLICITARIO** adaptado a sus necesidades y presupuesto; brindándole grandes ventajas para que su anuncio sea impactante y llamativo con el respaldo de 25 años de tradición y experiencia en Barrancabermeja.

**PROPUESTA**

Valor pauta radial de acuerdo a los segundos:

PAUTA DE 20" DE DURACION	\$8.700.00
PAUTA DE 30" DE DURACION	
\$13.000.00	

- ✓ Transmisión de 5 pautas diarias de 20" durante los días 23, 24 y 25 de enero. Total pautas 15.  
 Valor.....\$130.500
- ✓ Transmisión de 10 pautas diarias de 20" durante los días 23,24 y 25 de enero. Total pautas 30.  
 Valor.....\$261.000
- ✓ Transmisión de 5 pautas diarias de 30" durante los días 23, 24 y 25 de enero. Total pautas 15.  
 Valor.....\$195.000.00
- ✓ Transmisión de 10 pautas diarias de 55" durante los días 23, 24 y 25 de enero. Total pautas 30.

Barrancabermeja, Diciembre 7 de 2011

**Vanguardia**  
**Liberal**

**Evolucionemos >>**

Señorita  
CANDY CASTRO  
Ciudad

De la manera más atenta me permito enviarle cotización de avisos publicitarios en nuestro prestigioso periódico Vanguardia Liberal. Con una promoción de pague 2 aviso y publique 5 avisos, y si quieren que le salga para un día domingo se le cobra el 20% más.

TARIFA PAGINA BARRANCABERMEJA. Valor por día  
MARTES A SABADO

TAMAÑO:	BLANCO Y NEGRO
¼ de Página	\$ 573.156
1/8 de Página	\$ 286.578
9 Cm. X 2 Col.	\$ 127.368
8 Cm. X 2 Col.	\$ 113.216
6 Cm. X 2 Col.	\$ 84.912
5 Cm. X 2 Col.	\$ 70.988

NOTA: ESTE VALOR YA INCLUYEN EL 16 % DEL IVA.

Para mayor información comunicarse con ELSA VESGA OSORIO, a los teléfonos 6220300 – 6220302 – Fax: 6220859 – Ext. 116 - Celular 3115885079. Correo electrónico [publicidadbca02@vanguardia.com](mailto:publicidadbca02@vanguardia.com) - [elsavesga@hotmail.com](mailto:elsavesga@hotmail.com)

Cordial Saludo,

ELIANA PATRICIA MARTINEZ GONZALEZ.  
Administradora Agencia Barrancabermeja

Calle 34 No. 13-42  
Bucaramanga -Santander - Colombia  
PBX: 6300 700  
[www.vanguardia.com](http://www.vanguardia.com)



Presentamos a usted propuesta comercial para la promoción de su negocio en nuestro programa matinal denominado BARRANCABERMEJA POSITIVA, divulgación a través de convenio de emisión con el canal local en Barrancabermeja Enlace Televisión.

### **DESCRIPCION DE LA PROPUESTA**

**PROGRAMA BARRANCABERMEJA POSITIVA:** Programa creado para entretener e informar a la ciudadanía, con temas de actualidad e interés. Pensado en la energía y vitalidad con la que los televidentes quieren comenzar su día, "BARRANCABERMEJA POSITIVA" es una propuesta entretenida con temas e ideas para el hogar, salud, asuntos jurídicos, consejos de bienestar, entre otros temas y secciones de información general y actual que mantendrá a la ciudadanía informada y entretenida, en un espacio conducido por presentadores con experiencia y reconocimiento en la ciudad. Juegos, concursos, premios y sorpresas se encontrarán diariamente en este espacio. El programa se transmite en directo por este medio de comunicación, lunes a viernes de 9:00 a.m. a 10:30 a.m.

### **OFERTA DE SERVICIOS**

<b>ESPACIO</b>	<b>PRODUCTO</b>	<b>PLAN DE EMISION</b>	<b>VALOR</b>
<b>BARRANCABERMEJA POSITIVA</b>	<b>RECONOCIMIENTO DE 10 SEGUNDOS DE DURACION.</b>	110 impactos mensuales, 5 emisiones diarias en cada programa.	\$580.000
		66 impactos mensuales, 3 emisiones diarias en cada programa.	\$464.000
		44 impactos mensuales, 2 emisiones diarias en cada programa.	\$348.000
		22 impactos mensuales, 1 en cada programa.	\$290.000



- Dibujo de Ingeniería
- Diseño Gráfico
- Plotter a Color
- Copias y Scanner de Planos
- Impresión Digital Exterior

### COTIZACION

VERSION 2  
FECHA 29-07-08



COT-722/11

Barrancabermeja, 09 de diciembre de 2011

Señores:  
CANDY ESTHER CASTRO  
La Ciudad

TEL: CEL: e-mail dulce.1087@hotmail.com

Re: IMPRESIÓN

En respuesta a su amable solicitud de cotización, me permito describir a continuación el valor unitario:

CANT.	DESCRIPCION	VR. UNIT.	VR. TOTAL
1	Impresión de valla en lona banner con ojales a Tam 4x3m		\$ 360.000
1	Impresión de valla en lona banner con ojales a Tam 4x8m		\$ 800.000

NOTA: - ESTOS VALORES NO INCLUYEN IVA DEL 16%

Atentamente,

BIBIANA GOMEZ  
AUXILIAR ADMINISTRATIVA