

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE FABRIQUE Y
COMERCIALICE CINTURONES Y SANDALIAS EN MACRAME EN EL
MUNICIPIO DE SAN ALBERTO - CESAR**

**MILDRED CAROLINA NÚÑEZ SÁNCHEZ
LILIANA MARCELA RÚGELES HERNÁNDEZ**



**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2017**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE FABRIQUE Y
COMERCIALICE CINTURONES Y SANDALIAS EN MACRAME EN EL
MUNICIPIO DE SAN ALBERTO - CESAR**

**MILDRED CAROLINA NÚÑEZ SÁNCHEZ
LILIANA MARCELA RÚGELES HERNÁNDEZ**

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

**Director
ALEJANDRO MANTILLA CÁCERES
Ingeniero Industrial
Especialista en Gerencia en Evaluación de Proyectos**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2017**

AGRADECIMIENTOS

A DIOS, por darnos la vida y los recursos necesarios para poder culminar con éxito los estudios realizados.

A la Universidad Industrial de Santander y al IPRED, por permitirnos desarrollar la experiencia educativa y ser egresados en esta hermosa profesión.

Al ingeniero Alejandro Mantilla director del proyecto por su valiosa colaboración y orientación.

A los docentes, en cada una de las asignaturas por sus conocimientos y aportes en nuestro continuo proceso educativo.

A los compañeros de estudio, por su amistad, compañerismo y colaboración en el logro de nuestras metas.

A las entidades e instituciones, que de una u otra manera colaboraron con la información requerida para la realización del presente estudio.

A los familiares y amigos, por esa voz de aliento necesaria para la culminación de nuestros estudios y el desarrollo del proyecto.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	18
1. GENERALIDADES	20
1.1 PANORAMA DEL SECTOR	21
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	22
1.3 ASPECTOS LEGALES	26
2. ESTUDIO DE MERCADOS	30
2.1 OBJETIVOS	30
2.1.1 Objetivo General	30
2.1.2 Específicos	30
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	31
2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio.	31
2.2.2 Atributos diferenciadores del producto	33
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	34
2.3.1 Mercado Potencial	34
2.3.2. Mercado Objetivo.	34
2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	34
2.4.1 La Demanda	34
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	36
2.4.3 Estimación de la demanda.	54
2.4.4 Proyección de la demanda	55
2.5. OFERTA O COMPETENCIA	58
2.5.1. Necesidades de la Información	58
2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia	58
2.6 DEMANDA POTENCIAL O INSATISFECHA	59
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	59
2.7.1 Estructura de los canales actuales	59
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	60
2.7.3. Selección de los canales de Comercialización	60
2.8. PRECIO	61
2.8.1 Análisis de precios	61
2.8.2. Estrategia de Fijación de Precios	61
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	61
2.9.1 Objetivos	61
2.9.2 Logotipo.	62
2.9.3 Slogan.	62
2.9.4 Análisis de medios	63
2.9.5 Selección de medios	63

2.9.6. Estrategias publicitarias	63
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	63
3. ESTUDIO TÉCNICO	65
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	65
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	65
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	65
3.1.3 Capacidad del proyecto	66
3.2 LOCALIZACIÓN	68
3.2.1 Macro localización	68
3.2.2 Micro localización	68
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	70
3.3.1 Ficha técnica del producto	70
3.3.2 Descripción técnica del proceso	71
3.3.3 Diagrama de operación	72
3.3.4 Control de calidad	75
3.3.5 Recursos.	76
3.3.6 Análisis de Proveedores	77
3.3.7 Distribución de planta.	78
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	80
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	80
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	81
4.2.1 Visión	81
4.2.2 Misión.	81
4.2.3 Objetivos	81
4.2.4 Políticas	81
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	82
4.3.1 Organigrama de la empresa	82
4.3.2 Descripción y perfil de los cargos	83
4.3.3 Asignación salarial	88
5. ESTUDIO FINANCIERO	89
5.1 INVERSIONES	89
5.1.1. Inversión Fija	90
5.1.2. Inversión diferida	91
5.1.3 Inversión de Capital de Trabajo	92
5.1.4 Inversión total.	96
5.1.5. Fuentes de financiación	96
5.2 COSTOS Y GASTOS	97
5.2.1 Costos fijos.	97
5.2.2. Costos variables	97
5.3 PRECIO DE VENTA	98
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	99
5.4.1 Ingresos.	99

5.4.2. Egresos	100
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A CINCO AÑOS	100
5.5.1. Estado de Resultados Proyectados a 5 años	100
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado	101
5.5.3. Balance General proyectado a 5 años.	103
6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.	104
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL Y LOS ASPECTOS CLAVES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	104
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL	105
6.2.1 Matriz de evaluación de impactos.	106
6.2.2 Plan de mitigación	106
6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA	107
6.3.1 Valor presente neto	108
6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR	109
6.3.3. Período de recuperación.	110
6.3.4 Análisis de las Razones Financieras.	110
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	113
7. CONCLUSIONES	116
8. RECOMENDACIONES	118
BIBLIOGRAFÍA	120
ANEXOS	125

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Municipio de San Alberto	24
Figura 2. Canal de comercialización venta indirecta	59
Figura 3. Canal de comercialización.	60
Figura 4. Logotipo MADEJA STORE	62
Figura 5. Slogan MADEJA STORE.	62
Figura 6 Tejido cinturón y sandalia	72
Figura 7. Proceso fabricación sandalia macramé	73
Figura 8. Diagrama de flujo fabricación de cinturón	74
Figura 9. Plano de distribución	79
Figura 10. Organigrama MADEJA STORE	83
Figura 11. Punto de equilibrio cinturones unidades	114
Figura 12. Punto de equilibrio sandalias unidades	115

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Cantidad de mujeres que utiliza sandalias a la hora de vestir	37
Gráfico 2. Cantidad de mujeres que utiliza cinturones a la hora de vestir	38
Gráfico 3. Material elegido a la hora de comprar cinturones	39
Gráfico 4. Material elegido a la hora de comprar sandalias	40
Gráfico 5. Frecuencia de compra sandalias	41
Gráfico 6. Frecuencia de compra de cinturones	42
Gráfico 7. Unidades de sandalias compradas	43
Gráfico 8. Unidades de cinturones compradas	44
Gráfico 9. Precio de la última compra en sandalias	45
Gráfico 10. Precio de la última compra en cinturones	46
Gráfico 11. Canal de preferencia para compra de productos.	47
Gráfico 12. Característica a la hora de comprar un producto mencionado	48
Gráfico 13. Conocimiento de la técnica macramé	49
Gráfico 14. Aceptación de sandalias y cinturones en macramé	50
Gráfico 15. Aceptación de precio sandalias tejidas	51
Gráfico 16. Aceptación de precio cinturones tejidos	52
Gráfico 17. Medio publicitario elegido a la hora de adquirir los productos	53

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Mujeres que usan sandalias	37
Tabla 2. Mujeres que usan cinturones	38
Tabla 3. Material que eligen a la hora de comprar los cinturones	39
Tabla 4. Material que se utiliza en las sandalias	40
Tabla 5. Frecuencia de compra sandalias	41
Tabla 6. Frecuencia de compra cinturones	42
Tabla 7. Unidades de sandalias que compradas	43
Tabla 8. Unidades de cinturones las veces que compra.	44
Tabla 9. Pago por la última compra de un par de sandalias.	45
Tabla 10. Pago de la última compra de un cinturón.	46
Tabla 11. Canal de compra de sandalias y cinturones	47
Tabla 12. Característica a la hora de comprar sandalias y cinturones	48
Tabla 13. Conocimiento de la técnica macramé población femenina	49
Tabla 14. Aceptación de compra de sandalias y cinturones en macramé	50
Tabla 15. Aceptación de precio fijado para un par de sandalias en macramé	51
Tabla 16. Aceptación de precio de un cinturón en macramé	52
Tabla 17. Medio de publicidad para enterarse de los productos	53

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Especificaciones de la sandalia tejida en macramé	33
Cuadro 2. Especificaciones del cinturón tejido en macramé	33
Cuadro 3. Ficha técnica de la demanda	35
Cuadro 4. Proyección de la demanda sandalias.	56
Cuadro 5. Proyección de la demanda cinturones artesanal.	57
Cuadro 6. Análisis de competencia indirecta	58
Cuadro 7. Análisis de precios de la competencia.	61
Cuadro 8. Análisis de medios	63
Cuadro 9. Publicidad de lanzamiento.	64
Cuadro 10. Presupuestos de publicidad en operación.	64
Cuadro 11. Capacidad total diseñada por línea de producto	66
Cuadro 12. Capacidad instalada	67
Cuadro 13. Capacidad Utilizada	67
Cuadro 14. Capacidad proyectada.	68
Cuadro 15. Método cualitativo localización	68
Cuadro 16. Ficha técnica cinturón macramé.	70
Cuadro 17. Ficha técnica sandalia macramé.	70
Cuadro 18. Recurso físico operativo y administrativo	77
Cuadro 19. Recurso insumo.	77
Cuadro 20. Análisis de proveedores.	78
Cuadro 21. Perfil del cargo Gerente.	83
Cuadro 22. Perfil de cargo secretaria	85
Cuadro 23. Perfil de cargo artesanos	86
Cuadro 24. Perfil de cargo contador	87
Cuadro 25. Asignación de salarios.	88
Cuadro 26. Distribución prestacional.	88
Cuadro 27. Herramientas e insumos.	90
Cuadro 28. Muebles y enseres	90
Cuadro 29. Equipo de oficina	91
Cuadro 30. Total inversión fija	91
Cuadro 31. Inversión diferida	91
Cuadro 32. Insumos	92
Cuadro 33. Mano de obra directa	93
Cuadro 34. Costos indirectos de fabricación.	93
Cuadro 35. Total costos producto	94
Cuadro 36. Gastos de personal administrativo	94
Cuadro 37. Gastos de administración	95
Cuadro 38. Total gastos	95
Cuadro 39. gastos financieros.	95

Cuadro 40. Total capital de trabajo	96
Cuadro 41. Inversión total	96
Cuadro 42. Amortización del crédito	97
Cuadro 43. Costos fijos	97
Cuadro 44. Costos variables	98
Cuadro 45. Precio de venta cinturones:	98
Cuadro 46. Precio de venta sandalias	99
Cuadro 47. Ingresos	99
Cuadro 48. Egresos	100
Cuadro 49. Estado de resultados proyectado	101
Cuadro 50. Flujo de caja proyectado	102
Cuadro 51. Balance general	103
Cuadro 52. Matriz de impactos	106
Cuadro 53. VPN	109
Cuadro 54. TIR	109
Cuadro 55. Periodo de recuperación	110
Cuadro 56. Recuperación de la inversión	110
Cuadro 56. Razón corriente.	111
Cuadro 57. Nivel de endeudamiento	112
Cuadro 58. Margen neto de utilidad	112
Cuadro 59. Calculo de punto de equilibrio en unidades	113
Cuadro 60. Calculo punto de equilibrio en valores.	114

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Formato de encuesta.	125

GLOSARIO

MACRAME: tejido hecho a mano con hilos o cuerdas gruesos que se trenzan o anudan y cuya estructura se parece al encaje de bolillos.

ARTESANÍA: arte y técnica de fabricar o elaborar objetos o productos a mano, con aparatos sencillos y de manera tradicional.

ARTESANO: un artesano es la persona que realiza objetos artesanales o artesanías.

TEJIDO: forma en que están entrelazadas las fibras de un tejido, lo que produce una sensación táctil o visual.

NILÓN: fibra sintética, elástica y resistente, que se utiliza para fabricar hilos y tejidos.

MERCADOTECNIA: conjunto de estrategias para examinar y mejorar los negocios de acuerdo a resultados con el cliente, sus expectativas y experiencia.

RESUMEN

TÍTULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE FABRIQUE Y COMERCIALICE SANDALIAS Y CINTURONES EN MACRAME EN EL MUNICIPIO DE SAN ALBERTO CESAR.

AUTORES: MILDRED CAROLINA NÚÑEZ SÁNCHEZ**
LILIANA MARCELA RÚGELES HERNÁNDEZ

PALABRAS CLAVE: factibilidad, macramé, artesanal, original, innovación, calidad, diseño, económico.

DESCRIPCIÓN:

Este proyecto da respuesta a la necesidad que hay en San Alberto de generar una fuente de empleo para la población de manera rentable, de igual manera recuperar el oficio artesanal y satisfacer a la población femenina en el uso de cinturones y sandalias artesanales. La técnica macramé se emplea en infinidad de productos desde accesorios para la mujer como collares, pulseras, aretes, bolsos y ropa; de igual manera productos para la casa como tapetes, cortinas, sillas mecedoras colgantes, masetas etc. Este proyecto solo se enfocará en sandalias y cinturones. La gran ventaja es que no se tiene competencia directa en la comercialización y fabricación de sandalias y cinturones en macramé.

La población manifiesta no encontrar dentro del municipio un establecimiento que comercialice este tipo específico de artesanía. Otro de los factores por el cual en el Municipio no se fabrica este tipo de productos artesanales, es que no se cuenta con mano de obra calificada. Actualmente hay una demanda de 16.238 unidades de sandalias y 18.029 cinturones. El proyecto será constituido como una sociedad por acciones simplificada, con un organigrama integrado por 3 cargos (4 artesanos, 1 secretaria, un gerente) incluyendo una persona por prestación de servicios.

De acuerdo al estudio de factibilidad realizado en las diferentes etapas y en específico la evaluación financiera se puede decir que es viable para su puesta en marcha, requiriendo como costo de inversión un total de \$ 70.449.369 en un periodo de recuperación de 4 años y 10 meses y con una tasa interna de retorno de 30.64%.

* Trabajo de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión empresarial. Director: Alejandro Mantilla Cáceres, Ingeniero Industrial

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY FOR THE CREATION OF THE COMPANY MANUFACTURING AND MARKETING MACRAME FLIP FLOPS AND BELTS SAN ALBERTO CESAR.*

AUTHORS: MILDRED CAROLINA NUÑEZ SANCHEZ.**
| LILIANA MARCELA RUGELES HERNADEZ.

KEYWORDS: feasibility, macramé, handcrafted, original, innovation, quality, design, economic.

DESCRIPTION:

This project gives an answer to the requirements that there is in San Alberto, to develop a profitable employment source to people, recovering the handcrafted job and satisfying the female population using handcrafted belts and flip flops. The macramé technique is used to make a lot of accessories for women such as neckless, earrings, bracelets, purses and clothes. Also, there are many home goods such as rugs, curtains, chairs, pots and many others. However, this project focuses in flip flops and belts. The great advantage is that there is no rival trading and manufacturing macramé flip flops and belts.

The population doesn't find inside the town any establishment that trade this specific kind of handcraft. Another factor why the town doesn't make this kind of handcrafted products is because they don't have skilled labor. Currently, there is a demand of 16.238 of flip flops and 18.029 of belts. Tis project is going to be constituted as a simplify share society, with an organization chart integrated by 3 positions: 4 craftsmen, 1 assistant and 1 manager; including provision of services employee.

According to the feasibility study done in the different stages and the financial evaluation, it could be viable let it started, requiring only \$70.449.369 as a final investment, with a recovering period of 4 years and 10 months, and an internal rate of return of 30,64%.

* Work degree

** Institute of Regional Projection and Distance Education. Business management. Director: Alejandro Mantilla Cáceres, Industrial Engineer

INTRODUCCIÓN

Las artesanías en Colombia son un símbolo de pujanza y tradicionalismo en diferentes regiones del país, sin embargo, esta tradicionalidad ha venido perdiéndose en cada región del país donde casi es desconocida desde su técnica de fabricación como sus usos y este no es la excepción, para el municipio de San Alberto Cesar donde no se maneja ningún tipo de proceso artesanal, es preciso poder aprovechar su crecimiento y la pujanza de sus habitantes.

Para el municipio es indispensable contar con fuentes de ingreso y empleabilidad para sus residentes, es por esto que el proyecto busca ser una base de apoyo y crecimiento, obteniendo fuentes de ingresos para sus habitantes y un modelo de apoyo a las tradiciones que se vienen perdiendo en el país.

Para esto se realizará una serie de estudios que permitan evidenciar la viabilidad del proyecto iniciando con un estudio de mercados donde se medirá por medio de una encuesta el grado de aceptación para el uso y compra de cinturones y sandalias en tejido macramé, teniendo en cuenta la demanda, la oferta, la competencia, los canales de comercialización, se definirán los precios a ejecutar y se hará una descripción del producto de acuerdo a sus usos y especificaciones.

También se realizará un estudio técnico donde se considerará el tamaño, capacidad e ingeniería del proyecto, la localización, la utilización de los recursos humanos, físicos y tecnológicos para el buen funcionamiento de la empresa, el análisis de los proveedores y la mejor distribución de la planta establecida.

En el estudio administrativo y legal se definirá el tipo de sociedad que tendrá la empresa, la constitución, la estructura organizacional basada en la visión y misión de la compañía y la descripción de los perfiles para los respectivos cargos.

Luego en un estudio financiero se establecerán las necesidades de inversión, las fuentes de financiación, los costos y los estados financieros determinando la viabilidad y rentabilidad económica junto a los respectivos precios de ventas y las proyecciones financieras.

Para la evaluación del proyecto se determinará los aspectos sociales y ambientales y el impacto que desarrolla sobre la generación de empleos directos e indirectos y por supuesto si es viable para su definitiva puesta en marcha.

Con este proyecto de factibilidad y cada uno de sus estudios se buscará integrar al municipio de San Alberto Cesar la tradicional arte de tejido en macramé como fuente de ingresos y generación de empleo que conlleven a apoyar el vertiginoso crecimiento económico de la región y su potencial recurso humano que día a día busca superarse.

1. GENERALIDADES

Ser artesano es representar la identidad cultural de un país, exponer sus mejores costumbres y hacerle honra a la estética desde una habilidad que nace en las manos, se forma en el silencio y decora las realidades. Hablar de artesanías equivale a representar la realidad cultural de un país en un objeto que además de ser decorativo y altamente estético, es de utilidad.

La artesanía, es una actividad de transformación para la producción de bienes, a través de oficios que se llevan a cabo con predominio de la energía humana y el trabajo físico y mental.¹ Con esta actividad se obtiene un resultado final individualizado, que cumple una función unitaria y tiende a adquirir la categoría de obra de arte, puesto que expresa valores culturales de un contexto social.

Un mapa artesanal de Colombia mostraría bien definidas las zonas productoras, al sur el departamento de Nariño es el núcleo principal con un 14% de participación, en centro del país, Boyacá y Tolima representan el 8% y el 7% del total nacional. El resto de los llevan cuatro de los departamentos de la costa atlántica, Sucre con el 10%, Córdoba con el 9%, Cesar con el 7% y el atlántico con el 16%.²

Los oficios más importantes y con un mayor número de artesanos dedicados a estas actividades son la tejeduría, con el 57,52%, la madera, con el 13,48%, y la cerámica, con el 7,37%.³

La artesanía elaborada mediante el tejido en macramé con galón de seda ha sido tradicional y exclusiva de la región cundiboyacense colombiana, siendo aplicada en productos que hacen parte del atuendo femenino desde tiempo atrás; quizás la prenda más representativa es el pañolón negro, parte fundamental del traje típico de la campesina de tierra fría. Es fácil suponer que el uso de esta prenda es de origen netamente español, teniendo en cuenta los antecedentes de la conquista, así como su uso durante la época de la colonia y posteriormente de la independencia, en el Reino de la Nueva Granada, cuando el pañolón o mantilla de

¹ Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico. Artesanías de Colombia. Listado General de Oficios Artesanales. 1989. [En línea]. [Citado 8 junio 2017]. Disponible en: <http://www.artesaniasdecolombia.com.co:8080/trazaartesanal/documentos/artesanias-colombia-listado-oficios.pdf>

² Centro de Desarrollo Empresarial. Artesanías Colombianas, con oportunidades en 20 mercados. [En línea]. [Citado 8 abril 2016]. Revista Latinpymes. Disponible en: <http://www.latinpyme.com.co/articulo/3892>

³ DIAZ, Daniela. Las artesanías de Colombia. Demográfico. Blog. [En línea]. [Citado 10 abril 2016]. Disponible en: <http://lasaartesaniasdecolombia.blogspot.com.co/p/demografico.html>

vivos colores era muy usado por las mujeres de cierto nivel en las Provincias de Tunja, Vélez, Santa Fe y Soto.⁴

1.1 PANORAMA DEL SECTOR

Los empresarios colombianos dedicados a las artesanías tienen oportunidades de negocio en 20 mercados a nivel mundial, según Pro Colombia.

El principal comprador de artesanías en el mundo es Estados Unidos, sin embargo, países de Medio Oriente, Asia y Australia han mostrado interés por productos con historia y originales, pero sin sacrificar el concepto de tradición. La originalidad y calidad de las artesanías colombianas responden a estos requisitos y han alcanzado los mercados de Australia, Japón, Nueva Zelanda, Rusia y los vecinos Venezuela y Panamá. De acuerdo con la entidad, las exportaciones de artesanías colombianas en 2015 fueron de US\$ 36 millones. Aruba, Brasil, Costa Rica, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Italia, Puerto Rico, República Dominicana, Suecia, Suiza, Turquía y Holanda son otros mercados donde se pueden ubicar las artesanías nacionales. Algunas regiones colombianas impactadas por esta actividad son Antioquia, Bogotá, Valle del Cauca, Atlántico, Risaralda, Tolima, Norte de Santander, Huila, Bolívar y Cauca.⁵

Sus artesanos despliegan todo el ingenio para transformar materias primas en objetos de valor cultural, con una técnica propia, que refleja una identidad cultural valiosa para compradores internacionales. Se estima que un factor para aumentar la competitividad en esta actividad es aprovechar la cultura ancestral e indígena, y plasmarla de manera que los productos transmitan exclusividad. Este sector representa el 15 % de la ocupación en el sector manufacturero, con 350.000 personas aproximadamente, de las cuales un 70 % son de dedicación exclusiva.

Hay que tener en cuenta que la innovación y la exclusividad de los productos debe demostrarse con criterios de responsabilidad social y ambiental; y certificaciones internacionales.

⁴CORRADINE MORA, María Gabriela. El macramé en galón de seda de Duitama-Boyacá. Artesanías de Colombia. 2010 [En línea]. [Citado 10 abril 2016]. Disponible en: <http://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/1930/1/INST-D%202010.%2010.pdf>

⁵ Centro de Desarrollo Empresarial. Artesanías Colombianas, con oportunidades en 20 mercados. [En línea]. [Citado 8 abril 2016]. Revista Latinpymes. Disponible en: <http://www.latinpyme.com.co/articulo/3892>

Pese a la vasta trayectoria del sector artesanal y a sus grandes ventajas competitivas, las artesanías han venido cediendo paso a los productos fabricados en serie gracias al perfeccionamiento de los procedimientos mecánicos de fabricación. Además de la consecuente reducción en su mercado, existen numerosos problemas que se constituyen en fuente notable de dificultades para su desarrollo.⁶

El empleo de herramientas rudimentarias demora los trabajos y no le permite al artesano cumplir a tiempo con los compromisos adquiridos con los comercializadores, quienes los castigan con la no compra de sus productos.

La artesanía elaborada mediante el tejido en macramé con galón de seda ha sido tradicional y exclusiva de la región cundiboyacense colombiana, siendo aplicada en productos que hacen parte del atuendo femenino desde tiempo atrás; quizás la prenda más representativa es el pañolón negro, parte fundamental del traje típico de la campesina de tierra fría. Es fácil suponer que el uso de esta prenda es de origen netamente español, teniendo en cuenta los antecedentes de la conquista, así como su uso durante la época de la colonia y posteriormente de la independencia, en el Reino de la Nueva Granada, cuando el pañolón o mantilla de vivos colores era muy usado por las mujeres de cierto nivel en las Provincias de Tunja, Vélez, Santa Fe y Soto.⁷

1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

El municipio de San Alberto Cesar, fue fundado el 20 de mayo de 1.955 por el señor Luis Felipe Rivera Jaimes. El proceso de poblamiento de buena parte del Magdalena Medio, hasta San Alberto y San Martín, está indisolublemente ligado a las migraciones que generó el proceso de la Violencia, en los años cincuenta. La construcción de la vía férrea es, el referente más importante para explicar cómo se ocupó esta zona, que hasta los años cuarenta estaba prácticamente despoblada. Con el ferrocarril llegaron trabajadores que se apropiaron de “tierras bajas” y se convirtieron en colonos, que ocupaban los terrenos a través de una ganadería completamente extensiva y casi “cimarrona” (es decir, con ganado prácticamente salvaje, que se marca para reafirmar derechos de propiedad sobre el área en la

⁶ Colombia. Ministerio de Desarrollo Económico. Artesanías de Colombia. Censo económico nacional: sector artesanal. 1998. [En línea]. [Citado 8 abril 2016]. Disponible en: <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/handle/001/2322>

⁷ ProColombia. Las artesanías colombianas son admiradas desde Panamá hasta Nueva Zelanda. [En línea]. [Citado 8 abril 2016]. Revista Legiscomex. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/A/artesantias-colombianas-admiradas-mundo-abr-05-16-2not/artesantias-colombianas-admiradas-mundo-abr-05-16-2not.asp?Codidioma=EN>

que éstos pastan y beben). Para entonces, un grupo de conservadores que había sido expulsado de sus tierras en Santander, ocupó y colonizó las zonas menos angostas en las que aún había bosque primario que talar, entre los 300 msnm y los 800 msnm, cercaron las fincas, introdujeron ganado de mejor calidad y crearon un núcleo poblado al que podía acceder por trocha desde Bucaramanga.⁸

Con todo, estos colonos no llegaron a disputar la propiedad de tierras cuyos títulos de propiedad se venían transfiriendo de las concesiones que hizo el Estado a comienzos de siglo y que a su vez estaban reconociendo títulos que tenían antecedentes muy remotos. Estos colonos contribuyeron poderosamente a civilizar la zona, creando una vía de acceso terrestre y una oferta de mano de obra adaptada a las condiciones del medio.⁹

Para los años 60, surge la posibilidad de vincularse una empresa extranjera que, aprovechando las medidas ultra - proteccionistas que se dictaron en ese entonces, desarrollo un importante cultivo de palma africana, que en su fase de montaje requirió más de 800 trabajadores fijos (durante cerca de dos años) y de alrededor de otros 700 temporales.

En un comienzo la empresa no disponía de campamentos, pero una vez que la plantación comenzó a explotar la Palma (desde mediados de los años 60, pero de modo sistemático al finalizar esa década) ya disponía de un conjunto importante de instalaciones.

Para mediados de los 70 existían viviendas obreras en lo que hoy constituye el casco urbano de San Alberto; pero fue realmente a mediados de ésta década que se aceleró el poblamiento, al punto que se reconoció la necesidad de crear una jurisdicción municipal nueva, de la que después (en 1983) se segregó el municipio de San Martín, que también había consolidado un importante núcleo poblado en torno a otra zona de cultivo de palma africana.

En la década de los ochenta el municipio de San Alberto tuvo una dinámica inusitada, en parte, porque se logró consolidar en esos años y en los inmediatamente anteriores un importante programa de construcción de vivienda

⁸ Colombia Turismo Web. [sitio web]. Información. [Citado 9 junio 2017]. Disponible en: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CESAR/MUNICIPIOS/SAN%20ALBERTO/SAN%20ALBERTO.htm>

⁹ Alcaldía de San Alberto-Cesar. [sitio web]. Información General. Historia. [Citado 10 marzo 2016]. Disponible en: http://www.sanalberto-cesar.gov.co/informacion_general.shtml

obrero para los trabajadores de la palma. Esta dinámica se vio opacada por severos procesos de violencia política, en algunos casos, asociada a conflictos obrero patronales en INDUPALMA.¹⁰

Aun cuando algunos núcleos poblados, como La Palma y La Llana, en particular el primero, se formaron tempranamente como centros de servicios para los trabajadores palmeros, el gran impacto derivado de la vía a la costa atlántica terminó por reforzar el crecimiento de lo que hoy constituye el casco urbano del municipio. A lo anterior se suma el mencionado proceso de construcción de viviendas de los barrios obreros, que terminaron por darle la primacía total a la actual cabecera municipal.

Figura 1. Municipio de San Alberto



Fuente: Google maps

Actualmente San Alberto cuenta con **24.912** habitantes según datos del Sisben.¹¹

La parte más baja del municipio se encuentra localizada a 50 m.s.n.m. y la parte más alta se encuentra a una altura de 2600 m.s.n.m. al extremo occidente de la zona.

¹⁰ Alcaldía de San Alberto-Cesar. [sitio web]. Información General. Historia. [Citado 10 marzo 2016]. Disponible en: http://www.sanalberto-cesar.gov.co/informacion_general.shtml

¹¹ Ibíd.

Desde el punto de vista fisiográfico el municipio presenta paisajes de vertientes, colinas, piedemontes y Valles de Topografía plana. Ocupa una superficie de 676.1 Km² que corresponden al 2.66% del territorio Departamental; las vertientes se encuentran localizadas al oriente y ocupan aproximadamente un 30% del área; La zona de las Colinas y Piedemontes se encuentran en el centro de la zona y ocupan aproximadamente el 15% del área; Los Valles Planos y Depreciaciones aluviales se encuentran en el centro - Occidente ocupando aproximadamente el 55% del área total.

El municipio de San Alberto limita con el municipio de San Martín a través de las Quebradas Minas y Las Micas; al SUR con los departamentos del Santander (playón) y Norte de Santander (corregimiento la Esperanza) a través del Río San Alberto del Espíritu Santo. Al OCCIDENTE con el departamento de Santander a través de Sabana de torres y por el ORIENTE con Municipio de Ábrego - Norte de Santander en la división de aguas de la Loma de la Peña.

Extensión total 676,1 km², extensión área urbana 2,16 km² y altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar) 125 m.s.n.m, Temperatura media: 31°C, viento del SO a 11 km/h, humedad del 58 %. Distancia de referencia: Distancia de la ciudad de Valledupar 350 Km.¹²

El nivel general de ingresos de San Alberto es muy superior al resto de los municipios circunvecinos, incluso San Martín que es muy semejante.

La principal fuente de ingresos en la localidad es la producción de aceite de palma. Se tiene que las tres cuartas partes de las personas que viven en la cabecera municipal pertenecen a una familia vinculada a la producción de aceite de palma.

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

La ganadería para leche es otra importante fuente de ingreso de la localidad. Aproximadamente existen en el municipio 69.000 cabezas de ganado bovino, 5200 porcinos, 1200 ovinos, 450 equinos y 30.000 aves en galpones. La producción de leche por animal es de 4.5 litros siendo quizás la más alta del país.

¹² Ibíd.

La agricultura en el municipio tiene una mayor importancia que la ganadería si se la mide por la cantidad de empleos que genera, pero es improbable que ni siquiera se asemeje al valor agregado que puede estar produciendo el hato lechero del municipio.¹³

1.3 ASPECTOS LEGALES

En la parte legal, la empresa debe someterse a las siguientes disposiciones legales:

Ley 100 de 1993, “Todo empleador se encuentra obligado a afiliarse a sus trabajadores al sistema de seguridad social, para cubrir los riesgos que puedan afectar su salud o sus ingresos”¹⁴.

Ley 99 DE 1993, Art. 5. Regula las condiciones generales para el saneamiento del medio ambiente, el uso, manejo y aprovechamiento de los recursos naturales con el fin de mitigar o eliminar el impacto de actividades contaminantes del entorno y determinar las normas ambientales mínimas y las regulaciones de carácter general aplicables a todas las actividades que puedan generar directa o indirectamente daños ambientales.¹⁵

Resolución 161 de 1995 (AGOSTO 2). Por la cual se establecen unos parámetros y fijan unos límites y valores para la revisión técnico – mecánica de vehículos.¹⁶

Ley 769/2002. Código Nacional de Transito. Ha autorizado la revisión técnico mecánica y de gases para los automotores públicos y particulares. La reglamentación se encuentra actualmente en el Ministerio de Transporte y el

¹³ *Ibíd.*

¹⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 100. Art.22 (23, diciembre, 1993). Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Diciembre, 1993. Nro. 41148.

¹⁵ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 99. Art.5 (22, diciembre, 1993). Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Diciembre, 1993. Nro. 41146. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=297>

¹⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Resolución 161. (2, agosto, 1995). Por la cual se establecen unos parámetros y fijan unos límites y valores para la revisión técnico - mecánica de vehículos. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=843>

Ministerio del Medio Ambiente, Vivienda Y Desarrollo Territorial.¹⁷

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley.¹⁸

Ley 797 del 2003. Por la cual se reforman algunas disposiciones del sistema general de pensiones previsto en la Ley 100 de 1993 y se adoptan disposiciones sobre los Regímenes Pensionales exceptuados y especiales.¹⁹

Ley 1010 de 2006. Por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo.²⁰

Ley 1562 del 11 de julio del 2012. Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de salud ocupacional.²¹

Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.²²

¹⁷ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 769 (6, agosto, 2002). Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Agosto, 2002. Nro. 44893. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=5557>

¹⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014 (26, enero, 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento En: Diario Oficial. Enero, 2006. Nro. 46.164. Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

¹⁹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 797 (29, enero, 2003). Por la cual se reforman algunas disposiciones del sistema general de pensiones previsto en la Ley 100 de 1993 y se adoptan disposiciones sobre los Regímenes Pensionales exceptuados y especiales. En: Diario Oficial. Enero, 2003. Nro.45.079 Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0797_2003.html

²⁰ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1010 (23, enero, 2006). Por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo. En: Diario Oficial. Enero, 2006. Nro. 46.160 Disponible en: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1010_2006.html

²¹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1562 (11, julio, 2012). Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional. En: Diario Oficial. Julio, 2012. Nro. 48488. Disponible en: <http://mintrabajo.gov.co/normatividad-julio-leyes-2012/712-ley-1562-del-11-de-julio-de-2012.html>

²² COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1429 (29, diciembre, 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. En: Diario Oficial. Diciembre, 2010. Nro. 47937. Disponible en: <http://www.mintrabajo.gov.co/empleo/abece-ley-de-primer-empleo.html>

Ley 789 de 2002. Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.²³

Decreto 2811 del 18 de diciembre de 1974. Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente.²⁴

Decreto 1753 de 3 de agosto de 1994. Del Ministerio del medio ambiente presenta las condiciones y requisitos indispensables para el otorgamiento de licencia e impacto ambiental.²⁵

Ley 232 de 1995 (diciembre 26). Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales.²⁶

Ley 388 de 1997, Decreto 879 de 1998 Capítulo II. Plan de ordenamiento Territorial (POT). Orientar su desarrollo sostenible mediante la definición de estrategias de uso, ocupación y manejo de suelo.

Ley 3743 de 1950. Código Sustantivo del Trabajo.²⁷

²³ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 789 (27, diciembre, 2002). Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo. En: Diario Oficial. Diciembre, 2002. Nro. 45.046. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6778>

²⁴ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 2811 (18, diciembre, 1974). Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente. En: Diario Oficial. Diciembre, 1974. Nro. 34243. Disponible en: <https://www.rds.org.co/es/recursos/decreto-2811-de-1974-por-el-cual-se-dicta-el-codigo-nacional-de-recursos-naturales-renovables-y-de-proteccion-al-medio>

²⁵ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 1753 (3, agosto, 1994). por el cual se reglamentan parcialmente los Títulos VIII y XII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales. En: Diario Oficial. Agosto, 1994. Nro. 41427. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=1299>

²⁶ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 232 (26, diciembre, 1995). "Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. En: Diario Oficial. Diciembre, 1995. Nro. 42162. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=316>

²⁷ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 2663 (5, agosto, 1950). Sobre Código Sustantivo del Trabajo. En: Diario Oficial. Septiembre, 1950. Nro. 27407. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

Decreto 410 de 1961. Por el cual se expide el Código de Comercio.²⁸

Ley 373 de 1997. Por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua.²⁹

Ley 1607 Reforma Tributaria de 2012. Creación del impuesto sobre la Renta para la Equidad (CREE) como el aporte con el que contribuyen las sociedades y personas jurídicas y asimiladas para el ICBF.

Ley 1607 Reforma Tributaria de 2014. Creación del impuesto a la riqueza: estará a cargo de las personas jurídicas, naturales y sociedades de hecho contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios. Creación de la sobretasa al CREE: Este tributo tendrá aplicación desde el año 2015 hasta el 2018.

²⁸ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 410 (27, marzo, 1971). Por el cual se expide el Código de Comercio. En: Diario Oficial. Junio, 1971. Nro. 33.339. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41102>

²⁹ COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 373 (6, junio, 1997). por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua. En: Diario Oficial. Junio, 1997. Nro. 43.058. Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=342>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 Objetivo General. Realizar un estudio de mercados mediante la recolección y análisis de información primaria y secundaria de las variables más importantes de la mercadotecnia para evaluar la factibilidad de creación de una empresa productora y comercializadora de productos artesanales en macramé en el Municipio de San Alberto Cesar.

2.1.2 Específicos. Dentro de los objetivos específicos planteados se tienen:

- Identificar los atributos del producto requeridos por el mercado objetivo, mediante la búsqueda de información con los usuarios potenciales y garantizar la creación de la empresa en el municipio de san Alberto (Cesar).
- Determinar el mercado potencial y objetivo que usará el producto mediante la identificación de las características de gustos y necesidades que garantizará la viabilidad de creación de la empresa.
- Realizar un diagnóstico de la competencia de la empresa, mediante el análisis de la oferta actual para identificar algunas variables claves como la calidad del producto ofrecido, cantidad, servicio y sistemas de distribución usados por la misma.
- Realizar un estudio de la demanda que tendrá la empresa dedicada a la producción y comercialización de cinturones y sandalias en macramé en el municipio de San Alberto Cesar, por medio de una encuesta aplicada directamente a la población femenina para identificar las variables controlables y no controlables relacionadas con el producto ofrecido y los gustos de los consumidores.
- Estudiar la manera cómo opera el mercado artesanal en la región y analizar los canales de comercialización.
- Identificar cual sería la estrategia publicitaria más acertada para llamar al cliente y ofrecer mejor servicio.
- Realizar un análisis de precios con el fin de precisar las estrategias para salir al mercado con precios competitivos.
- Establecer estrategias de ventas adecuados por medio de información primaria y secundaria que permitan el establecimiento y crecimiento de la empresa en el municipio.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Descripción, usos y especificaciones del servicio. Se denomina macramé al arte de hacer nudos decorativos. Macramé es una palabra de origen francés que significa nudo, y que a su vez deriva de la palabra turca makrama.³⁰

Es un arte muy antiguo, ya que sólo se utilizan las manos para ejecutarlo. Pueblos como los persas y los asirios (2300 a. C.) utilizaron este arte con gran maestría. Más tarde, los árabes lo llevaron a Europa y más tarde los europeos a América, donde los caribeños utilizaron este arte para confeccionar sus típicas hamacas de nudos. Los materiales necesarios para hacer una obra de macramé son el hilo a tejer (ya sea algodón, yute, lino, seda u otras fibras naturales) y una superficie en la que sujetar la labor que se está realizando (normalmente, un palo de madera). Cualquier hilo de fuerte consistencia es adecuado para realizar labores de macramé, no obstante, la elección del mismo queda determinada por la obra a realizar. Los hilos más utilizados suelen ser de algodón o seda.³¹ En cuanto a los materiales necesarios para sujetar los hilos dependerá del tipo de labor a realizar.

A continuación, otro tipo de materiales para la realización del tejido macramé:

HILO ENCERADO: Este es el hilo clásicamente más usado para esta técnica. Este hilo se encuentra en diferentes grosores, no es demasiado caro y es fácil de trabajar. Normalmente los venden en bastantes colores, y sus nudos no suelen deshacerse. Es el hilo más utilizado para la creación de las famosas pulseras hippies coloridas.

HILO COLA DE RATÓN: Este es también un hilo bastante económico, más grueso que el anterior, y de aspecto brillante. No se usa tanto para pulsera, sino para otro tipo de piezas. El inconveniente de este hilo, es que el resultado puede llegar a ser muy grueso.

HILO CÁÑAMO: También conocido como hilo de *hemp*, es un hilo fino y áspero, que da a la pieza un aspecto étnico muy original. Lo malo de este hilo es que suele ser más caro que los anteriormente citados.

³⁰ Wikipedia: la enciclopedia libre. Macramé. [En línea]. [Citado el 2 marzo 2016]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Macram%C3%A9>

³¹ *Ibíd.*

HILO MERCERIZADO: Más conocido como hilo perlé, se puede comprar en ovillo o en madeja trenzada. Este es un hilo fácil de trabajar, que da unos resultados muy bonitos, y que además dispone de gran variedad de colores y grosores. Sus dos grandes inconvenientes son que es más caro, y que como se utilice un tamaño fino, se puede enredar con facilidad.

HILO DE NYLON: Este hilo es utilizado para varias cosas, entre las que se encuentra la técnica del macramé. Por su gran utilización en este tipo de trabajos, a veces se conoce como hilo macramé. No tiene una gama de colores demasiado grande, pero como suele presentarse en bobinas grandes, el precio no suele ser muy caro. El mayor inconveniente que tiene es que para realizar la terminación, se suele quemar el hilo, y estéticamente no queda bien. El nudo se deshace rápido, así que son más los inconvenientes que tiene que las buenas cualidades, pero se usa mucho por su precio.³²

PRODUCTOS

Cinturón macramé: Un cinturón en macramé es una tira larga y estrecha tejida y resistente para sujetar o ajustar prendas de vestir como pantalones, shorts o faldas, este se ciñe a la cintura. El cinturón abarca colores de moda, elaborado con el más mínimo detalle, viene en tallas S, M, L y XL.

Sandalias: Las sandalias son calzado ligero, generalmente sin tacón, consistente en una suela que se sujeta al pie tejido en macramé quedando parte del pie al descubierto. Son utilizadas comúnmente en verano o en la playa. Las hay de diversos colores y estilos, según la moda. Vienen en tallas infantil desde la 20 a la 32 y tallaje adulto desde la 35 a la 40.

Los cinturones y sandalias se complementan con cristales de imitación a circonitas o diamantes, perlas de imitación de colores, semillas, pepas de madera, pepas de vidrio, piedras semipreciosas, mostacillas, balines pequeños y de colores, separadores metálicos, plásticos o de madera, pepas de tagua, pasadores, hebillas.

³² La casa del artesano. La tradicional y ancestral técnica del macramé. [En línea]. [Citado el 8 marzo 2016]. Disponible en: <https://lacasadelarartesano.wordpress.com/2015/09/04/la-tradicional-y-ancestral-tecnica-del-macrame/>

Cuadro 1. Especificaciones de la sandalia tejida en macramé

	REFERENCIA	MACRASANBROWN
	ESTILO	Sandalia informal elaborada en suela plana.
	CARACTERISTICAS FISICAS	Sandalia cómoda, que se adapta al pie.
	PRESENTACION	Tres puntadas
	COMPOSICION	Nilón sintético, suela plana
	TALLA	De la 22 a la 40

Cuadro 2. Especificaciones del cinturón tejido en macramé

	REFERENCIA	MACRACINPINK
	ESTILO	
	CARACTERISTICAS FISICAS	Cinturón de 80cm de largo por 2cm de ancho
	PRESENTACION	Deportiva
	COMPOSICION	Nilón, hebillas, bisutería.
	TALLA	De la XS a la XXL

2.2.2 Atributos diferenciadores del producto. Los productos que se ofrecerán contarán con las siguientes características:

- Diseños personalizados en la técnica utilizada como el macramé.
- La excelente calidad en materiales y acabados.
- Servicios de reparación y mantenimiento de la prenda, en caso de sufrir algún daño al momento de su uso como costuras sueltas, caída de etiquetas, daños que puedan ser catalogados como fallas de producción de los cinturones y sandalias; este servicio solo se presta durante el tiempo de garantía que equivale a un mes. De igual manera el servicio no tendrá costo.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado Potencial. El mercado potencial para el proyecto que fabrique y comercialice sandalias y cinturones en macramé en el Municipio de San Alberto Cesar es de 12,206³³ que corresponde a las mujeres del municipio.

2.3.2. Mercado Objetivo. Las 6.419 mujeres entre las edades de 15 a 50 años³⁴ que será el mercado objetivo en el municipio de San Alberto Cesar.

2.4 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.4.1 La Demanda

2.4.1.1 Descripción del problema de la Investigación de mercados: San Alberto cuenta con un comercio que se encuentra en constante crecimiento, debido a las diferentes empresas que hay y que llegan a la localidad haciendo que la demanda de diferentes productos se supla de una u otra forma para llegar a satisfacer las necesidades de los clientes.

Con respecto a la comercialización de sandalias y cinturones en macramé, se encuentra muy limitada por la poca variedad de productos y la manera en que son comercializados; implementan el canal de distribución indirecta puesto que el fabricante deja en manos la venta a los distribuidores mayoristas para que estos lleguen a los pequeños establecimientos comerciales del municipio, por la cercanía este tipo de productos son traídos de la ciudad de Bucaramanga – Santander ya que se encuentra a 107 Km de distancia.

En la actualidad no se encuentra demanda de este tipo de artesanía en el Municipio, generalmente la demanda radica en artesanía al por mayor y tejido crochet. La ciudad cercana es Bucaramanga, pero solo se ofrece por medio de capacitaciones y tutoriales por internet.

³³ Alcaldía de San Alberto-Cesar. Programa de gobierno de Pedro Rafael Guevara Chogó 2016-2019. Población. [en línea]. [Citado 10 mayo 2016]. Disponible en: <http://www.sanalberto-cesar.gov.co/apc-aa-files/37383462323735353661613438633031/programa-de-gobierno-de-pedro-rafael-guevara-chogo.pdf>

³⁴ *Ibíd.*

Esta hermosa técnica artesanal se ha focalizado principalmente en dos localidades que son Nemocón, en donde quedan muy pocos rezagos de esta actividad, y Duitama, llamada también la “Perla de Boyacá”, capital de la Provincia del Tundama, localizada a una hora de Tunja, capital departamental de Boyacá. En esta ciudad se ha asentado la tradición de la tejeduría del macramé, ejercida por una amplia población femenina, principalmente de estratos bajos, pudiendo contabilizarse a cerca de 200 mujeres artesanas dedicadas al oficio³⁵

2.4.1.2 Necesidades de información

- Para el desarrollo del proyecto se requiere conocer en el área de Tesorería municipal y cámara de comercio el número de establecimientos comercializadores de cinturones y sandalias artesanales en el Municipio de San Alberto Cesar para analizar la competencia.
- Se requiere conocer las preferencias y características de la población objetivo a la hora de adquirir un producto.
- Se requiere conocer la demanda de cinturones y sandalias artesanales.
- Estudiar los precios de los productos ofrecidos.
- Se requiere establecer los canales de distribución.
- Se requiere aplicar un plan con estrategias de publicidad.
- Se requiere realizar un sondeo para identificar la población objetivo mediante la encuesta.

2.4.1.3 Ficha técnica

Cuadro 3. Ficha técnica de la demanda

Tipo de investigación	Exploratoria: Nos permite hacer el primer acercamiento en la búsqueda de información relacionada con los productos artesanales hechos en macramé en el municipio y poder determinar las acciones a realizar. Descriptiva Permite, describir las características de los productos hechos en macramé, identificando las características y propiedades de la población objetivo y las necesidades del uso de los productos ofrecidos.
Método de investigación	Método analítico. Permite conocer más las sandalias y cinturones en macramé en el Municipio.
Fuentes de información	Primaria: Se utilizará la encuesta para poder obtener información directa del segmento femenino del municipio, mediante el uso de un cuestionario estructurado que presentan las preguntas en un orden determinado acerca del nivel de predisposición a adquirir cinturones y sandalias en macramé. Secundarias: Departamento Nacional de Estadística, DANE, Base de Datos del Sisbén Municipal. Revistas, proyectos de grado, Internet.

³⁵ CORRADINE MORA, María Gabriela. El macramé en galón de seda de Duitama-Boyacá. Artesanías de Colombia. 2010 [En línea]. [Citado 10 abril 2016]. Disponible en: <http://repositorio.artesaniasdecolombia.com.co/bitstream/001/1930/1/INST-D%202010.%2010.pdf>

Técnicas de investigación	Para realizar este estudio de mercado se implementará la encuesta como técnica de recolección de la información ya que permite indagar acerca del producto a ofrecer, de una manera directa al realizar los interrogantes sobre el comportamiento, intereses y gustos del encuestado para luego realizar un análisis con gráficos y detectar la información de mayor importancia.
Instrumento para la recolección de la información	Cuestionario estructurado
Modo de aplicación	Forma directa a las personas encuestadas en el Municipio de San Alberto.
Definición de la población	Población femenina 6.419 ³⁶ , entre edades de los 15 a los 50 años del municipio de San Alberto Cesar. Elemento: mujeres económicamente activas
Proceso de muestreo	Para efectos de la investigación se llevará a cabo un muestreo aleatorio simple $n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{(N-1) e^2 + Z^2 \times p \times q}$ <p>Donde: N = Población= 12,206 mujeres Z = Nivel confiabilidad, 95% = 1,96 e = Error estimado, 5% = 0,05 p = Probabilidad éxito, 50% = 0,5 q = Probabilidad no éxito, 50% = 0,5 n= Número de muestras Reemplazando se tiene: $n = \frac{(1,96)^2 \times 12,206 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 (12,206 - 1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$ = 385</p>
Alcance	Municipio de San Alberto Cesar
Tiempo de aplicación	Del 1 de febrero al 15 de marzo del 2017

2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados. Luego de finalizada la aplicación de las encuestas a la muestra establecida, se realizó la tabulación y el análisis de los resultados obtenidos logrando determinar las siguientes conclusiones:

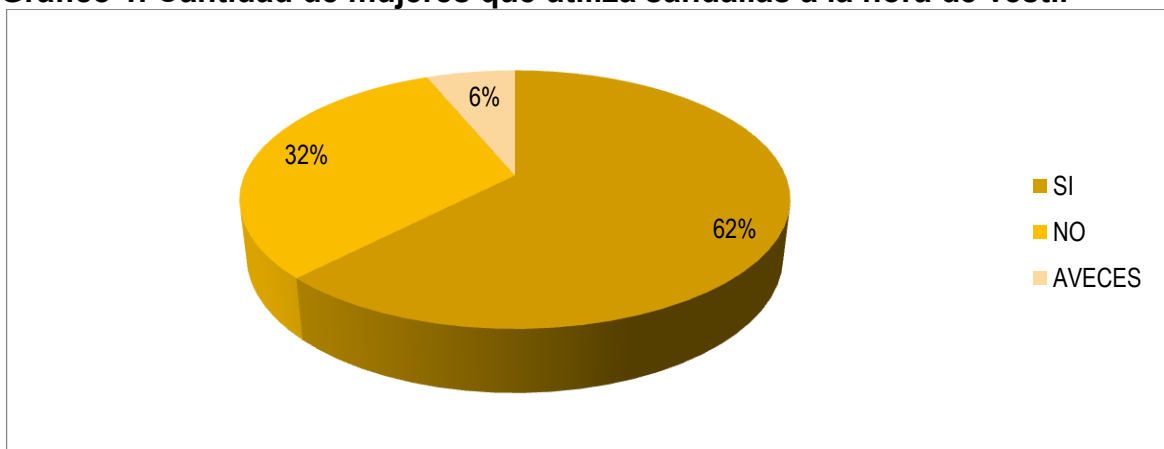
³⁶ Alcaldía de San Alberto-Cesar. Programa de gobierno de Pedro Rafael Guevara Chogó 2016-2019. Óp. Cit.

Pregunta 1. ¿Usted utiliza sandalias a la hora de vestir?

Tabla 1. Mujeres que usan sandalias

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	240	62,0%
NO	121	32,0%
A VECES	24	6,0%
TOTAL	385	100%

Gráfico 1. Cantidad de mujeres que utiliza sandalias a la hora de vestir



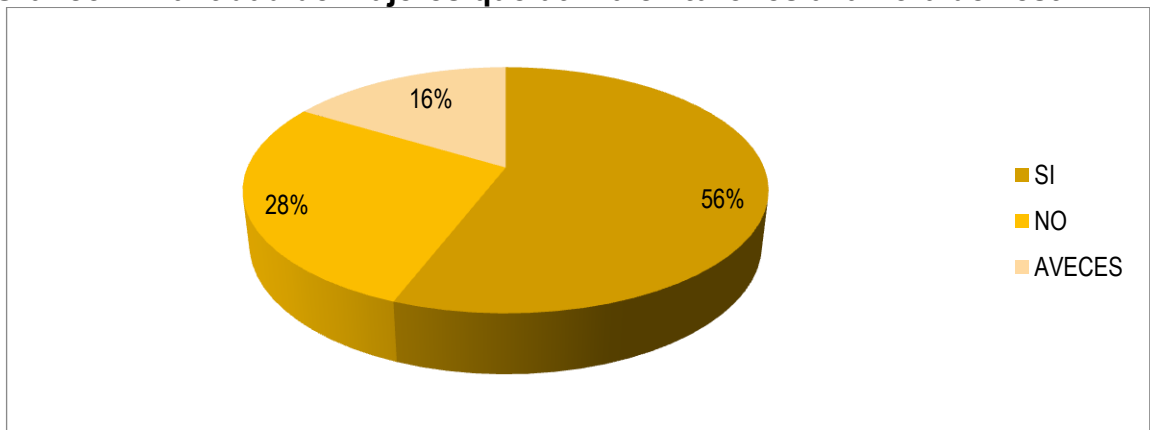
Según los resultados obtenidos de la muestra el 62% de las mujeres encuestadas manifiestan que utilizan sandalias, el 32% no lo hacen y solo el 6% manifiesta que a veces. La información obtenida muestra que en el municipio de San Alberto existe una necesidad por parte de la población femenina de utilizar sandalias y sirve de dato importante a la hora de incorporar el nuevo producto.

Pregunta 2. ¿Usted utiliza cinturones a la hora de vestir?

Tabla 2. Mujeres que usan cinturones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	215	56,0%
NO	107	28,0%
A VECES	63	16,0%
TOTAL	385	100%

Gráfico 2. Cantidad de mujeres que utiliza cinturones a la hora de vestir



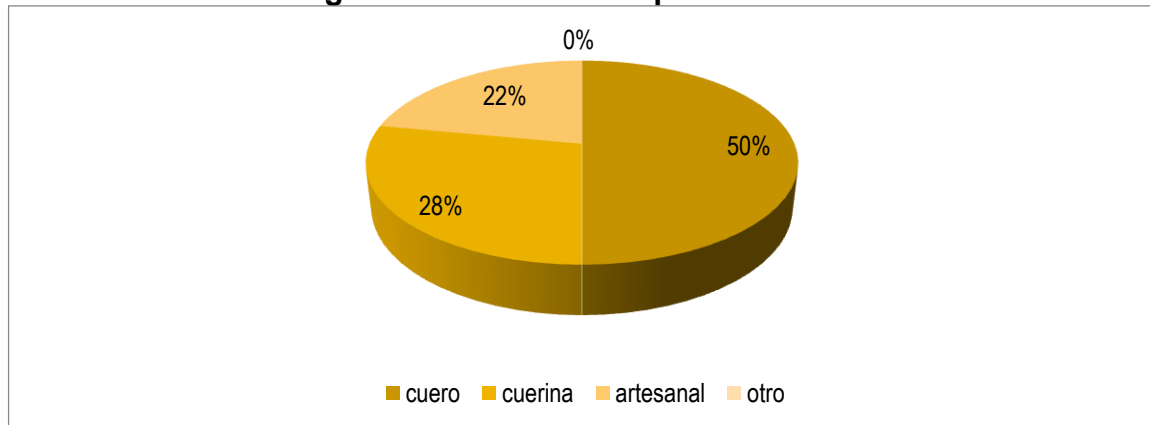
Según los resultados obtenidos de la muestra el 56% de las mujeres encuestadas manifiestan que utilizan sandalias, el 38% no lo hacen y solo el 16% manifiesta que a veces. La información obtenida muestra que en el municipio de San Alberto existe una necesidad por parte de la población femenina de utilizar cinturones y sirve de dato importante a la hora de incorporar el nuevo producto.

Pregunta 3. ¿Qué tipo de material elige al comprar cinturones?

Tabla 3. Material que eligen a la hora de comprar los cinturones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuero	107	50,0%
Cuerina	60	28,0%
Artesanal	47	22,0%
Otro	0	0,0%
TOTAL	214	100%

Gráfico 3. Material elegido a la hora de comprar cinturones



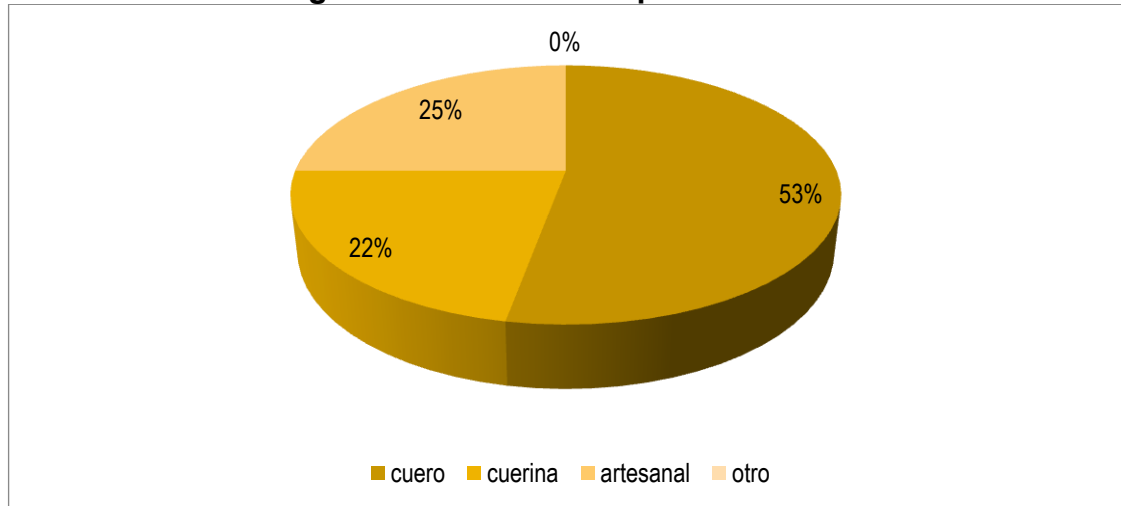
Se aprecia que dentro de los gustos a la hora de comprar cinturones el 50% de las mujeres prefieren que su materia prima sea cuero; el 28% cuerina y el 22% artesanal. Este 22% nos permite validar que el producto que se ofrece tiene aceptación y el resultado permite ver que la muestra también compra en material artesanal.

Pregunta 4. ¿Qué tipo de material elige al comprar sandalias?

Tabla 4. Material que se utiliza en las sandalias

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cuero	127	53,0%
Cuerina	53	22,0%
Artesana l	60	25,0%
Otro	0	0,0%
TOTAL	240	100%

Gráfico 4. Material elegido a la hora de comprar sandalias



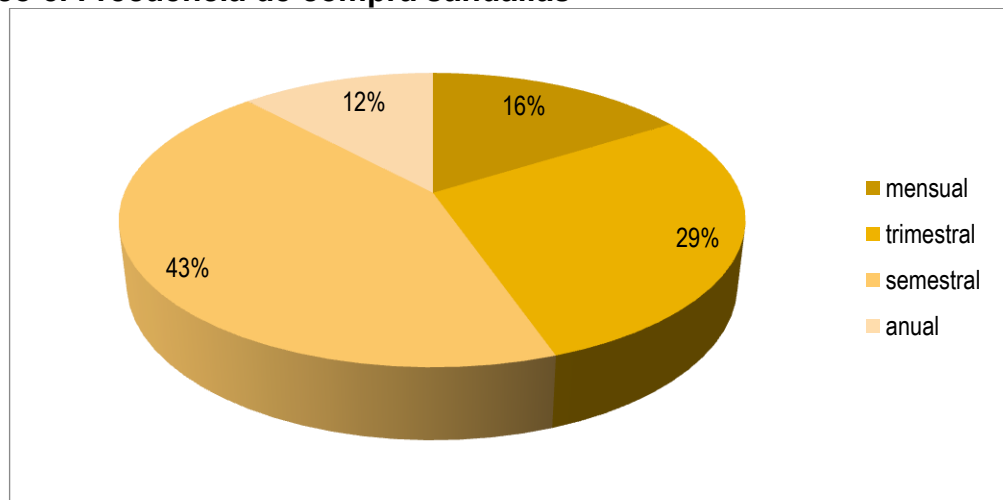
Se aprecia que dentro de los gustos a la hora de comprar un par de sandalias el 53% de las mujeres prefieren que su materia prima sea cuero; el 22% en cuerina y el 25% artesanal. Este 25% nos permite validar que el producto que se ofrece tiene aceptación y el resultado permite ver que la muestra también compra material artesanal.

Pregunta 5. ¿Con que frecuencia compra usted sandalias?

Tabla 5. Frecuencia de compra sandalias

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PONDERADO
Mensual	38	16,0%	0,16
Trimestral	70	29,0%	0,87
Semestral	103	43,0%	2,58
Anual	29	12,0%	1,44
TOTAL	240	100%	5,05

Gráfico 5. Frecuencia de compra sandalias



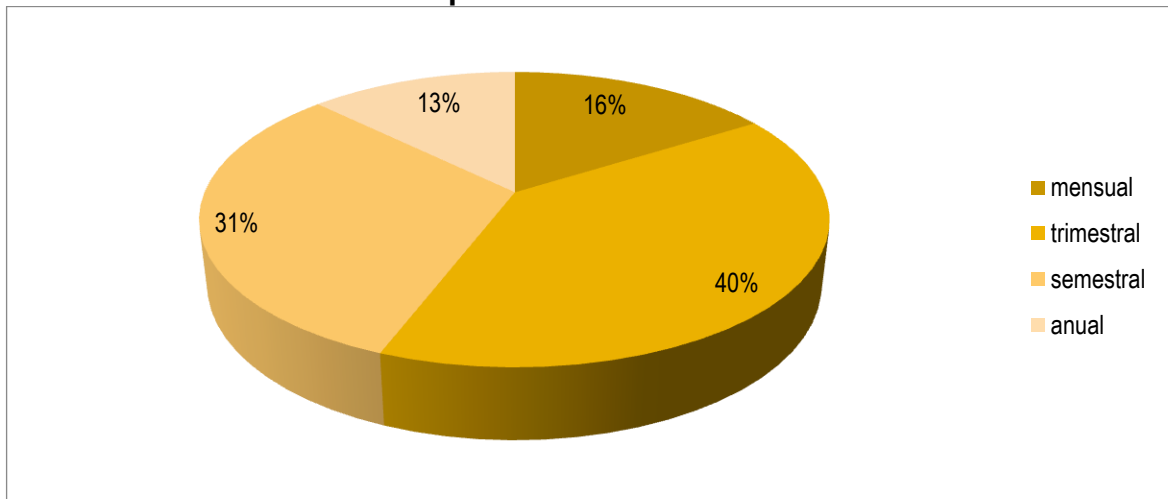
Se puede identificar que el 43% de las mujeres tiene una frecuencia de compra de sandalias semestralmente; el 29% lo hace de forma trimestral, mensual un 16% y anual un 12%, para un promedio ponderado de 5,05 meses. Esto permite estimar cada cuanto en el año hay compra de sandalias en el municipio.

Pregunta 6. ¿Con que frecuencia compra usted cinturones?

Tabla 6. Frecuencia de compra cinturones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PONDERADO
Mensual	34	16,0%	0,16
Trimestral	86	40,0%	1,2
Semestral	66	31,0%	1,86
Anual	28	13,0%	1,56
TOTAL	214	100%	4,78

Gráfico 6. Frecuencia de compra de cinturones



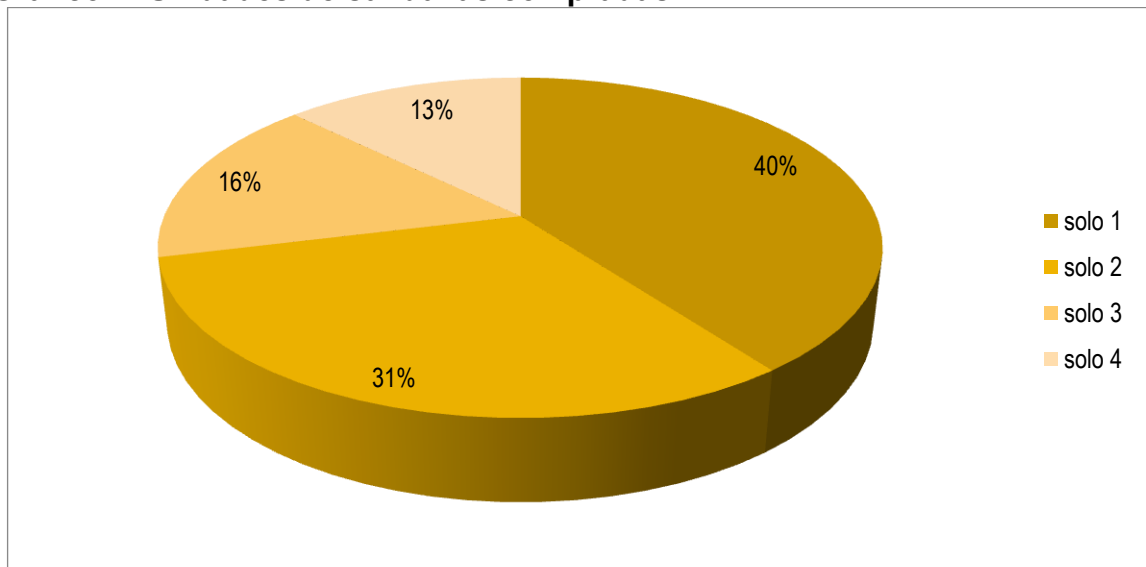
Se puede identificar que el 40% de las mujeres tiene una frecuencia de compra de cinturones trimestralmente; el 31% lo hace de forma semestral, mensualmente un 16% y anual un 13%, para un promedio ponderado de 4,78 meses. Esto permite estimar cada cuanto compran en el año cinturones en el municipio.

Pregunta 7. ¿Cuántas unidades de sandalias compra cada vez que lo hace?

Tabla 7. Unidades de sandalias que compradas

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PONDERADO
Solo 1	96	40,0%	0,4
Solo 2	75	31,0%	0,62
Solo 3	38	16,0%	0,48
Solo 4	31	13,0%	0,52
TOTAL	240	100%	2,02

Gráfico 7. Unidades de sandalias compradas



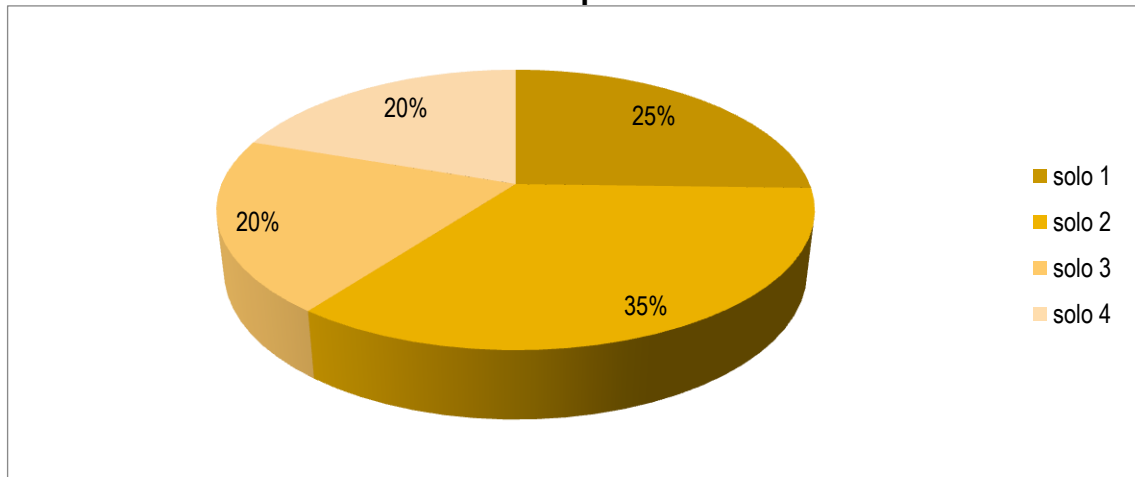
Analizando las respuestas, se observa que la hora de comprar sandalias 40% de la población compra 1 par, el 31% compran 2 pares, el 16% compran 3 pares y el 13% solo 4 pares. En promedio compran 2 pares de sandalias. Esta información le sirve al proyecto para estimar cuantas unidades de sandalias se compran de manera semestral.

Pregunta 8. ¿Cuántas unidades de cinturones compra cada vez que lo hace?

Tabla 8. Unidades de cinturones las veces que compra.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PONDERADO
Solo 1	53	25,0%	0,25
Solo 2	75	35,0%	0,70
Solo 3	43	20,0%	0,60
Solo 4	43	20,0%	0,80
TOTAL	214	100%	2,35

Gráfico 8. Unidades de cinturones compradas



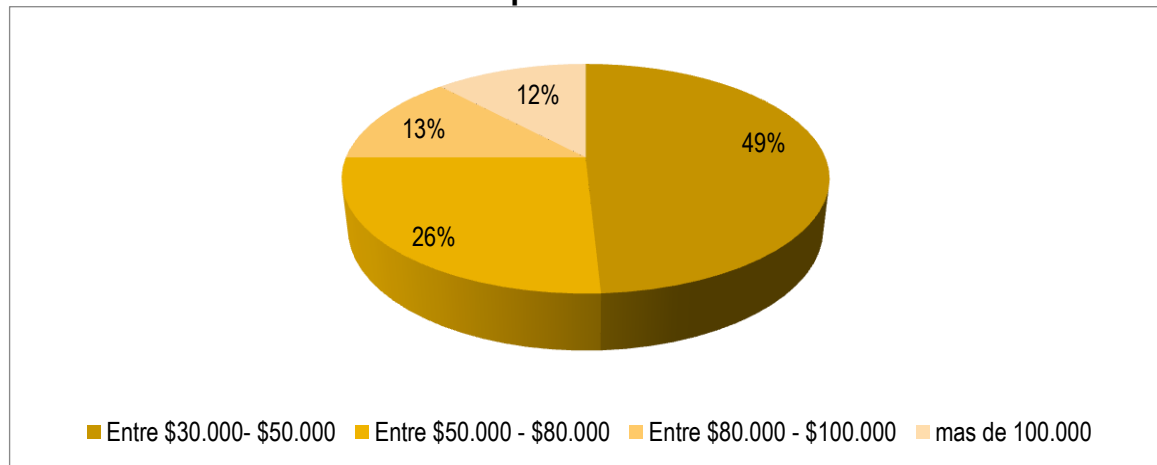
Analizando las respuestas, se observa que la hora de comprar cinturones el 35% de la población compran 2 unidades, el 25% compran 1 unidad, el 20% compran 3 unidades y el otro 20% solo 4 unidades, en promedio los encuestados compran 2,35 unidades de cinturones. Esta información le sirve al proyecto para estimar cuantas unidades de cinturones se compran de manera trimestral.

Pregunta 9. ¿Cuánto pago la última vez por un par de sandalias?

Tabla 9. Pago por la última compra de un par de sandalias.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PONDERADO
Entre \$30.000- \$50.000	118	49,0%	19.600
Entre \$50.000 - \$80.000	62	26,0%	16.900
Entre \$80.000 - \$100.000	31	13,0%	11.700
Más de 100.000	29	12,0%	6.000
TOTAL	240	100%	54.200

Gráfico 9. Precio de la última compra en sandalias



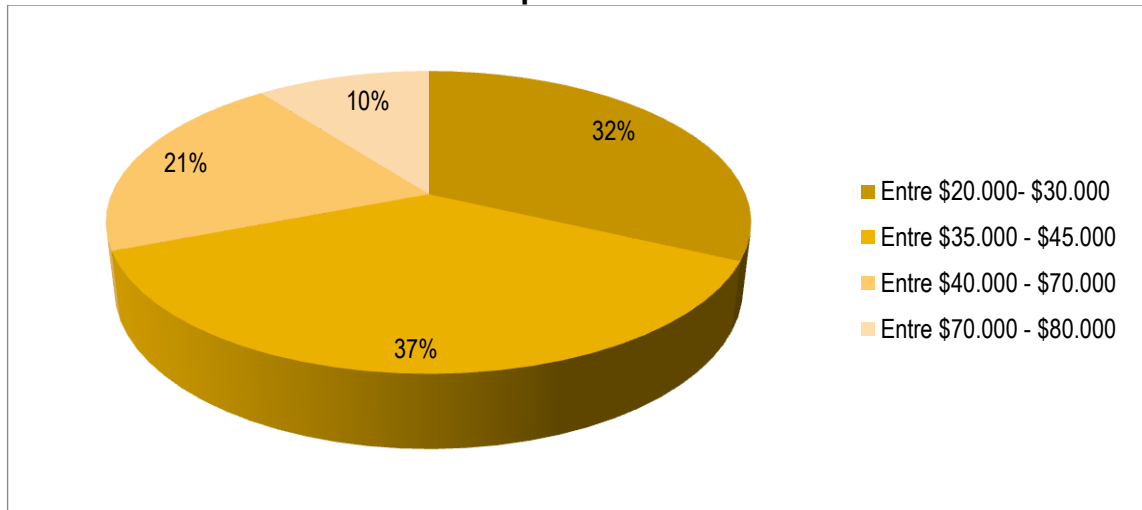
El 49% de la población han comprado un par de sandalias entre 30.000 y 50.000, el 26% entre 50.000 y 80.000, el 13% entre 80.000 y 100.000 y el 12% más de 100.000. Pero en promedio la población estaría dispuesta a pagar por un par de sandalias \$54,200. Lo anterior permite tener una idea del precio de venta del producto.

Pregunta 10. ¿Cuánto pago la última vez por un cinturón?

Tabla 10. Pago de la última compra de un cinturón.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PONDERADO
Entre \$20.000- \$30.000	68	32,0%	\$ 8.000
Entre \$35.000 - \$40.000	79	37,0%	\$ 13.875
Entre \$40.000 - \$70.000	45	21,0%	\$ 11.550
Entre \$70.000 - \$80.000	21	10,0%	\$ 7.500
TOTAL	214	100%	\$ 40.925

Gráfico 10. Precio de la última compra en cinturones



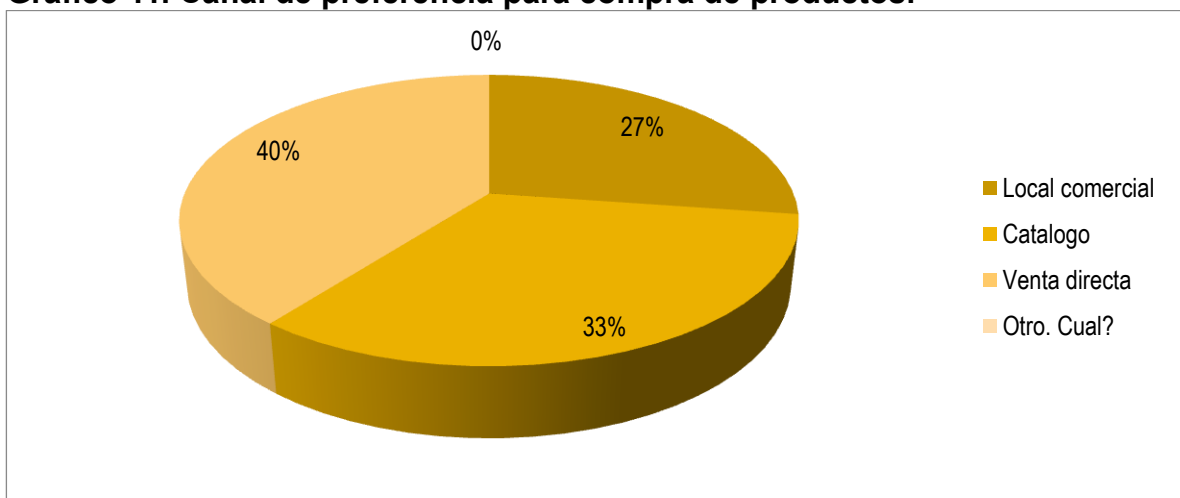
El 37% de la población encuestada han comprado un cinturón entre 35.000 y 45.000. El 32% entre 35.000 y 45.000, el 21% entre 40.000 y 70.000 y el 10% entre 70.000 y 80.000. En promedio la población estaría dispuesta a pagar por un cinturón \$40,925. Lo anterior permite tener una idea del precio de venta del producto.

Pregunta 11. ¿Cuál es canal por donde compra sandalias y cinturones? Escoja 1 opción.

Tabla 11. Canal de compra de sandalias y cinturones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Local comercial	105	27,0%
Catalogo	128	33,0%
Venta directa	152	40,0%
Otro. ¿Cuál?	0	0,0%
TOTAL	385	100%

Gráfico 11. Canal de preferencia para compra de productos.



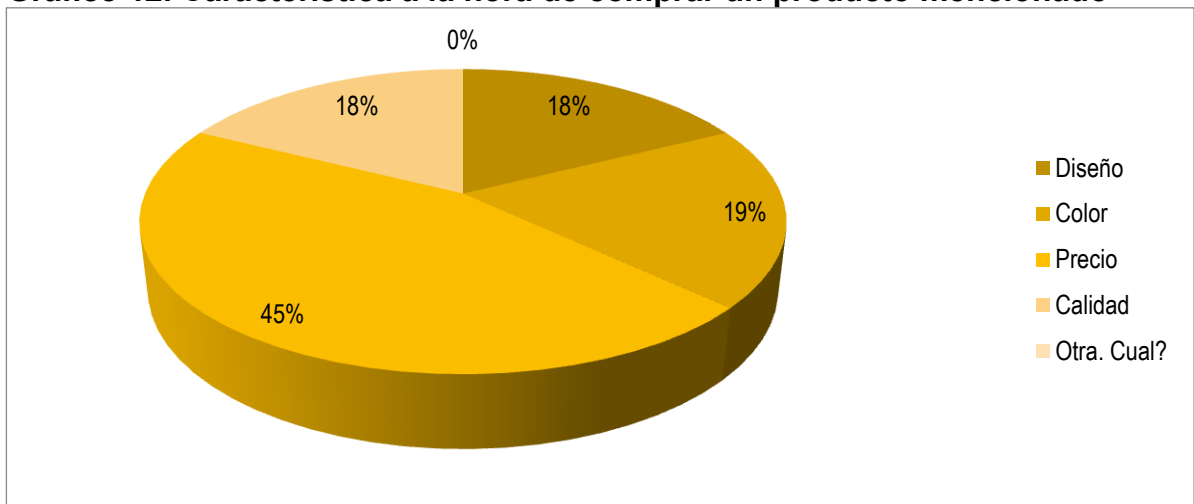
El 40% manifiesta que los productos como sandalias y cinturones los compran regularmente por venta directa. El 33% por catálogo y el 27% en locales comerciales. Lo cual permite a las autoras del proyecto tener información importante sobre los canales de compra de las sandalias y cinturones. No necesariamente se requiere tener un local en la zona comercial.

Pregunta 12. ¿Seleccione una característica a la hora de comprar los productos mencionados?

Tabla 12. Característica a la hora de comprar sandalias y cinturones

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diseño	68	18,0%
Color	74	19,0%
Precio	175	45,0%
Calidad	68	18,0%
Otra. ¿Cuál?	0	0,0%
TOTAL	385	100%

Gráfico 12. Característica a la hora de comprar un producto mencionado



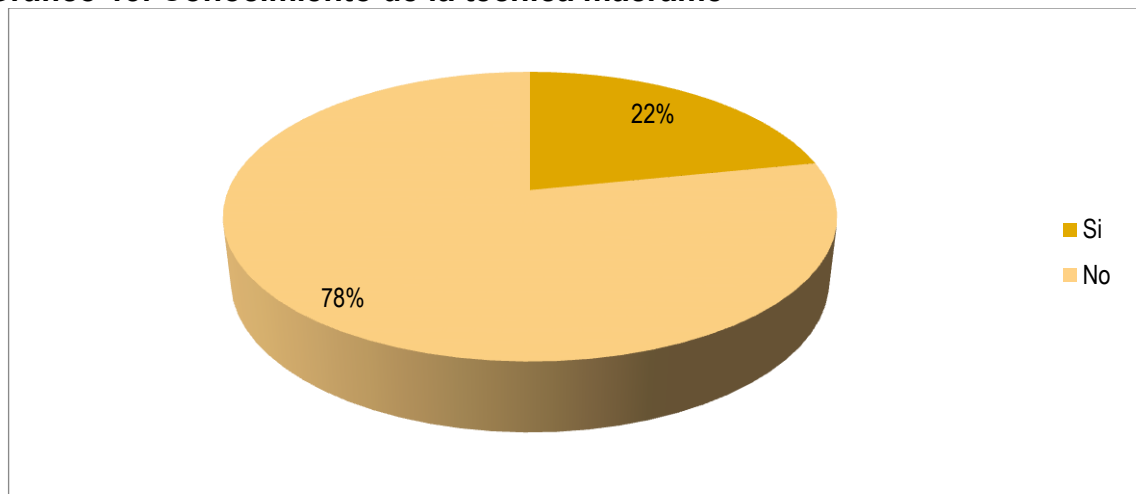
El 45% de la población encuestada manifiestan que a la hora de comprar un par de sandalias y cinturón se fijan en el precio. El 19% en el color, el 18% en la calidad y el otro 18% en el diseño. Lo anterior permite a las autoras del proyecto que precios sean asequibles al cliente teniendo en cuenta que es una característica que se evidencia.

Pregunta 13. ¿Conoce usted la técnica artesanal macramé?

Tabla 13. Conocimiento de la técnica macramé población femenina

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	84	22,0%
No	301	78,0%
TOTAL	385	100%

Gráfico 13. Conocimiento de la técnica macramé



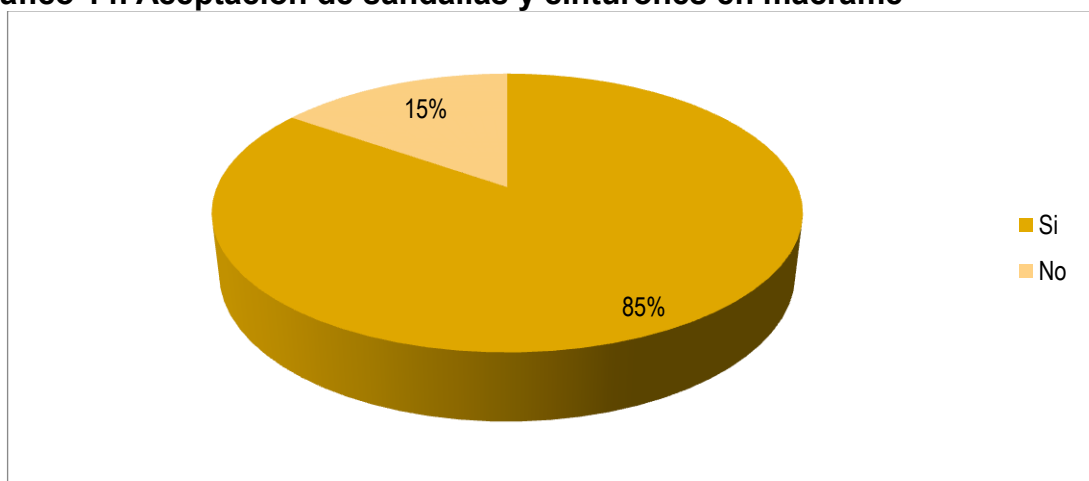
El 78% de la población encuestada manifiesta no conocer la técnica macramé y el 22% si conoce la técnica. El anterior resultado permite observar que la muestra no conoce la técnica macramé, pero un porcentaje mínimo si lo conoces.

Pregunta 14. ¿Compraría usted sandalias y cinturones en macramé luego de mirar el diseño?(se mostró a los encuestado el diseño)

Tabla 14. Aceptación de compra de sandalias y cinturones en macramé

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	326	85,0%
No	59	15,0%
TOTAL	385	100%

Gráfico 14. Aceptación de sandalias y cinturones en macramé



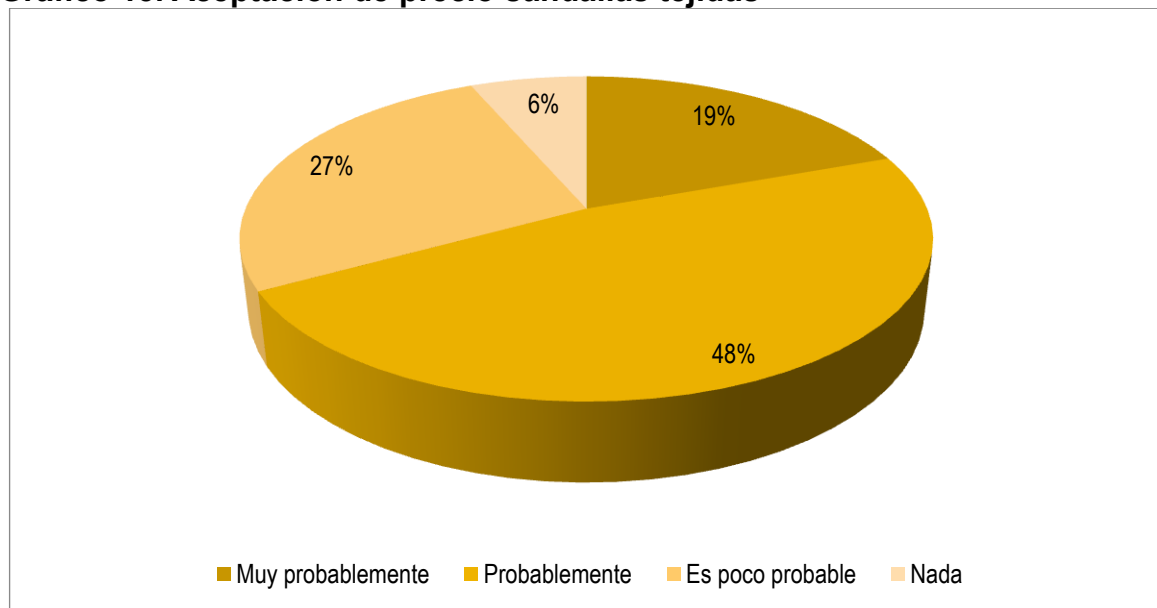
Luego de observar los productos a ofrecer el 85% de la población encuestada manifiesta que comprarían sandalias y cinturón en macramé. Lo cual permite a las autoras del proyecto tener un porcentaje de población femenina que estarían dispuestas a comprar los productos.

Pregunta 15. ¿Compraría usted un par de sandalias de macramé en un costo promedio de \$80.000?

Tabla 15. Aceptación de precio fijado para un par de sandalias en macramé

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy probablemente	75	19,0%
Probablemente	183	48,0%
Es poco probable	102	27,0%
Nada	25	6,0%
TOTAL	385	100,0%

Gráfico 15. Aceptación de precio sandalias tejidas



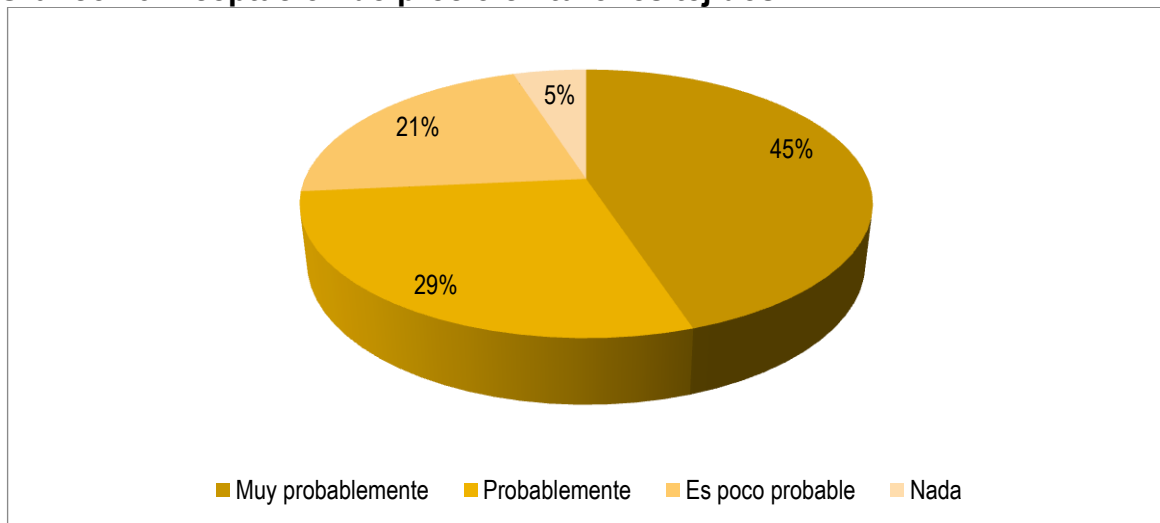
El 48% de las mujeres probablemente aceptarían pagar \$80.0000 pesos por un par de sandalias tejidas en macramé. El 27% poco probable, 19% muy probablemente, y el 6% no lo haría. Lo cual permite a las autoras del proyecto verificar que la población estaría dispuesta a pagar por el precio establecido por las sandalias en macramé.

Pregunta 16. ¿Compraría usted un cinturón de macramé en un costo promedio de \$40.000?

Tabla 16. Aceptación de precio de un cinturón en macramé

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy probablemente	173	45,0%
Probablemente	110	29,0%
Es poco probable	83	21,0%
Nada	19	5,0%
TOTAL	385	100,0%

Gráfico 16. Aceptación de precio cinturones tejidos



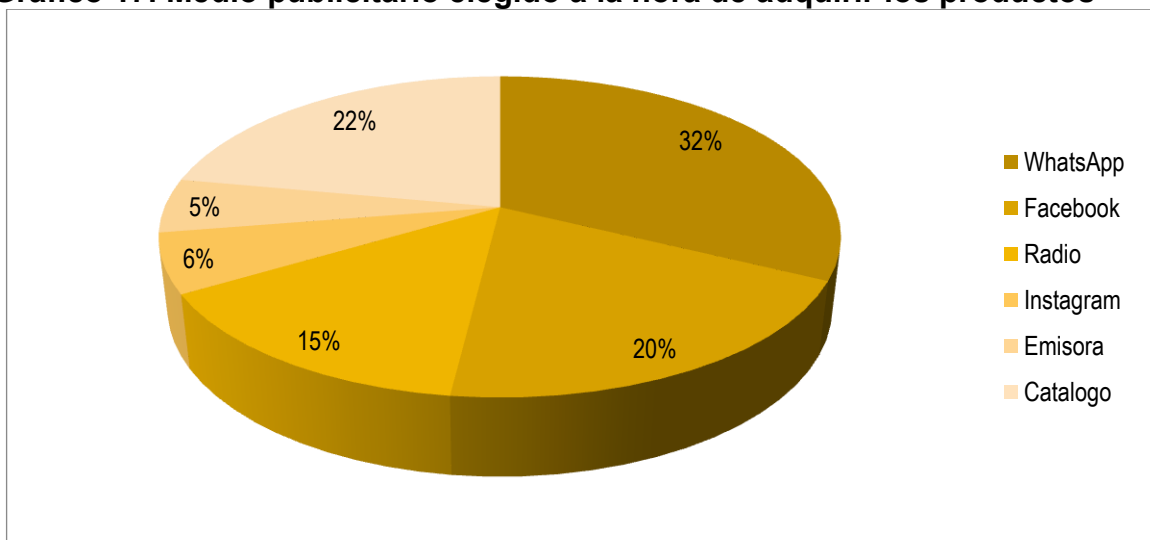
El 45% aceptarían pagar por un cinturón tejido en macramé 40.000 pesos. Lo cual permite a las autoras del proyecto verificar que la población estaría dispuesta a pagar por el precio establecido por los cinturones en macramé.

Pregunta 17. ¿A través de que medio publicitario le gustaría enterarse de la venta de estos productos?

Tabla 17. Medio de publicidad para enterarse de los productos

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
WhatsApp	124	32%
Facebook	76	20%
Radio	56	15%
Instagram	23	6%
Emisora	21	5%
Catalogo	85	22%
TOTAL	385	100%

Gráfico 17. Medio publicitario elegido a la hora de adquirir los productos



El 32% de la población manifiesta que prefieren conocer los productos por WhatsApp. El 20% por Facebook, el 22% por catálogo, el 15% por radio, el 6% por Instagram y el 5% por emisora. Lo anterior permite analizar que los catálogos y WhatsApp serían los medios publicitarios para que la clientela conozca los cinturones y sandalias en macramé.

2.4.3 Estimación de la demanda. La población objetivo del proyecto está dirigida a las mujeres en edades de 15 y 50 años, del total de la población al 2014. N= 6.419.

Mirando las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a la población objetivo, se observa lo siguiente:

De la pregunta 1, el 62% de los encuestados si usan sandalias es decir que la cantidad de mujeres que usan sandalias son $6.419 \times 0,62 = 3.980$ y de la pregunta 2 el 56% utiliza cinturones. $6.419 \times 0.56 = 3.595$.

El 22% seleccionaron que el tipo de material que les gusta a la hora de compra sandalias es que equivale a $3.980 \times 22\% = 876$. De la pregunta 5 se arrojó una frecuencia de compra de sandalias de cada 5.05 meses y en la pregunta 7 el número de unidades compradas en ese tiempo es de 2,02 unidades, es decir que al año el total de compra es 8.932 unidades como se muestra a continuación:

Tipo de material	No. Personas	cant promedio	frecuencia de compra al año	Total demanda efectiva unds/año
Artisanal	876	2,02	5,05	8.932

El 25% seleccionaron que el tipo de material que les gusta a la hora de comprar cinturones artesanales que equivale a $3.995 \times 25\% = 898$. De la pregunta 6 se arrojó una frecuencia de compra de cinturones de cada 4.78 meses y en la pregunta 8 el número de unidades compradas en ese tiempo es de 2,35 unidades, es decir que al año el total de compra es 10.087 unidades como se muestra a continuación:

Tipo de material	No. Personas	Consumo promedio mujer	frecuencia de compra al año	Total demanda efectiva unds/año
Artisanal	898	2,35	4,78	10.087

2.4.4 Proyección de la demanda

2.4.4.1 Proyección de la demanda sandalias artesanales

Valor presente – valor futuro $p(1+i)^n$, Dónde:

p= valor presente de la demanda actual

n= año al cual va a proyectar

F= valor futuro

Para calcular el factor de crecimiento de consumo se toma el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional del año 2005³⁷ que equivale a 1.35% Departamento del Cesar.

Reemplazando las formulas quedaría:

Año 1

$$F= 8.932 (1+0.0135)$$

$$F= 8.932 (1,014)$$

$$F= 9.053$$

Año 2

$$F= 8.932 (1+0.0135)^2$$

$$F= 8.932 (1,027)$$

$$F= 9.175$$

Año 3

$$F= 8.932 (1+0.0135)^3$$

$$F= 8.932 (1,041)$$

$$F= 9.299$$

³⁷ DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. [sitio web]. Bogotá: DANE. El censo 2005 deja ver una nueva realidad demográfica. Crecimiento de la población. [Citado 10 octubre 2015]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/BoletinProyecciones.pdf>

Año 4

$$F = 8.932 (1+0.0135)^4$$

$$F = 8.932 (1,055)$$

$$F = 9.424$$

Año 5

$$F = 8.932 (1+0.0135)^5$$

$$F = 8.932 (1,069)$$

$$F = 9.551$$

Cuadro 4. Proyección de la demanda sandalias.

AÑO	DEMANDA
0	8.932
1	9.053
2	9.175
3	9.299
4	9.424
5	9.551

2.4.4.2 Proyección de la demanda cinturones artesanal

Valor presente – valor futuro $p (1+i)^n$, Dónde:

p= valor presente de la demanda actual

n= año al cual va a proyectar

F= valor futuro

Para calcular el factor de crecimiento de consumo se toma el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional del año 2005³⁸ que equivale a 1.35% Departamento del Cesar.

Reemplazando las formulas quedaría:

³⁸ Ibíd.

Año 1

$$F = 10.087 (1+0.0135)$$

$$F = 10.087 (1,014)$$

$$F = 10.223$$

Año 2

$$F = 10.087 (1+0.0135)^2$$

$$F = 10.087 (1,027)$$

$$F = 10.361$$

Año 3

$$F = 10.087 (1+0.0135)^3$$

$$F = 10.087 (1,041)$$

$$F = 10.501$$

Año 4

$$F = 10.087 (1+0.0135)^4$$

$$F = 10.087 (1,055)$$

$$F = 10.643$$

Año 5

$$F = 10.087 (1+0.0135)^5$$

$$F = 10.087 (1,069)$$

$$F = 10.787$$

Cuadro 5. Proyección de la demanda cinturones artesanal.

AÑO	DEMANDA
0	10.087
1	10.223
2	10.361
3	10.501
4	10.643
5	10.787

2.5. OFERTA O COMPETENCIA

2.5.1. Necesidades de la Información. Para el desarrollo del proyecto es necesario conocer en la tesorería municipal y cámara de comercio el número de establecimientos que comercializan solamente cinturones y sandalias artesanales en técnica macramé en el Municipio de San Alberto Cesar.

2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia. De acuerdo a la investigación realizada a las fuentes de información, se concluye que en el municipio de san Alberto cesar no se encuentra competencia directa en la comercialización y fabricación de sandalias y cinturones en técnica artesanal macramé, pues no hay registros en los libros de tesorería ni cámara de comercio. La población manifiesta no encontrar dentro del municipio un establecimiento que comercialice este tipo específico de artesanía. Otro de los factores por el cual en el Municipio no se fabrica este tipo de productos artesanales, es que no se cuenta con mano de obra calificada.

Cuadro 6. Análisis de competencia indirecta

Nombre	Dirección	Productos	Materiales de los productos	Precio	Cant de unidades anuales.
Surtidora Miami	Vía la palma, Cra 4 esquina.	Ropa en general, accesorios y calzado para toda la familia.	Sintético, cuero, tela.	Sandalias: \$35.000 Cinturones: \$15.000	1056 pares de sandalias. 192 cinturones
Calzamoda	Vía la palma, Cra 4 esquina.	Calzado y en general	Sintético, cuero, tela.	Sandalias a \$30.000	800 pares de sandalias.
Calzatodo	Vía la palma, Cra 3 # 2-8	Calzado general	Sintético, cuero, tela	Sandalias planas 28.000	1200 pares de sandalias
Almacén moda urbana	Vía la palma calle 3	Calzado y accesorios en general	Sintético y tela	Sandalias 33.000 Cinturones: 18.000	700 sandalias 100 cinturones
Palacio de las ofertas	Vía central	Ropa en general, accesorios y calzado para toda la familia.	Sintético y tela y pvc.	Sandalias 28.000 Cinturones 15.000	1000 sandalias 130 cinturones

Sin embargo, se realiza sondeo a 5 almacenes de mayor frecuencia para revisar la competencia indirecta y los siguientes fueron los aspectos más destacados:

- El 80% de los establecimientos venden la sandalia plana y el 60 % cinturones.
- El material elegido que mayor utilizan es el sintético tanto de cinturones como de sandalias.
- Los establecimientos venden en promedio 17 pares de sandalias plana a la semana que al mes serian 68 pares, de igual manera venden a la semana 10 unidades de cinturones que al mes serian 40 unidades.
- Tanto las sandalias y cinturones son traídos al por mayor principalmente de la ciudad de Bucaramanga.
- El precio promedio de un par de sandalias es de \$35.000 y de los cinturones \$15.000

2.6 DEMANDA POTENCIAL O INSATISFECHA

Partiendo de los datos obtenidos en la demanda, se necesitan 8.932 unidades de sandalias y 10.087 unidades de cinturones al año en el municipio de San Alberto - Cesar. Para este proyecto se requiere que los cinturones y sandalias sean elaborados en tejido macramé, por ser productos artesanales no existe la capacidad de producción para abastecer la demanda actual, luego se puede decir que existe una demanda potencial insatisfecha.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1 Estructura de los canales actuales. Actualmente se maneja la venta indirecta que consiste en hacer llegar el producto al consumidor final a través de uno o más intermediarios. Este es el caso de los comerciantes del Municipio de San Alberto Cesar que son visitados por proveedores que llegan de Bucaramanga, Barrancabermeja y Cúcuta cada mes. También se puede apreciar que traen mercancía al por mayor de Medellín en diversidad de materiales exceptuando el tejido macramé.

Figura 2. Canal de comercialización venta indirecta



2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales. Elegir la mejor forma de distribuir los productos puede dar lugar a un debate interno interesante e importante que marcará la imagen y las capacidades de expansión del negocio en el futuro.³⁹

Ventajas venta indirecta:

- La cobertura geográfica del producto es más amplia.
- El financiamiento es propio
- Autonomía para dirigir las ventas a los diferentes puntos.
- Complementación de líneas de producto y variedad de surtido
- Se transfiere riesgo crediticio al colaborador.
- Tareas administrativas más sencillas
- Rápido crecimiento con mínima inversión de capital.
- Acceso a nuevos mercados geográficos.

Desventajas venta indirecta:

- Menor promoción de los directos
- Menor contribución marginal con relación al precio final de ventas
- Volúmenes de compra adicionales a políticas ajenas al fabricante.

2.7.3. Selección de los canales de Comercialización. Para comercializar las sandalias y cinturones en macramé se establecerá el canal indirecto, pues las ventajas de este canal hacen la mejor alternativa al iniciar este proyecto, ya que al apoyarse en los intermediarios permite que la cobertura sea mayor y a un menor costo, logrando acceder a nuevos mercados geográficos con una menor inversión de capital, pues estos colaboran con promoción, distribución física, aceptación de riesgos y financiamiento.

Figura 3. Canal de comercialización.



³⁹ Pymes y Autónomos. Blog. ¿Distribución directa o indirecta? [en línea]. [Citado 10 marzo 2017]. Disponible en: <https://www.pymesya autonomos.com/management/distribucion-directa-o-indirecta>

2.8. PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. Este análisis se realiza con el fin de obtener los precios que actualmente se encuentra en el mercado con relación a cinturones y sandalias artesanales en macramé:

Actualmente en el Municipio no vende sandalias y cinturones en macramé, por esto se validó en internet a nivel nacional que empresas artesanales venden estos productos, se investigó y se encontró las siguientes que aparecen en el cuadro siguiente:

Cuadro 7. Análisis de precios de la competencia.

LOCAL	DIRECCION	CINTURON	SANDALIAS
MIBLAN MACRAME ⁴⁰	Transversal 12j # 32b - 42 1100 miblanmacrame.wix.com/miblanmacrame Bogotá COLOMBIA	35.000	80.000
ATELIER NU2 ⁴¹	Calle 3 # 7E - 46 quinta oriental Cúcuta, Norte de Santander, COLOMBIA 3212156561	42.000	70.000
MABROSAMA	Diagonal 82D # 79C-79 Bogotá D.C., Bogotá D.C., Colombia 57-1-4689821-	48.000	75.000

Fuente: Sandalias naranjas tacón corrido. Disponible en: miblanmacrame.mercadoshops.com.co/

2.8.2. Estrategia de Fijación de Precios. El proyecto fijará su precio en función de los costos y una rentabilidad, teniendo en cuenta que dicho precio debe ser competitivo con los precios del mercado actual y además cubrir los costos fijos y variables.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.9.1 Objetivos. A continuación, se describirá los objetivos de la publicidad y la promoción que implementará el proyecto:

⁴⁰ Sandalias naranjas tacón corrido. [en línea]. [Citado 13 marzo 2017]. Disponible en: <http://miblanmacrame.mercadoshops.com.co/>

⁴¹ Atelier NU2. [en línea]. [Citado 20 marzo 2017]. Disponible en: http://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/galerias/ateliernu2_2851

- Informar a la población objetivo sobre la oferta de dos nuevos productos como lo es los cinturones y sandalias elaborados cien por ciento artesanal bajo la técnica macramé. Con un trabajo publicitario en colores y diseños.
- Persuadir a los clientes para apoyar la artesanía colombiana y generar empleo.
- Diseñar la estrategia publicitaria involucrando estímulos emocionales que enfoquen al consumidor a la satisfacción efectiva de sus necesidades

2.9.2 Logotipo.

Figura 4. Logotipo MADEJA STORE



Se puede observar que el emblema resalta el tejido macramé que es característico de las sandalias y los cinturones, el color naranja representa la creatividad y autenticidad de las manos artesanas. La palabra madeja viene incorporada en el logo como una reunión de hilos y store que significa en ingles tienda.

2.9.3 Slogan.

Figura 5. Slogan MADEJA STORE.

ARTE EN NUDOS

En el lema elaborado para este proyecto se sintetiza la técnica macramé que es tejido manual elaborado en nudos.

2.9.4 Análisis de medios. Los medios de comunicación son una herramienta significativa para las empresas, con estos se busca generar una imagen positiva de la compañía y promocionar el producto en el mercado objetivo, los medios utilizados son diversos, buscando siempre el más adecuado según el enfoque y presupuesto de la empresa; los principales medios publicitarios son:

Cuadro 8. Análisis de medios

MEDIO PUBLICITARIO	VENTAJAS	DESVENTAJAS
VOLANTEO	Mensaje transmitido persona a persona.	Contaminación ambiental por el papel
		Efectivos a corto plazo
RADIO	Uso de sonido radiodifusión	Costos de edición
	Mayor audiencia	Corta duración
	Bajo costo	Competencia entre emisoras
PERIFONEO	Mensaje transmitido barrio a barrio.	Se requiere persistencia y disciplina en los recorridos
	Impacto auditivo	Bajo impacto
	Variedad de colores	
	Capacidad de adaptarse a la imagen que el cliente requiera, escogiendo el tipo de vehículo y elementos decorativos.	
TARJETAS DE PRESENTACIÓN	Útil para llevar a visitas empresariales. Son personales y generan confianza. De bajo costo	

2.9.5 Selección de medios. Los medios utilizados serán diversos de acuerdo al ciclo de vida de la empresa. Inicialmente se diseñarán tarjetas de presentación y pendones.

2.9.6. Estrategias publicitarias. Las siguientes son las estrategias de publicidad:

En el lanzamiento del proyecto se aplicará bonos de descuento por la compra de sandalias y cinturones tejidos en macramé y se obsequiarán lapiceros y libretas.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción. El presupuesto estimado para cada uno de los medios proyectado en lo que hace referencia a la publicidad y al lanzamiento, se constituye así:

2.9.7.1 De lanzamiento. Se tendrán en cuenta el lanzamiento de cada proyecto de acuerdo con los siguientes costos:

Cuadro 9. Publicidad de lanzamiento.

Publicidad de Lanzamiento			
descripcion	cant	valor unitario	vlr operación
Pendón publicitario	6	60.000	360.000
Lapiceros	250	1900	475.000
Bonos de descuento	150	10.000	1.500.000
Libretas	100	1.600	160.000
			2.495.000

2.9.7.2 Presupuesto de operación. Para la prestación y promoción de los productos se estima invertir anualmente 840.000 y en mensual un costo de 70.000 que comprenden bonos de descuentos, tarjetas de presentación, pendón publicitario y libretas.

Cuadro 10. Presupuestos de publicidad en operación.

Publicidad de Operación				
descripcion	cant	valor unitario	anual	mensual
Bonos de descuento	50	10.000	500.000	41.667
Tarjetas de presentación	500	120	60.000	5.000
Pendón publicitario	2	60.000	120.000	10.000
Libretas	100	1.600	160.000	13.333
			840.000	70.000

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Para definir el tamaño del proyecto se refiere a la cantidad de productos que se ofrezcan en este caso sandalias y cinturones macramé, lo anterior teniendo como bases la oferta y demanda actual en el Municipio de San Alberto Cesar.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto. Los factores que determinan este proyecto son demanda actual, suministros e insumos, equipos y tecnología, localización y recursos financieros. Seguidamente se conoce cada factor para determinar si es delimitante o no en el proyecto.

El tamaño del proyecto y la demanda.

La demanda anual en el Municipio es de 16.238 unidades de sandalias y 18.029 unidades de cinturones. Este factor limita el tamaño del proyecto porque la capacidad de producción es menor teniendo en cuenta los costos que acarrea.

El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.

El suministro de materia prima e insumos necesarios se pueden adquirir en Bucaramanga, por lo que este factor no es limitante proyecto.

El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos.

Para la fabricación de las sandalias y cinturones solo se requiere mano de obra calificada, es un producto ciento por ciento artesanal. No es un factor limitante porque no requiere de maquinaria ni equipos especializados.

El tamaño del proyecto y la localización.

El tamaño y la localización del proyecto no es un factor limitante debido a que la actividad artesanal se puede implementar en espacios que no requieren de gran tamaño y que se encuentra con facilidad en el Municipio lo locales.

El tamaño y el financiamiento.

Para la ejecución del proyecto los autores del proyecto tienen ahorros que podrán aportar para inversión inicial de la empresa, pero es necesario buscar un crédito bancario. Este factor sí limita el tamaño del proyecto, porque los recursos son

limitados.

3.1.3 Capacidad del proyecto. Para el desarrollo del proyecto se empezará con el 50% de la demanda, debido a que no se tiene toda la capacidad para cubrir toda la demanda que se requiere en el Municipio de San Alberto, a medida que las ventas aumente se incrementara la mano de obra y materia prima.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto. Corresponde al máximo nivel posible de producción del proyecto que actualmente se adelanta en fabricar sandalias y cinturones en macramé. Para el proyecto se estima que trabajando al máximo nivel de horas que son 48 se tendría una producción de 7.488 cinturones y 4.992 pares de sandalias.

Cuadro 11. Capacidad total diseñada por línea de producto

PRODUCTO	HRA DE TRABAJO	# TRABAJADORES LABOR	TOTAL HRAS DE TRABAJO	TIEMPO PRODUCCION	#DE PRODUCTOS AL DIA	DIAS DE TRABAJO SEMANA	SEMANAS DE TRABAJO AÑO	TOTAL DE PRODUCCION
CINTURON	24	2	48	2	24	6	52	7488
SANDALIA	24	2	48	3	16	6	52	4992

3.1.3.2. Capacidad instalada. Para el cálculo de la esta capacidad se tendrá en cuenta los siguientes parámetros:

- 1 turno de trabajo
- 2 artesanos por turno
- Tiempo efectivo de trabajo 7,2 horas por turno
- Tiempo de producción de un cinturón 2 horas
- Tiempo de producción de un par de sandalias 3 horas

Los resultados de la capacidad instalada se muestran en el cuadro 10

Cuadro 12. Capacidad instalada

PRODUCTO	HRA DE TRABAJO	TIEMPO OCIOSO	TOTAL HRAS DE TRABAJO	# TRABAJADORES LABOR	TOTAL HRAS DE TRABAJO	TIEMPO PRODUCCION	#DE PRODUCTOS AL DIA	DIAS DE TRABAJO SEMANA	SEMANAS DE TRABAJO AÑO	TOTAL DE PRODUCCION
CINTURON	8	1	7,2	2	14,4	2	7,20	6	52	2246,4
SANDALIA	8	1	7,2	2	16	3	5,33	6	52	1664

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. La capacidad a utilizar inicialmente, corresponde al 70% de la capacidad instalada de la empresa, teniendo en cuenta varios aspectos como:

- La empresa es nueva en el municipio y aunque en la estimación de la demanda, permite empezar con un valor más alto de producción, es mejor asegurar la producción inicial de la empresa.
- Las personas encargadas de la producción es decir las artesanas, deben capacitarse en la elaboración de estos productos de forma más rápida y además dedicarse de tiempo completo a esta labor, lo cual requiere también de tiempo para adquirir la experticia requerida.
- El posicionamiento del producto en el mercado objetivo de tal forma que permita la expansión de la empresa.
- La inversión inicial, que se hará con recursos propios y un crédito pequeño.

Teniendo en cuenta lo anterior la capacidad utilizada será como se muestra en el cuadro 11.

Cuadro 13. Capacidad Utilizada

PRODUCTO	PRODUCCIÓN MENSUAL	PRODUCCIÓN ANUAL
Sandalias	97	1.165
Cinturones	131	1.572

La capacidad proyectada de la empresa, se estimará teniendo en cuenta un porcentaje de incremento de producción del 5% en cada uno de los próximos 5 años, logrando llegar al 75% de la capacidad instalada y que dependiendo de la respuesta del mercado objetivo y potencial del proyecto, se tomará la decisión de incrementar acorde a las necesidades. El cuadro 12 muestra la proyección.

Cuadro 14. Capacidad proyectada.

AÑO	CINTURONES		SANDALIAS	
	Porcentaje	Capacidad	Porcentaje	capacidad
Año 0	5%	1572	5%	1165
Año 1	5%	1.651	5%	1223
Año 2	5%	1.734	5%	1284
Año 3	5%	1.820	5%	1348
Año 4	5%	1.911	5%	1416
Año 5	5%	2.007	5%	1487

3.2 LOCALIZACIÓN

3.2.1 Macro localización. La empresa de fabricación y comercialización de accesorios artesanales estará ubicada en el Municipio de San Alberto Cesar, su ubicación geográfica es de fácil acceso tanto para los proveedores, los clientes y a los intermediarios que quieran comercializar el producto en otras localidades del país.

3.2.2 Micro localización. Siendo San Alberto el municipio seleccionado en la macro localización como lugar donde se desarrollará el proyecto, se procede a identificar los posibles lugares entre los cuales se seleccionará la alternativa adecuada, reconociendo diferentes factores entre tres sitios seleccionados inicialmente. Para determinar la localización adecuada se determina por el método de localización cualitativa:

Cuadro 15. Método cualitativo localización

FACTOR	PES O	LOCAL 1 Lado de SAOS		LOCAL 2 Frente escuela Villafani		LOCAL 3 Barrio 1 de mayo calle 9	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Costo de arrendamiento	0,35	2	0,7	2	0,7	3	1,05
Servicios públicos	0,25	2	0,5	2	0,5	3	0,75
Infraestructura	0,25	2	0,5	2	0,5	3	0,75
Internet.	0,15	1	0,15	1	0,15	3	0,45
TOTALES	1,00		1,85		1,85		3

FACTOR 1

Grado 3 Económico
Grado 2 Costoso

Costo de arrendamiento.

Menor a \$ 500.000
Entre \$ 600.000 y \$1'000.000

Grado 1 Muy costoso Mayor a \$ 2.000.000

FACTOR 2

Grado 3 Bueno
Grado 2 Regular
Grado 1 Malo

Infraestructura disponible.

El local cuenta con suficiente área
El local cuenta con buena área
El local cuenta con poca área

FACTOR 3

Grado 3 Bueno
Grado 2 Regular
Grado 1 Malo

Servicios públicos disponibles.

Los servicios son variados
Los servicios son limitados
Los servicios son escasos

FACTOR 4

Grado 3 Bueno
Grado 2 Regular
Grado 1 Malo

Acceso a internet

El sitio cuenta con wifi limitado
El sitio cuenta con wifi ilimitado
No hay conexión wifi

La empresa estará ubicada en un local con un área mínima de 80 m² para desarrollar sus labores de producción según las condiciones fijadas en el Plan de Ordenamiento territorial

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

De acuerdo con los resultados obtenidos al aplicar el método cualitativo se determinó como el mejor sector para la ubicación de la empresa de fabricación y comercialización de sandalias y cinturones artesanales en macramé, es el local 3 que corresponde al ubicado en la calle 9 del barrio 1 de mayo, donde se costeara un canon de arriendo por valor de \$350.000 y servicios públicos por un valor promedio de \$150.000 de acuerdo a las actividades a desarrollar en la empresa.

El proyecto solo requiere de un punto de fábrica para la producción, no se cuenta con punto de venta, debido a que se elige el canal indirecto. Se requiere ahorrar en costos de arrendamiento para que no se vea afectado los costos unitarios de las sandalias y cinturones. El local cuenta con internet WIFI que beneficia a la empresa para la comunicación directa con los clientes por WhatsApp y redes

sociales.


3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto. Para la fabricación de un cinturón tejido en macramé se necesita la siguiente cantidad de materia prima, para ello se hizo necesario tomar los tiempos de elaboración con una artesana y todo el proceso de fabricación.

Cuadro 16. Ficha técnica cinturón macramé.

Producto principal	CINTURON MACRAME
Diseño	
Especificaciones técnicas	Cinturón tejido en macramé con nilón, cantidad de material 93 metros de nilón. Hebilla en bronce.
Tallas	XS, S, M, L, XL
Colores	Según preferencia cliente
Vida útil	5 años

Cuadro 17. Ficha técnica sandalia macramé.

Producto principal	SANDALIA MACRAME
Diseño	
Especificaciones técnicas	Sandalia tejida en macramé con nilón, cantidad de material 12 tiras de 2 metros. 2 suela plana.
tallas	De la 35 a 40
Colores	Según preferencia del cliente.
Vida útil	2 años

3.3.2 Descripción técnica del proceso. Los pasos para realizar el tejido de un cinturón y sandalias en macramé aplican los mismos procesos. A continuación, se presenta los procesos durante la fabricación:

SELECCIÓN

En este proceso se realiza que se cuente con todos los materiales aptos para la fabricación, herramientas, además se establece el diseño del producto.

VERIFICACIÓN

Durante este proceso se valida que el material cuente con las especificaciones optimas, que se de buena calidad.

TALLAJE

En este proceso se toma las tallas ya sea en el cinturón o en las sandalias.

CORTE

En este proceso teniendo las tallas listas, se mide en el nilón y corta el nilón necesario para cada producto.

TEJIDO

En este proceso se realiza el tejido correspondiente. De acuerdo al diseño son los nudos que se vayan a emplear.

INSPECCIÓN

En este proceso se revisa que los nudos queden uniformes de acuerdo al diseño.

SELLADO

Durante este proceso se corta el nilón que queda y con un encendedor se van quemando las puntas para que se selle el nudo y no se suelte.

ALMACENAJE

Se dispone el producto en una bolsa que se sella después.

Figura 6 Tejido cinturón y sandalia



3.3.3 Diagrama de operación

Figura 7. Proceso fabricación sandalia macramé

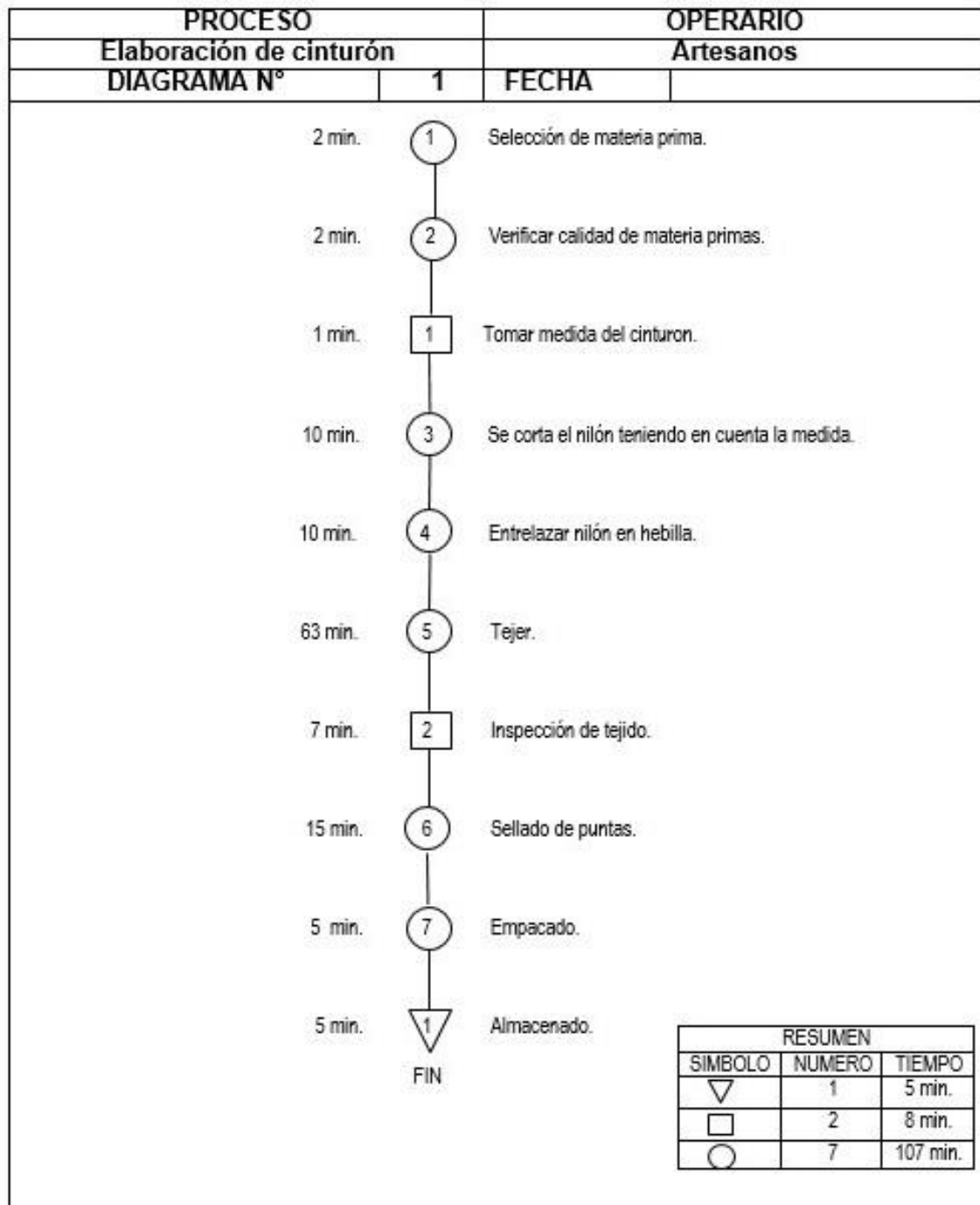
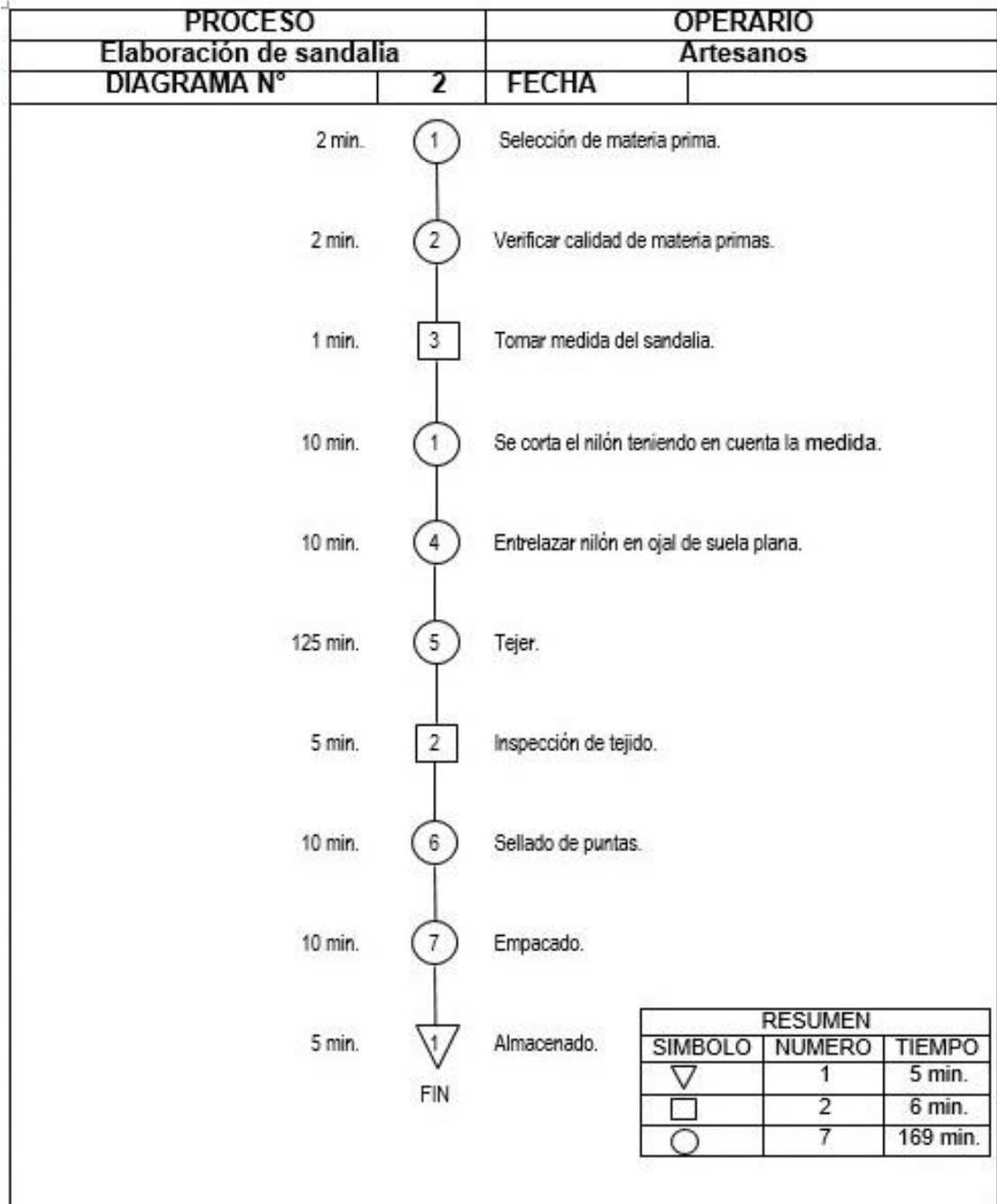


Figura 8. Diagrama de flujo fabricación de cinturón



3.3.4 Control de calidad. El control de calidad es el conjunto de los mecanismos, acciones y herramientas realizadas para detectar la presencia de errores. La función principal del control de calidad es asegurar que los productos o servicios cumplan con los requisitos mínimos de calidad.⁴²

La norma ISO 9001 de sistemas de gestión de la calidad que proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto.

La norma OHSAS 18001:2007 permite a las empresas gestionar los riesgos operativos y mejorar el rendimiento. El estándar ofrece orientación sobre la evaluación de la salud y la seguridad, y sobre cómo gestionar más eficazmente estos aspectos de sus actividades empresariales, teniendo en cuenta minuciosamente la prevención de accidentes, la reducción de riesgos y el bienestar de sus empleados.

La certificación ISO 14001 tiene el propósito de apoyar la aplicación de un plan de manejo ambiental en cualquier organización del sector público o privado. Fue creada por la Organización Internacional para Normalización (International Organization for Standardization - ISO), una red internacional de institutos de normas nacionales que trabajan en alianza con los gobiernos, la industria y representantes de los consumidores.

Las normas anteriormente descritas serán aplicadas para evitar la presencia de algunos defectos y en la calidad del producto. Se tendrá en cuenta los PQR – Peticiones –quejas y reclamos por parte de los clientes en pro de mejorar la calidad del producto y el funcionamiento de la organización.

De igual manera para garantizar el control de los procesos en la fabricación de cinturones y sandalias en macramé, se tendrá en cuenta:

Control de Calidad de la Materias Primas

En este control inicial del proceso de producción es el artesano quien será el que se encargará de realizar la clasificación de la materia con el fin de asegurar buenos materiales.

⁴² Wikipedia: la enciclopedia libre. Control de calidad. [En línea]. [Citado el 8 de marzo 2016]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_calidad

Control del Proceso de Producción

La calidad del proceso parte inicialmente del artesano quien evitará que se presenten defectos en la realización del producto. La empresa como tal realizará un proceso de entrenamiento de los artesanos sobre el conocimiento específico del trabajo y desarrollo de destrezas en la que se refiere a la calidad de producción.

Control Calidad del Producto terminado

Una de las actividades a verificar en el producto es:

- Las medidas del cinturón
- Terminación de tejidos
- Ensamble de nilón
- Elaboración de nudos de acuerdo al diseño
- Embalaje

3.3.5 Recursos. Para el desarrollo del proyecto, se requiere de recursos humanos, físicos y de insumos que permita que la organización alcance sus propósitos.

3.3.5.1 Recurso humano: Este es un factor importante en este tipo de producción pues para este negocio de fabricación de cinturones y sandalias artesanales se requiere de ciertas habilidades y cualidades como lo son concentración, dedicación, paciencia, creatividad, delicadeza y gusto por la moda y el servicio al cliente.

Personal operativo. El recurso humano de mano de obra directa operativo está conformado por 4 artesanos que estarán encargados de la fabricación, dos artesanos encargados de la fabricación de cinturones y dos artesanos encargados de fabricación de sandalias.

Personal administrativo. En el área administrativa se contará con uno de los autores del proyecto que es la gerente, el cual será encargado de dirigir la empresa y la secretaria encargada de actividades administrativas.

3.3.5.2 Recurso físico

Cuadro 18. Recurso físico operativo y administrativo

Recurso físico de producción	
Detalle	Cantidad
Sillas ergonómicas	4
Mesa de trabajo	1
ventiladores	4
Estante metálico	6
Dispensador de agua	1
Extintores	1
Botiquín	1
Encendedor	40
Tijeras	20
Bisturís	20
Sujetadores	20
Recurso físico de administración	
Silla gerente y secretaria	2
Ventiladores	2
Escritorio de oficina	2
Computador para escritorio	2
Estabilizador voltaje pc	2
Impresora	1
Extintores	1

3.3.5.3 Recursos de insumos. Para la elaboración de sandalias y cinturones en macramé se requiere:

Cuadro 19. Recurso insumo.

Materiales sandalias		
Nilón	Metro	48
Suelas	Unidad	2
Materiales cinturones		
Nilón	Metro	93
Hebilla	Unidad	1

3.3.6 Análisis de Proveedores. Actualmente los proveedores de materia prima serán de Bucaramanga Santander y Medellín, dentro de los cuales tenemos los siguientes proveedores:

Cuadro 20. Análisis de proveedores.

PROVEEDOR	MATERIAL	UBICACIÓN	VENTAJAS	DESVENTAJAS
MIL HERRAJES	Hebillas y nilón	Cra 15 #32-30, Bucaramanga, Santander.	Se encuentra todo clase de hebillas y nilón que se requiero para los cinturones y sandalias.	
TIENDAS Y DISTRIBUIDORES VARIETADES CAROL	Hebillas y nilón	Chicamocha Centro Empresarial Local 101 Calle 36 No	Se encuentra todo clase de hebillas y nilón que se requiero para los cinturones y sandalias.	
SUELAS Y TACONES RALY	Suelas, moldes y tacones	Bucaramanga Cra 14# 29-46	Cercano a San Alberto. Se puede encontrar todo tipo de suelas.	
SURTIMOLDES	Moldes y suelas	Cr 37 # 58-42, Antioquia, Medellín	Se encuentra toda clase suelas para las sandalias.	Muy lejos de San Alberto, aumento de costo en los fletes.
PARACOSER	Hilos y hebillas	Medellín Cra 54 # 49-37	Se encuentra todo clase de hebillas y nilón que se requiero para los cinturones y sandalias.	Muy lejos de San Alberto, aumento de costo en los fletes.
PEDRERÍA Y HERRAJES LA 18	Hebillas y nilón	Bucaramanga Cr 18 33-20 L-111	Se encuentra todo clase de hebillas y nilón que se requiero para los cinturones y sandalias.	

3.3.7 Distribución de planta. La distribución de la planta de fabricación es sencilla debida a que no se cuenta con maquinaria industria especializada por el tipo de labor manual que se realiza.

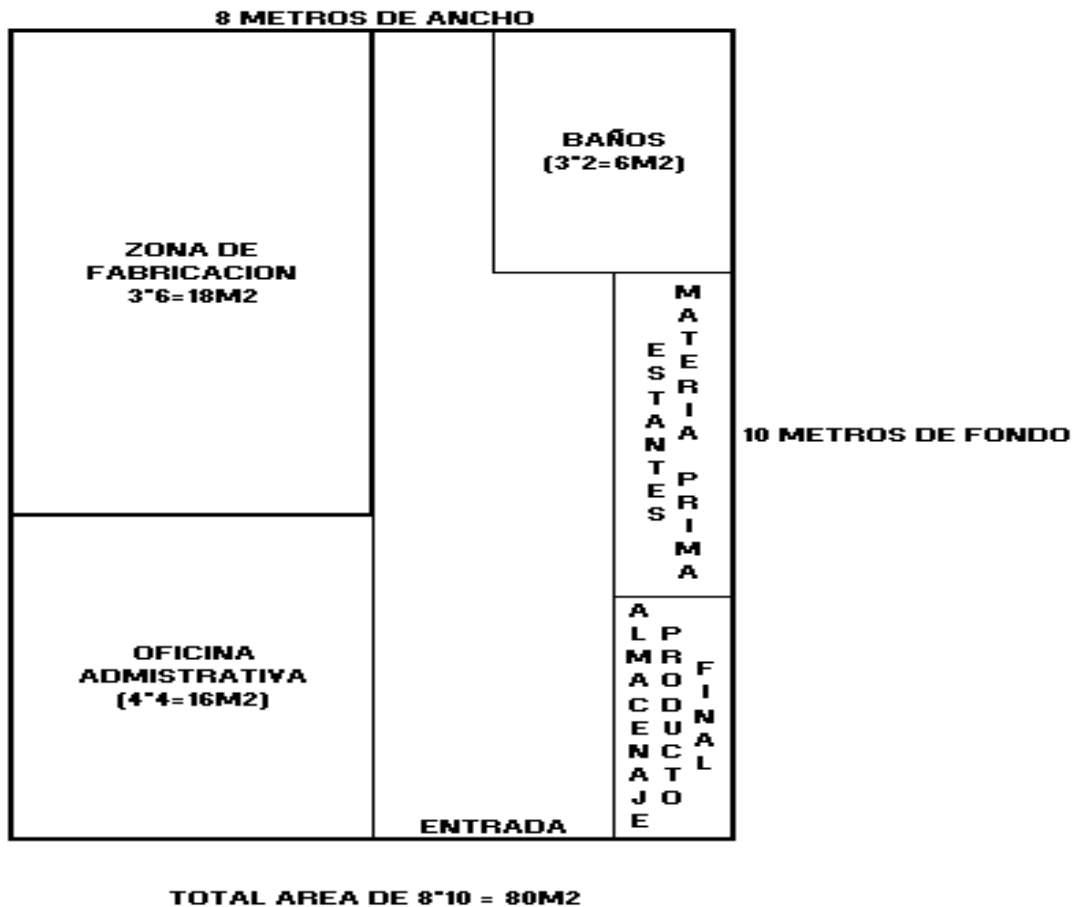
Para la distribución de las instalaciones de la empresa MADEJA STORE, se distribuirá la planta física aprovechando al máximo el espacio de 80 m², y cuenta con las siguientes áreas:

- Oficina de Gerencia y secretaria: Espacio donde se va a desarrollar todas las actividades administrativas de la empresa, se propone que este dentro de las instalaciones del local evitándose el alquiler de un lugar donde funcione las oficinas. 4 m de largo x 4 m de ancho = 16 m².
- Área de trabajo: Zona de producción y transformación de la materia prima, estarán ubicadas las mesas para tejer. 3 metros de Largo x 6 metros de ancho = 18 m².
- Zona de Materia Prima: En este lugar es en donde permanecerá almacenada la materia prima y donde se realiza el proceso de clasificación de la misma para facilitar la utilización en la transformación del producto, a parte espacio donde

se guardarán los diferentes insumos como hilos entre otros. 4 metros de Largo x 1 metros de Ancho = 4 m2.

- Bodega o Almacén: Sitio donde se almacenarán los respectivos accesorios terminados para su entrega. 3 metros de Largo x 1 metros de Ancho = 3 m2.
- Área de Servicio de Baños: estará ubicado en la parte final del local, permitiendo solo el uso de personal de la empresa, se dispondrán de baño con orinal para hombre y mujer. 3 metros de Largo x 2 metros de Ancho = 6 m2.

Figura 9. Plano de distribucion



4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa se constituirá como una sociedad anónima simplificada SAS, para su constitución se requiere escritura de constitución, la empresa se registrará por las disposiciones legales estipuladas en la cámara de comercio.

Para la estructura legal se tiene en cuenta los siguientes pasos:

- Establecer el nombre de la empresa
- solicitud a la cámara de comercio. Con el propósito de verificar si existe o no una empresa con el mismo nombre comercial que se tiene establecido dar a la constitución, la cámara de comercio protege el nombre de la sociedad mientras su legalización, por un tiempo de 15 días.
- Inscripción en la Cámara de Comercio. En la cámara de comercio se tramita el registro Mercantil; para tal propósito se diligencian unos formularios suministrados por la cámara adjuntando copias de las escrituras de constitución.
- Obtención del NIT; Se realiza ante la dirección de impuestos y aduanas nacionales, para que otorguen el número de identificación tributaria. Debe ir acompañada de una copia de certificado de constitución y el nombre del representante legal de la empresa. Una vez recibido el NIT así será incluido en el certificado de existencia y representación.
- Permiso de Funcionamiento. Legalizado todo lo relativo a la constitución de la empresa, se procede a obtener permisos de funcionamiento de la unidad económica.
- Inscripción ante la ASEGURADORA DE RIESGOS PROFESIONALES carácter privado (ARL – SEGUROS BOLIVAR).
- Afiliación al Sistema de Seguridad Social (EPS – AFP) Caja de compensación – CAJASAN, Fondo de Cesantías PORVENIR.
- Registrar ante el Ministerio De Protección Social El reglamento de trabajo.
- Elaboración del panorama de riesgos, programa de seguridad Industrial y de Salud Ocupacional, contando con la respectiva asesoría de la ARL SEGUROS BOLÍVAR.

4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Visión. MADEJA STORE en el 2020 será la empresa modelo en todos los procesos de elaboración y producción de cinturones y sandalias artesanal en técnica artesanal macramé cumpliendo con los estándares de calidad y diseño, para lograr el reconocimiento del cliente local, regional y nacional contribuyendo al desarrollo sostenible de la región.

4.2.2 Misión. MADEJA STORE es una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de accesorios artesanales en técnica en macramé, especialmente en cinturones y sandalias, cuenta con mano de obra calificada con capacidad creativa e innovadora que satisface las necesidades del mercado en forma competitiva atendiendo al gremio local regional y nacional, cumpliendo con ética las obligaciones para con sus clientes, proveedores, empleados, socios, el Estado y la comunidad en la que se desarrollan las actividades de la empresa.

4.2.3 Objetivos

- Contribuir en la generación de empleo brindando un ambiente próspero para el desarrollo laboral y humano de los empleados.
- Formar un equipo de trabajo con personal idóneo responsable y con alto sentido de pertenencia logrando posicionar la empresa en el mercado local.
- Brindar capacitación laboral al talento humano de tal forma que permitan desarrollarse integralmente en su vida laboral y personal.
- Ser una empresa de ejemplo de emprendimiento.

4.2.4 Políticas

De personal: De acuerdo a la particularidad de constitución de la empresa, la selección de personal se hará de acuerdo al procedimiento indicado de Convocatoria, Selección y Contratación, capacitación a los trabajadores para realizar las actividades de manera eficiente y eficaz, el nivel salarial estará acorde a las competencias y resultados de la empresa, todo el personal estará vinculado al sistema de protección y seguridad según lo emana la ley.

De ventas. Las ventas serán de contado y crédito a la clientela interesada. En la empresa se realizará la venta en forma indirecta a los intermediarios. Se mantendrá un contacto continuo con los clientes y su respectivo seguimiento posventa y posibles compradores.

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

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

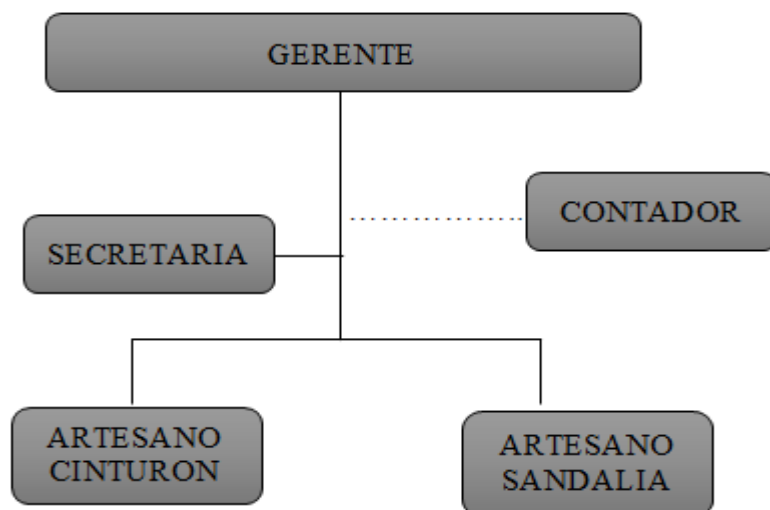
Al proveedor que ofrezca buenas condiciones de negociación, como garantías y plazos para el pago de los insumos, será el que se le compre todo lo necesario para la producción.

La materia prima se adquirirá a los proveedores de Bucaramanga, Medellín y Bucaramanga.

4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1 Organigrama de la empresa. El siguiente es el organigrama estipulado para la empresa de MADEJA STORE:

Figura 10. Organigrama MADEJA STORE



4.3.2 Descripción y perfil de los cargos. A continuación, se presenta los diferentes formatos que corresponden a cada cargo, con sus funciones y demás:

Cuadro 21. Perfil del cargo Gerente.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Nombre del Cargo: Gerente
	Cargo jefe inmediato: no aplica
	No de cargos iguales: cero
Cargos que supervisa: secretaria, artesanos	
FUNCIONES QUE COMPONEN EL CARGO	<p>Labor o Función principal: Es el representante legal de la empresa, encargado de la visión global de la empresa y su entorno, tomando decisiones concretas sobre los objetivos. Obtiene el mejor aprovechamiento del recurso humano y físicos disponibles para llegar a buenos resultados. Lidera y coordina la empresa en todos los aspectos y áreas estableciendo políticas y directrices, con un nivel de comunicación elevado que le permite crear un ambiente propicio para alcanzar las metas y la rentabilidad.</p> <p>Labores o Funciones secundarias: Analizar costos de materia prima e insumos. Elaboración de nuevos diseños de productos. Velar para que los procesos y procedimientos sean apropiados. Requerir el personal de trabajo idóneo y necesario. Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas. Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo para dárselas a conocer al resto de la empresa. Realizar control de calidad del producto terminado contra pedido. Manejar el presupuesto de la empresa.</p> <p>Labores o funciones ocasionales:</p>

EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTOS	Grado de instrucción: Se requiere un grado universitario en administración de empresas, ingeniería industrial, GESTOR EMPRESARIAL. Tener conocimientos de sistema de office. Se requiere conocimiento en mercado de artesanías.
		Experiencia: Se necesita un tiempo mínimo de 5 años en administración de negocios emprendedores.
		Conocimientos especiales:
	DE HABILIDAD	Habilidad mental e iniciativa: Toma decisiones siguiendo lineamientos ya definidos. Los objetivos deben estar delineados, además el trabajo debe ser evaluado por resultados generales. Con frecuencia desarrollar métodos para alcanzar resultados. Analizar y resolver problemas complejos
		Habilidad manual: Precisa habilidad para el manejo de equipo de oficina, equipo de cómputo, herramientas, instrumentos propios de trabajo, manejo de vehículos.
	DE RESPONSABILIDAD	Responsabilidad por materiales, herramientas y equipo: Está a cargo de forma directa los equipos de oficina como computador, impresora, escáner, teléfono e insumos de oficina.
		Responsabilidad por manejo de documentos negociables y dinero: Responsable por la información confidencial que maneja la empresa, tales como estados financieros, acuerdos comerciales, impuestos, seguros y contactos con proveedores y clientes
		Responsabilidad por supervisión: Asigna, incluye y comprueba el trabajo de manera directa a la secretaria, vendedor, artesanos y asesor contable. Debe responder por la actuación y disciplina de los mismos.
		Responsabilidad por contactos: Mantiene contacto directo con el público, personal y entidades externas, los temas tratados son de gran importancia y se requiere de habilidad y conocimiento de las diferentes políticas de la empresa.
		Responsabilidad por procesos: Sus labores son intermedias en el proceso y sus errores son detectables y corregibles.
	DE ESFUERZO	Esfuerzo mental: Las labores del cargo exigen alta concentración mental durante toda su jornada laboral.
		Esfuerzo Visual: Las labores que realice exigen un menor esfuerzo visual.
		Esfuerzo físico: Se requiere un esfuerzo físico ligero no maneja peso.
PENOSIDAD DEL CARGO	Condiciones ambientales: Sus labores deben ejecutarse bajo una buena iluminación. Y condiciones atmosféricas muy adecuadas para su funcionamiento.	
	Riesgos del cargo: tecnológicos, ergonómicos	
OBSERVACIONES: (Empleado, jefe, analista)		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; margin: 0 auto;"/> <p>Firma Empleado</p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; margin: 0 auto;"/> <p>Firma jefe Inmediato</p> </div> </div>		

Cuadro 22. Perfil de cargo secretaria

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	Nombre del Cargo: secretaria	
	Cargo jefe inmediato: Gerente No de cargos iguales: no aplica	
	Cargos que supervisa: ninguno	
FUNCIONES QUE COMPONEN EL CARGO	<p>Labor o Función principal: Brindar al gerente un apoyo incondicional con las tareas establecidas de acompañar en la vigilancia de las funciones de las áreas.</p> <p>Labores o Funciones secundarias: Recepcionar, registrar y distribuir la correspondencia. Mantener una excelente atención al cliente Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado al jefe sobre los compromisos diarios. Controlar los gastos menores que se requieran. Entregar documentos como certificaciones, volantes de pago, cartas, memorandos bajo la firma de gerencia cuando se requiera. Mantener organizada la correspondencia y archivos internos de la empresa.</p> <p>Labores o funciones ocasionales:</p>	
EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCIMIENTOS	<p>Grado de instrucción: Se requiere estudios como secretaria o auxiliar de oficina</p> <p>Experiencia: Menor a 1 año</p> <p>Conocimientos especiales:</p>
	DE HABILIDAD	<p>Habilidad mental e iniciativa: Toma decisiones siguiendo lineamientos ya definidos. Los objetivos deben estar delineados, además el trabajo debe ser evaluado por resultados generales.</p> <p>Habilidad manual: Debe ser ágil en el manejo de equipos de oficina, digitación de informes</p>
	DE RESPONSABILIDAD	<p>Responsabilidad por materiales, herramientas y equipo: Herramientas de trabajo, como computador, escritorio, escáner, impresora, teléfono y silla.</p> <p>Responsabilidad por manejo de documentos negociables y dinero:</p> <p>Responsabilidad por supervisión:</p> <p>Responsabilidad por contactos:</p> <p>Responsabilidad por procesos:</p>
	DE ESFUERZO	<p>Esfuerzo mental: Las labores del cargo exigen alta concentración mental durante toda su jornada laboral.</p> <p>Esfuerzo Visual: Las labores que realice exigen un esfuerzo medio</p> <p>Esfuerzo físico: Medio, en lo respecto a posturas.</p>
	PENALIDAD DEL CARGO	<p>Condiciones ambientales: Sus labores deben ejecutarse bajo una buena iluminación. Y condiciones atmosféricas muy adecuadas para su funcionamiento.</p> <p>Riesgos del cargo: Psicosociales, físicos, tecnológicos.</p>
	OBSERVACIONES: (Empleado, jefe, analista)	
	<p>_____</p> <p style="display: flex; justify-content: space-between;">Firma Empleado Firma jefe Inmediato</p>	

Cuadro 23. Perfil de cargo artesanos

IDENTIF. DEL CARGO	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
	Nombre del Cargo: Artesanos	
	Cargo jefe inmediato: Gerente	No de cargos iguales: no aplica
	Cargos que supervisa: ninguno	
FUNCIONES QUE COMPONEN EL CARGO	Labor o Función principal: Fabricar productos necesarios según las solicitudes de pedido que se generen.	
	Labores o Funciones secundarias: Seleccionar los materiales Corte de nylon Tejer cinturón y sandalias Decorar accesorio de acuerdo al diseño Empacar producto Almacenar producto Mantener en limpieza y organización el sitio de trabajo	
EXIGENCIAS DEL CARGO	Labores o funciones ocasionales:	
	DE CONOCIMIENTOS	Grado de instrucción: Se requiere manejo empírico en artesanía manual. Técnica macramé
		Experiencia: No aplica
		Conocimientos especiales:
	DE HABILIDAD	Habilidad mental e iniciativa: Toma decisiones siguiendo lineamientos ya definidos. Los objetivos deben estar delineados, además el trabajo debe ser evaluado por resultados generales
		Habilidad manual: Precisa habilidad para el manejo nilón y tejidos manuales
	DE RESPONSABILIDAD	Responsabilidad por materiales, herramientas y equipo: Herramientas de trabajo, como tijeras, bisturí, mesa para tejer.
		Responsabilidad por manejo de documentos negociables y dinero: Ninguno
		Responsabilidad por supervisión:
		Responsabilidad por contactos: Mantiene contacto directo con el personal,
		Responsabilidad por procesos: Sus labores son intermedias en el proceso y sus errores son detectables y corregibles.
	DE ESFUERZO	Esfuerzo mental: Las labores del cargo exigen alta concentración mental durante toda su jornada laboral.
		Esfuerzo Visual: Las labores que realice exigen un menor esfuerzo visual.
Esfuerzo físico: Se requiere un esfuerzo físico medio, postura adecuada.		
PENALIDAD DEL CARGO	Condiciones ambientales: Sus labores deben ejecutarse bajo una buena iluminación. Y condiciones atmosféricas muy adecuadas para su funcionamiento.	
	Riesgos del cargo: locativos, enfermedad profesional	
OBSERVACIONES: (Empleado, jefe, analista)		
<div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; border: 0; border-top: 1px solid black;"/> <p>Firma Empleado</p> </div> <div style="text-align: center;"> <hr style="width: 200px; border: 0; border-top: 1px solid black;"/> <p>Firma jefe Inmediato</p> </div> </div>		

Cuadro 24. Perfil de cargo contador

IDENTIF. DEL CARGO	DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	
	Nombre del Cargo: Contador	
	Cargo jefe inmediato: Gerente	No de cargos iguales: cero
	Cargos que supervisa: secretaria	
FUNCIONES QUE COMPONEN EL CARGO	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar los movimientos contables. • Elaborar Estados Financieros: De Resultados, Balance general, Flujo de caja. • Elaborar Declaraciones tributarias: IVA, Retefuente, de Renta y Complementarios, de Industria y Comercio. • Contestar los requerimientos de la DIAN. • Asesorar en la elaboración de presupuestos • Elaboración de conciliaciones bancarias. • Informar al jefe inmediato sobre cualquier anomalía que se presente en la ejecución de sus actividades. • Cumplir y respetar las políticas, normas, procedimientos y reglamentos establecidos por la empresa. <p>Otras que le asigne el jefe inmediato y que por su naturaleza tengan una relación con las actividades propias de su cargo.</p>	
EXIGENCIAS DEL CARGO	DE CONOCI.	Grado de instrucción: Contador público titulado
		Experiencia: Un año de experiencia comprobada en cargos similares.
		Conocimientos especiales: Organizado, con capacidad para desarrollar actividades operativas bajo presión; tolerante y conciliador.
	DE HABI.LI	HABILIDADES: Manejo de números, cálculos mentales, manejo de herramientas ofimáticas
		Habilidad manual:
	DE RESPONSABILIDAD	Responsabilidad por materiales, herramientas y equipo: Se le asigna un pc portátil
		Responsabilidad por manejo de documentos negociables y dinero: Ninguno
		Responsabilidad por supervisión:
		Responsabilidad por contactos:
		Responsabilidad por procesos: Reportes a contador (semanalmente)
	DE ESFUERZO	Esfuerzo mental: Máximo, requiere concentración.
		Esfuerzo Visual: Las labores que realice exigen un menor esfuerzo visual.
Esfuerzo físico: Debe tener atención auditiva y visual, en general estar sentado y caminar dentro de la oficina para trabajos de la jornada diaria.		
PENALIDAD DEL CARGO	Condiciones ambientales: Contaminación sonora producida por los procesos operativos.	
	Riesgos: Visuales, estrés, ergonómicos.	

4.3.3 Asignación salarial. La definición de los salarios se realizó mediante el análisis de los factores que identifican cada cargo. Esto a su vez con las prestaciones sociales vigentes por ley.

Cuadro 25. Asignación de salarios.

CARGO	SALARIOS INICIALES ASIGNADOS	TIPO DE CONTRATO
GERENTE	\$ 1.475.434	FIJO DIRECTO
CONTADOR	\$500.000	PRESTACIÓN SERVICIO
SECRETARIA	\$ 737.717	FIJO DIRECTO
ARTESANOS	\$ 737.717	FIJO DIRECTO

Los trabajadores tendrán una jornada de 8 horas diarias y 48 a la semana y la liquidación de las prestaciones sociales serán bajo como lo reglamenta la ley⁴³

Cuadro 26. Distribución prestacional.

CONCEPTO	FACTOR
Cesantías	8,333%
Interés cesantías	1,000%
Vacaciones	4,167%
Prima	8,333%
Pensión	4%
Salud	16.5%
Dotación	7,000%
Riesgos profesionales	0,522%
FACTOR PRESTACIONAL	49.855%

⁴³ Gerencie.com. Nómina. [en línea]. [Citado 12 agosto 2016]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/nomina.html>

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

En el siguiente estudio se presenta la viabilidad económica que tiene el proyecto de la empresa de fabricación y comercialización de sandalias y cinturones en macramé en el Municipio de San Alberto, departamento del Cesar.

En el mismo se contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha del mismo, así como su estructura financiamiento, gastos, costos, proyección de ingresos, estado de resultados, balances generales que tendrá el proyecto durante su vida útil.

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

De acuerdo a los estudios de mercado y técnico, se han identificado los recursos necesarios para la operación del proyecto, con el fin de poder medir la actividad productiva y encontrar las condiciones de requerimiento para el funcionamiento adecuado. En el estudio financiero se debe convertir todos estos factores a valores en pesos para poder definir el monto de los recursos financieros que se requieren para la implementación, operación y puesta en marcha de la empresa.

Elementos que lo componen:

- Identificar, clasificar y programar las inversiones a realizar en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones se consideran los recursos indispensables para la instalación de la empresa.
- Reunir los datos de la actividad de producción y venta formulados por los estudios de mercado, técnico y administrativo, incluidos volúmenes de producción y venta.
- Formular presupuestos de ventas o ingresos, costos y gastos de producción, gastos administrativos y ventas.
- Realizar y presentar los estados financieros.

5.1.1. Inversión Fija. Es aquella que se realiza en bienes tangibles y se utiliza para garantizar el buen funcionamiento operativo de la empresa y estarán representados por muebles y enseres y equipos de oficina.

5.1.1.1 Herramientas e insumos: Serán las herramientas e insumos que requieran los artesanos para la fabricación de los cinturones y sandalias:

Cuadro 27. Herramientas e insumos.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Encendedor	40	\$ 1.000	\$ 40.000
Tijeras	20	\$ 6.000	\$ 120.000
Bisturis	20	\$ 2.000	\$ 40.000
Sujetadores	20	\$ 2.000	\$ 40.000
TOTAL			\$ 240.000

5.1.1.2 Muebles y enseres: Comprende todos los muebles de oficina necesarios por la empresa para el desarrollo de sus operaciones.

Cuadro 28. Muebles y enseres

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO MAS IVA	VALOR TOTAL
Sillas Ergonomicas artesanos	4	\$ 112.931	\$ 451.724
silla oficina gerente y secretaria	2	\$ 112.931	\$ 225.862
Mesa de trabajo en madera a lo largo	1	\$ 550.000	\$ 550.000
Ventiladores samurai	6	\$ 142.681	\$ 856.086
Estante metalico	6	\$ 159.341	\$ 956.046
Escritorio de oficina	2	\$ 475.881	\$ 951.762
Dispensador de agua	1	\$ 234.311	\$ 234.311
TOTAL			\$ 4.225.791

5.1.1.3 Equipo de oficina: Es el equipo que necesita el Gerente, Contador y Secretaria para desarrollar sus actividades:

Cuadro 29. Equipo de oficina

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador de escritorio de mesa	2	\$ 2.011.100	\$ 4.022.200
Estabilizador	2	\$ 61.761	\$ 123.522
Impresoras	1	\$ 642.600	\$ 642.600
sumadora electronica	1	\$ 250.000	\$ 250.000
extintores	2	\$ 60.571	\$ 121.142
botiquin	1	\$ 29.631	\$ 29.631
TOTAL			\$ 5.189.095

5.1.1.4 Total Inversión Fija: El total de la inversión fija requerida para este proyecto se observa en el siguiente cuadro.

Cuadro 30. Total inversión fija

CONCEPTO	VALOR
Muebles y enseres	\$ 4.225.791
Equipos de oficina	\$ 5.189.095
Herramientas	\$ 240.000
TOTAL	
	\$ 9.654.886

5.1.2. Inversión diferida: La empresa requiere de las inversiones diferidas que están representadas en los estudios técnicos, económicos de organización y demás.

Cuadro 31. Inversión diferida

CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 2.500.000
Inscripcion camara de comercio	\$ 220.000
Escritura de Constitución	\$ 400.000
Gastos notariales	\$ 135.000
Adecuaciones -Remodelaciones	\$ 2.000.000
Publicidad Lanzamiento	\$ 2.495.000
TOTAL	
	\$ 7.750.000

5.1.3 Inversión de Capital de Trabajo. El capital de trabajo está constituido por las inversiones necesarias para cubrir costos y gastos generados por la operación o funcionamiento normal del proyecto. El monto correspondiente debe estar disponible al final del período de implementación. Para la operación normal del proyecto, se contará con un capital de trabajo para un período de tres meses, con el propósito de tener el efectivo necesario para el normal funcionamiento de sus actividades.

5.1.3.1. Costos de producción: El costo de producción será determinado midiendo los siguientes parámetros: insumos, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

Insumos. Teniendo en cuenta la capacidad utilizada, la empresa estará en condiciones para producir 1.572 unidades de cinturones y 1.165 pares de sandalias al año; al calcular el costo de materia prima se obtiene el siguiente cuadro:

Cuadro 32. Insumos

MATERIALES	UNIDAD	CONSUMO POR unidad	VALOR UNIDAD DE INSUMO	COSTO POR UNIDAD	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Materia prima cinturon						
Hilo de nylon espiga cal 16	METRO	93	\$ 70	\$ 6.518	\$ 10.250.053,63	\$ 854.171,14
Hebilla de bronce	UNIDAD	1	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 3.144.960,00	\$ 262.080,00
				\$ 8.518	\$ 13.395.013,63	\$ 1.116.251,14
Materia prima sandalias						
Hilo de nylon espiga cal 16	METRO	48	\$ 70	\$ 3.360	\$ 3.913.728,00	\$ 326.144,00
suela plana	UNIDAD	2	\$ 6.000	\$ 12.000	\$ 13.977.600,00	\$ 1.164.800,00
				\$ 15.360	\$ 17.891.328,00	\$ 1.490.944,00

Mano de obra directa. La contratación del personal para la fabricación de sandalias y cinturones consta de 4 artesanos que serán contratados directamente por parte de la empresa.

Cuadro 33. Mano de obra directa

ÍTEM	CANT	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACIÓN MENSUAL		TOTAL ANUAL
					UNITARIO	TOTAL	
Artesano cinturon	2	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 409.238	\$ 1.230.095	\$ 2.460.191	\$ 29.522.286
artesano sandalias	2	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 409.238	\$ 1.230.095	\$ 2.460.191	\$ 29.522.286
TOTAL	4					\$ 4.920.381	\$ 59.044.572

Costos indirectos de fabricación. Dentro de este costo se incluirá el generado para la fabricación de sandalias y cinturones como son seguros, depreciaciones, pago de servicios, pago de arrendamiento y dotación:

Cuadro 34. Costos indirectos de fabricación.

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	\$ -	\$ -
Seguros	\$ 1.256	\$ 15.077
enseres	\$ 21.129	\$ 253.547
Depreciación Herramientas	\$ 4.000	\$ 48.000
Servicios	\$ 99.400	\$ 1.192.800
Arrendamiento	\$ 175.000	\$ 2.100.000
dotacion	100.250	\$ 1.203.000
TOTAL	\$ 401.035	\$ 4.812.425

Cuadro 35. Total costos producto

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD cinturon	\$ 2.460.191	\$ 29.522.286
Mano de Obra Directa MOD sandalia	\$ 2.460.191	\$ 29.522.286
Materia Prima cinturon	\$ 1.116.251	\$ 13.395.014
materia prima sandalia	\$ 1.490.944	\$ 17.891.328
Costos Indirectos cinturon	\$ 184.464	\$ 2.213.568
costo indirectos sandalias	\$ 173.740	\$ 2.084.880
TOTAL	\$ 7.712.040	\$ 92.544.482

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas

Cuadro 36. Gastos de personal administrativo

ÍTEM	SALARIO BÁSICO	SUBSIDIO DE TRANSPORTE	FACTOR PRESTACIONAL	ASIGNACION MENSUAL		TOTAL ANUAL
				UNITARIO	TOTAL	
Gerente	\$ 1.475.434	\$ -	\$ 735.578	\$ 2.211.012	\$ 2.211.012	\$ 26.532.139
secretaria	\$ 737.717	\$ 83.140	\$ 409.238	\$ 1.230.095	\$ 1.230.095	\$ 14.761.143
contador	\$ 500.000			\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000
TOTAL	\$ 2.713.151	\$ 83.140	\$ 1.144.816	\$ 3.941.107	\$ 3.941.107	\$ 47.293.283

Cuadro 37. Gastos de administración

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento	\$ 21.621	\$ 259.455
Seguros	\$ 6.437	\$ 77.246
Muebles y enseres	\$ 42.258	\$ 507.095
Equipos de oficina	\$ 86.485	\$ 1.037.819
Arrendamiento	\$ 175.000	\$ 2.100.000
Servicios	\$ 38.600	\$ 463.200
Cafetería	\$ 50.000	\$ 600.000
Publicidad de	\$ 70.000	\$ 840.000
Papelería	\$ 100.000	\$ 1.200.000
Amortización	\$ 129.167	\$ 1.550.000
TOTAL	\$ 719.568	\$ 8.634.814

Cuadro 38. Total gastos

ÍTEM	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gasto de Personal Administrativo	\$ 3.941.107	\$ 47.293.283
Gastos de Administración	\$ 719.568	\$ 8.634.814
TOTAL	\$ 4.660.675	\$ 55.928.097

5.1.3.3 Gastos financieros**Cuadro 39. Gastos financieros.**

GASTOS FINANCIEROS	VALOR MES
Monto de Intereses mes 1	\$ 486.000
Monto de intereses mes 2	\$ 482.336
monto de intereses mes 3	\$ 478.583

5.1.3.4 Total capital de trabajo: La inversión de capital de trabajo para la empresa corresponde al efectivo necesario para cubrir los tres primeros meses de funcionamiento, como se observa en el siguiente cuadro.

Cuadro 40. Total capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	VALOR MES	VALOR A NECESITAR
Costos del producto (Prestación del servicio)	\$ 7.712.040	\$ 23.136.120
Gastos de Administración y Ventas	\$ 4.660.675	\$ 13.982.024
Gastos Financieros	\$ 486.000	\$ 1.458.000
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 31.058	\$ 93.174
TOTAL	\$ 12.889.773	\$ 38.669.319

5.1.4 Inversión total. En este rubro se consideran todas las erogaciones correspondientes a la inversión fija, inversión diferida y a la inversión capital de trabajo (correspondiente a 3 meses de actividad productiva de la nueva empresa).

Cuadro 41. Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	VALOR
Inversión Fija	\$ 9.654.886
Inversión Diferida	\$ 7.750.000
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 38.669.319
TOTAL	\$ 56.074.205

5.1.5. Fuentes de financiación. El proyecto cuenta con las siguientes fuentes financieras:

Recursos propios.

Para la puesta en marcha se cuenta con recursos propios por valor de \$36.074.205 (cada socio aporta \$18.037.102), estos corresponden al 64.33% de la inversión total.

Recursos de terceros.

Para obtener el 35.67% (\$ 20.000.000) restante requerido para satisfacer los costos de prestación del servicio y los gastos de operación inicial, se va a recurrir a un préstamo diligenciado ante Banco Bogotá, con un crédito de libre destino, a una tasa actual del 33.39 E.A. y a un plazo de 60 meses (5 años). La cuota fija para cancelar el préstamo queda en \$ 636.786 al mes y al año un valor de \$

7.641.443 al año.

Cuadro 42. Amortización del crédito

ANO	PAGOS	INTERESES	ABONO A CAPITAL	SALDO
1	\$ 7.641.443,59	\$ 5.569.465,62	\$ 2.071.977,97	\$ 17.928.022,03
2	\$ 7.641.443,59	\$ 4.877.614,36	\$ 2.763.829,23	\$ 15.164.192,79
3	\$ 7.641.443,59	\$ 3.954.748,00	\$ 3.686.695,59	\$ 11.477.497,21
4	\$ 7.641.443,59	\$ 2.723.728,64	\$ 4.917.714,95	\$ 6.559.782,26
5	\$ 7.641.443,59	\$ 1.081.661,33	\$ 6.559.782,26	\$ -0,00
TOTAL	\$ 38.207.217,95	\$ 18.207.217,95	\$ 20.000.000,00	

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos fijos. Son aquellos costos requeridos para el funcionamiento de la empresa que no tienen variación durante el año. Los siguientes costos están basados para un nivel de producción de 1.572 de cinturones y 1.165 de sandalias.

Cuadro 43. Costos fijos

COSTOS FIJOS	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa MOD cinturon	\$ 29.522.286
Mano de Obra Directa MOD sandalia	\$ 29.522.286
costos indirectos fijos cinturon	\$ 2.600.417
costos indirectos fijos sandalia	\$ 1.257.768
Gastos de administracion y ventas cinturones	\$ 37.695.537
Gastos de administracion y ventas sandalias	\$ 18.232.560
TOTAL	\$ 118.830.854

5.2.2. Costos variables. Son aquellos costos requeridos para el funcionamiento de la empresa que tienen variación durante el año.

Cuadro 44. Costos variables

COSTOS VARIABLES	VALOR ANUAL
Materia Prima cinturon	\$ 13.395.014
Materia Prima sandalia	\$ 17.891.328
Costos variables cinturon	\$ 643.158
Costos indirectos variables sandalia	\$ 311.082
TOTAL	\$ 32.240.582

5.3 PRECIO DE VENTA

Para determinar el precio de venta se requiere hallar los costos unitarios tanto de cinturones como de sandalias en macramé. Para esto se determina el total de costos anuales fijos y el total de costos variables. Luego se determina el costo por unidad que se determina dividiendo los costos fijos y variables totales entre las unidades a producir y se suma estos dos valores finales. El resultado sería que para el cinturón el costo por unidad sería de \$ 53.327 y para las sandalias \$57.705.

El precio de venta de la fabricación y comercialización de sandalias y cinturones en macramé se determina con la siguiente expresión matemática:

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

Para determinar el precio de los productos se espera una utilidad del 10%, por lo tanto, el valor calculado es el siguiente:

Cuadro 45. Precio de venta cinturones:

Costos Totales Unitarios	\$ 53.327,49
Margen de Utilidad	10%
Precio de Venta	\$ 59.252,77

Cuadro 46. Precio de venta sandalias

Costos Totales Unitarios	\$ 57.705,21
Margen de Utilidad	10%
Precio de Venta	\$ 64.116,90

Se concluye que el valor de venta para un cinturón es de \$59.252 y de un par de sandalias es de \$ 64.116.

5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

De acuerdo con los cálculos efectuados, se presentan proyecciones financieras correspondientes a ingresos y egresos para los primeros cinco años de funcionamiento de la empresa.

5.4.1 Ingresos. Para la proyección de los ingresos se tiene en cuenta el número de unidades proyectadas anuales, de cada uno de los productos, para los primeros cinco años de vida útil del proyecto, multiplicados por el precio de venta que permanece constante. Las proyecciones financieras se realizan en pesos constantes.

Cuadro 47. Ingresos

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capacidad utilizada cinturones	1.572	1.651	1.734	1.820	1.911
Precio de venta	\$ 61.687	\$ 61.687	\$ 61.687,00	\$ 61.687,00	\$ 61.687,00
Ingresos cinturones	\$ 97.001.087	\$ 101.851.142	\$ 106.944.235	\$ 112.291.447	\$ 117.906.019
Capacidad utilizada sandalias	1.165	1.223	1.284	1.348	1.416
Precio de venta	\$ 66.579	\$ 66.579	\$ 66.579	\$ 66.579	\$ 66.579
Ingresos sandalias	\$ 77.551.726	\$ 81.429.312	\$ 85.500.778	\$ 89.775.817	\$ 94.264.608

5.4.2. Egresos

Cuadro 48. Egresos

EGRESOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa MOD	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572
Materia Prima	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342
Costos Indirectos de P. S Fijos	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185
Costos Indirectos de P. S Variables	\$ 954.240	\$ 1.001.952	\$ 1.052.050	\$ 1.104.652	\$ 1.159.885
Gastos de Personal	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283
Gastos de Administración	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814
Gastos Financieros	\$ 5.569.466	\$ 4.877.614	\$ 3.954.748	\$ 2.723.729	\$ 1.081.661
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 671.429	\$ 705.000	\$ 740.250	\$ 777.263	\$ 816.126

5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A CINCO AÑOS

5.5.1. Estado de Resultados proyectados a 5 años. El estado de resultados refleja la operación de la empresa en un lapso de tiempo de cinco años, dando a conocer detallada y ordenadamente el resultado del ejercicio contable.

Cuadro 49. Estado de resultados proyectado

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ingresos Operacionales por ventas cinturones	\$ 93.173.791	\$ 97.832.480	\$ 102.724.104	\$ 107.860.309	\$ 113.253.325
Ingresos Operacionales por ventas sandalias	\$ 74.683.360	\$ 78.417.528	\$ 82.338.405	\$ 86.455.325	\$ 90.778.091
TOTAL INGRESOS	\$ 167.857.151	\$ 176.250.008	\$ 185.062.509	\$ 194.315.634	\$ 204.031.416
EGRESOS					
Mano de Obra Directa MOD	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572
Materia Prima	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342
Costos Indirectos de P. S Fijos	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185
Costos Indirectos de P. S Variables	\$ 954.240	\$ 1.001.952	\$ 1.052.050	\$ 1.104.652	\$ 1.159.885
COSTOS DE VENTAS	\$ 95.143.339	\$ 95.191.051	\$ 95.241.148	\$ 95.293.751	\$ 95.348.984
UTILIDAD BRUTA	\$ 72.713.812	\$ 81.058.958	\$ 89.821.360	\$ 99.021.883	\$ 108.682.432
Gastos de Personal	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283	\$ 47.293.283
Gastos de Administración	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814	\$ 8.634.814
Gastos de Personal de Ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	\$ 55.928.097	\$ 55.928.097	\$ 55.928.097	\$ 55.928.097	\$ 55.928.097
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	\$ 16.785.715	\$ 25.130.861	\$ 33.893.263	\$ 43.093.786	\$ 52.754.336
Gastos Financieros	\$ 5.569.466	\$ 4.877.614	\$ 3.954.748	\$ 2.723.729	\$ 1.081.661
Gravamen del 4 x 1.000	\$ 671.429	\$ 705.000	\$ 740.250	\$ 777.263	\$ 816.126
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 10.544.821	\$ 19.548.246	\$ 29.198.265	\$ 39.592.795	\$ 50.856.549
Provisión para Impuestos	\$ 3.479.791	\$ 6.450.921	\$ 9.635.428	\$ 13.065.622	\$ 16.782.661
UTILIDAD NETA	\$ 7.065.030	\$ 13.097.325	\$ 19.562.838	\$ 26.527.173	\$ 34.073.888
RESERVAS	\$ 706.503	\$ 1.309.732	\$ 1.956.284	\$ 2.652.717	\$ 3.407.389

5.5.2 Flujo de Caja Proyectado. El flujo de caja presenta de una manera dinámica, el movimiento de entradas y salida de efectivo de la empresa, en un periodo determinado de tiempo y la situación de efectivo, al final del mismo. A continuación, se observa el flujo de caja, tomando el año 0 como el momento en que se hacen todas las inversiones y a partir del año 1 al año 5 la etapa de operación del proyecto (ingresos y egresos), para la empresa de fabricación y comercialización de sandalias y cinturones en macramé.

Cuadro 50. Flujo de caja proyectado

	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja Proyectado						
Ingresos operacionales		\$ 151.071.436	\$ 158.625.008	\$ 166.556.258	\$ 174.884.071	\$ 183.628.274
Recuperación de Cartera			\$ 16.785.715	\$ 17.625.001	\$ 18.506.251	\$ 19.431.563
Total de Ingresos Operacionales		\$ 151.071.436	\$ 175.410.723	\$ 184.181.259	\$ 193.390.322	\$ 203.059.838
Pagos de Costos						
Pago de Materia Prima		\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342	\$ 31.286.342
Pago de Mano de Obra Directa		\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572	\$ 59.044.572
Pago Costos Indirectos Fijos		\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185	\$ 3.858.185
Depreciaciones		\$ -301.547	\$ -301.547	\$ -301.547	\$ -301.547	\$ -301.547
Pago Costos Indirectos Variables		\$ 954.240	\$ 1.001.952	\$ 1.052.050	\$ 1.104.652	\$ 1.159.885
Total Pagos de Costos Operacionales		\$ 94.841.791	\$ 94.889.503	\$ 94.939.601	\$ 94.992.203	\$ 95.047.436
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL BRUTO		\$ 56.229.644	\$ 80.521.219	\$ 89.241.658	\$ 98.398.118	\$ 108.012.402
Pagos de Gastos						
Pago de Gastos de Administración		\$ 55.928.097	\$ 55.928.097	\$ 55.928.097	\$ 55.928.097	\$ 55.928.097
Amortizaciones		\$ -1.550.000	\$ -1.550.000	\$ -1.550.000	\$ -1.550.000	\$ -1.550.000
Depreciaciones		\$ -1.544.914	\$ -1.544.914	\$ -1.544.914	\$ -1.544.914	\$ -1.544.914
Pago de Gastos de Ventas		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago de Impuestos		\$ -	\$ 3.479.791	\$ 6.450.921	\$ 9.635.428	\$ 13.065.622
Total Pago de Gastos Operacionales		\$ 52.833.183	\$ 56.312.974	\$ 59.284.104	\$ 62.468.611	\$ 65.898.805
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL NETO		\$ 3.396.461	\$ 24.208.245	\$ 29.957.554	\$ 35.929.508	\$ 42.113.596
Inversiones						
Inversión Fija	\$ 9.654.886					
Inversión Diferida	\$ 7.750.000					
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 38.669.319					
Total de Inversiones	\$ 56.074.205	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA LIBRE	\$ -56.074.205	\$ 3.396.461	\$ 24.208.245	\$ 29.957.554	\$ 35.929.508	\$ 42.113.596
Financiación						
Aportes de los socios	\$ 36.074.205					
Crédito Financiero	\$ 20.000.000					
Otras Fuentes (Valor en libros de Activos)						
Total Ingresos de Financiación	\$ 56.074.205	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos de Financiación						
Abonos a capital		\$ 2.071.978	\$ 2.763.829	\$ 3.686.696	\$ 4.917.715	\$ 6.559.782
Pago de Intereses		\$ 5.569.466	\$ 4.877.614	\$ 3.954.748	\$ 2.723.729	\$ 1.081.661
Gravamen del 4 x 1.000		\$ 671.429	\$ 705.000	\$ 740.250	\$ 777.263	\$ 816.126
Pago de Utilidades						
Total Egresos de Financiación	\$ -	\$ 8.312.872	\$ 8.346.444	\$ 8.381.694	\$ 8.418.706	\$ 8.457.569
FLUJO DE CAJA DE FINANCIACIÓN	\$ 56.074.205	\$ -8.312.872	\$ -8.346.444	\$ -8.381.694	\$ -8.418.706	\$ -8.457.569
FLUJO NETO DE CAJA	\$ -	\$ -4.916.411	\$ 15.861.802	\$ 21.575.860	\$ 27.510.802	\$ 33.656.027
Flujo de caja del período	\$ -56.074.205	\$ -4.916.411	\$ 15.861.802	\$ 21.575.860	\$ 27.510.802	\$ 33.656.027
Saldo anterior de Caja y Bancos		\$ 38.669.319	\$ 33.752.908	\$ 49.614.709	\$ 71.190.569	\$ 98.701.371
SALDO FINAL DE CAJA Y BANCOS	\$ -56.074.205	\$ 33.752.908	\$ 49.614.709	\$ 71.190.569	\$ 98.701.371	\$ 132.357.398

5.5.3. Balance General proyectado a 5 años.

Cuadro 51. Balance general

Balance General Proyectado		AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Caja y Bancos	\$ 38.669.319	\$ 33.752.908	\$ 49.614.709	\$ 71.190.569	\$ 98.701.371	\$ 132.357.398
Cartera (Cuentas por Cobrar)		\$ 16.785.715	\$ 17.625.001	\$ 18.506.251	\$ 19.431.563	\$ 20.403.142
Total Activo Corriente	\$ 38.669.319	\$ 50.538.623	\$ 67.239.710	\$ 89.696.820	\$ 118.132.934	\$ 152.760.539
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Construcciones	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Muebles y Enseres	\$ 4.225.791	\$ 4.225.791	\$ 4.225.791	\$ 4.225.791	\$ 4.225.791	\$ 4.225.791
Equipos de Oficina	\$ 5.189.095	\$ 5.189.095	\$ 5.189.095	\$ 5.189.095	\$ 5.189.095	\$ 5.189.095
Herramientas	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 240.000
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ -1.846.461	\$ -3.692.923	\$ -5.539.384	\$ -7.385.846	\$ -9.232.307
Total Activo Fijo Neto	\$ 9.654.886	\$ 7.808.425	\$ 5.961.963	\$ 4.115.502	\$ 2.269.040	\$ 422.579
Activos Diferidos	\$ 7.750.000	\$ 7.750.000	\$ 7.750.000	\$ 7.750.000	\$ 7.750.000	\$ 7.750.000
Amortización Diferida	\$ -	\$ -1.550.000	\$ -3.100.000	\$ -4.650.000	\$ -6.200.000	\$ -7.750.000
Activo Diferido Neto	\$ 7.750.000	\$ 6.200.000	\$ 4.650.000	\$ 3.100.000	\$ 1.550.000	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 56.074.205	\$ 64.547.047	\$ 77.851.674	\$ 96.912.322	\$ 121.951.975	\$ 153.183.119
Obligaciones Financieras	\$ 2.071.978	\$ 2.763.829	\$ 3.686.696	\$ 4.917.715	\$ 6.559.782	\$ -0
Impuestos por pagar		\$ 3.479.791	\$ 6.450.921	\$ 9.635.428	\$ 13.065.622	\$ 16.782.661
Total Pasivo Corriente	\$ 2.071.978	\$ 6.243.620	\$ 10.137.617	\$ 14.553.143	\$ 19.625.405	\$ 16.782.661
Obligaciones de Largo Plazo	\$ 17.928.022	\$ 15.164.193	\$ 11.477.497	\$ 6.559.782	\$ -0	\$ -
TOTAL PASIVO	\$ 20.000.000	\$ 21.407.813	\$ 21.615.114	\$ 21.112.925	\$ 19.625.405	\$ 16.782.661
Aportes Sociales	\$ 36.074.205	\$ 36.074.205	\$ 36.074.205	\$ 36.074.205	\$ 36.074.205	\$ 36.074.205
Utilidades Ejercicios Anteriores		\$ -	\$ 6.358.527	\$ 18.146.119	\$ 35.752.673	\$ 59.627.129
Utilidades del Presente Ejercicio		\$ 6.358.527	\$ 11.787.592	\$ 17.606.554	\$ 23.874.456	\$ 30.666.499
Reservas (10% de las utilidades del ejercicio)		\$ 706.503	\$ 2.016.235	\$ 3.972.519	\$ 6.625.237	\$ 10.032.625
TOTAL PATRIMONIO	\$ 36.074.205	\$ 43.139.234	\$ 56.236.559	\$ 75.799.397	\$ 102.326.570	\$ 136.400.458
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 56.074.205	\$ 64.547.047	\$ 77.851.674	\$ 96.912.322	\$ 121.951.975	\$ 153.183.119

6. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.

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

Emprender una idea de negocio es aportar a una sociedad recursos y medios para contribuir a disminuir la pobreza, facilitar mejorar la calidad de vida. Este proyecto tiene una prioridad y es trabajar de la mano con la población vulnerable, madres cabeza de hogar, jóvenes en situación de rehabilitación, discapacitados y adulto mayor.

MADEJA STORE pretender generar un impacto en la economía del Municipio de San Alberto, ofreciendo una oportunidad de servir a la comunidad satisfaciendo las necesidades del mercado objetivo. Lo más importante para la empresa son las personas.

Un beneficio muy positivo que trae consigo el proyecto es sobre creación de empleos tanto directos como indirectos, contribuyendo así a disminuir la tasa de desempleo o trabajo informal en el sector.

Por ley los trabajadores y sus familiares contarán con la afiliación a caja de compensación familiar para recibir subsidio de educación y vivienda que se necesite para mejorar la calidad de vida. La empresa brindará todo lo que este a su alcance para el óptimo cumplimiento.

Trimestralmente la empresa generará donación a centro geriátricos de la población y se trabajará con jóvenes en talleres de aprovechamiento de tiempo libre con la artesanía macramé, para esto utilizaremos gran parte de los desechos de material que queden luego de la fabricación.

También se le contribuye al municipio, departamento y nación mediante el pago de impuestos tales como, licencias de funcionamiento, impuestos de renta e industria y comercio.

6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Tras analizar la información disponible acerca de los posibles impactos ambientales que tendría el desarrollo del proyecto, se llega a la conclusión que el proyecto propuesto está diseñado para cumplir con las pautas en materia de medio ambiente, salud y seguridad, así como son los requisitos establecidos por las entidades locales y nacionales y que aparentemente no se considera ningún tipo de riesgo en cuanto a posible daño al medio ambiente.

6.2.1 Matriz de evaluación de impactos.

Cuadro 52. Matriz de impactos

ASPECTO AMBIENTAL	RECURSO												POLITICA DE MITIGACION DEL IMPACTO AMBIENTAL	
	AIRE			AGUA			SUELO			MANEJO DESECHOS				
	B	M	A	B	M	A	B	M	A	B	M	A		
Consumo de energia		X				X		X					X	Programa ahorro y uso eficiente de energia
Consumo de papel			X		X				X		X			Implementacion de una campaña "Reduce y haras un buen papel"
Generacion de residuos solidos		X				X			X				X	Implementacio "Progama manejo de residuos solidos"
Generacion de residuos especiales, cartuchos de tintas de impresoras, CDS, lamparas fluorescentes.						X		X					X	Implementacio "Manejo integral de residuos solidos"
Consumo de agua						X							X	Programa control de calidad, ahorro y uso eficiente del agua
Generacion de residuos especiales: solventes para la limpieza, espumas	X					X		X					X	Programa manejo integral de residuos peligrosos
Generacion de residuos solidos (Monitores, CPU, partes inservibles de la computadora)									X				X	Aplicación de programa post consumo de computadores y perifericos y/o partes inservibles
Generacion de residuos (volantes y Vallas)						X		X					X	Implementacio "Progama manejo de residuos solidos"
Generacion de ruidos (altos)						X		X					X	Implementacion campaña niveles de ruido
Pesaje de materia prima, descargue, separacion y clasificacion	X					X							X	Revision tecnicomecanica de los vehiculos, analisis y disminucion del ruido ambiental

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

Además de esto se implementará dentro de la organización programas como:

- Ahorro y uso eficiente de energía
- Reduce y harás un buen papel
- Manejo de residuos solidos
- Control de calidad, ahorro y uso eficiente de agua.
- Programa post consumo de computadores y o partes inservibles

6.3 EVALUACIÓN FINANCIERA

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

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

TO: Tasa oportunidad

TES. Título de tesorería de 5 años del Banco de la Republica

TES: Títulos de tesorería a 5 años del Banco de la República= 5.106

AÑO 2.016	6.62%
AÑO 2.015	5.23%
AÑO 2.014	5.12%
AÑO 2.013	5.28%
AÑO 2.012	3.28% ⁴⁴

TR: Tasa de riesgo= 10%

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

$$TO = ((1 + 0.051) (1 + 0.1))^{-1} \times 100 = 15.61\%$$

⁴⁴ Banco de la Republica. Tes. [en línea]. [Citado 12 abril 2017]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/tes>

Debe existir una relación de:

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

RP:	Porcentaje de recursos propios	65,27%
TO:	Tasa oportunidad calculada	15.61%
RC:	Porcentaje de recursos del crédito	34,73%
TI:	Tasa de Interés del crédito	33.39%
%IMP:	Porcentaje de impuesto de renta.	33%

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

$$\text{TMAR} = (0.1561 \times 0.6527) + (0.3473 \times 0.3339 \times (1 - 0.33)) = 17.95\%$$

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

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

Inflación de 2.016 fue de 5,75%, según fuente revista dinero a cierre de 2.016⁴⁵

$$\text{TMAR Deflactada} = ((1 + 0.1795) / (1 + 0.0575) - 1) \times 100 = 15.53 \%$$

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

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

⁴⁵ Dinero. La inflación del 2016 cerro 5.75%. Tes. [en línea]. [Citado 12 abril 2017]. Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-colombia-2016/240638>

Cuadro 53. VPN

AÑO	FLUJO ESPERADO	TASA DE DESCUENTO	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL
Año 0	\$ -56.074.205	8,19%	1,000000	\$ -56.074.205
Año 1	\$ 3.396.461	8,19%	0,924286	\$ 3.139.301
Año 2	\$ 24.208.245	8,19%	0,854304	\$ 20.681.201
Año 3	\$ 29.957.554	8,19%	0,789621	\$ 23.655.111
Año 4	\$ 35.929.508	8,19%	0,729835	\$ 26.222.623
Año 5	\$ 42.113.596	8,19%	0,674576	\$ 28.408.834
VALOR PRESENTE ANUAL				\$ 46.032.866

El VPN de \$46.032.866, al ser superior a cero (0), se concluye que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha.

6.3.2 Tasa Interna Retorno TIR. Corresponde al valor monetario que resulta de restar la suma de flujos netos descontados a la inversión, mide el rendimiento del proyecto frente a la inversión con respecto a las variables económicas y financieras del mercado, con una tasa mínima atractiva de retorno.

Esta tasa se obtiene a través de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$A = [FC1 / (1+i)^1] + [FC2 / (1+i)^2] + \dots + [FC5 / (1+i)^5]$$

A= Inversión inicial

FC: flujos de caja

n: número de años (1,2,...5)

i: tasa interna de retorno (TIR)

La TIR de este proyecto, tomando los datos de la tabla anterior, es de 28,88%.

Cuadro 54. TIR

Año 0	\$ -56.074.205
Año 1	\$ 3.396.461
Año 2	\$ 24.208.245
Año 3	\$ 29.957.554
Año 4	\$ 35.929.508
Año 5	\$ 42.113.596
TIR	28,88%

6.3.3. Período de recuperación.

Cuadro 55. Periodo de recuperación

AÑO		FLUJO ESPERADO	PERIODO DE RECUPERACION
Año	0	\$ -56.074.205	\$ -56.074.205
Año	1	\$ 3.396.461	\$ -52.677.743
Año	2	\$ 24.208.245	\$ -28.469.498
Año	3	\$ 29.957.554	\$ 1.488.056
Año	4	\$ 35.929.508	\$ 37.417.563
Año	5	\$ 42.113.596	\$ 79.531.160
PERIODO DE RECUPERACION			3

Se observa que la recuperación de la inversión es de 2,95 años y que el tiempo exacto de recuperación es el que se muestra a continuación:

Cuadro 56. Recuperación de la inversión

Años	Meses	Días
2	12 x 0,95	
2	11,40	
2	11	30 x 0,40
2	11	12

Luego se puede decir que el periodo de recuperación exacto es 2 años, 11 meses y 12 días.

6.3.4 Análisis de las Razones Financieras. Se analizan a continuación las razones financieras de liquidez, endeudamiento y rentabilidad para el primer año de la empresa MADEJA STORE según el anterior Balance General.

Dentro de los indicadores financieros que representan con mayor claridad la realidad financiera de la empresa, se tienen los indicadores de liquidez, endeudamiento, actividad y rendimiento, registrando a continuación los más relevantes de cada clasificación:

Razón corriente:

Trata de verificar las disponibilidades de la empresa, a corto plazo, para afrontar sus compromisos, también a corto plazo.

$$RAZON\ CORRIENTE = \frac{ACTIVO\ CORRIENTE}{PASIVO\ CORRIENTE}$$

$$RAZON\ CORRIENTE = \frac{\$ 50.538.623}{\$ 6.243.620}$$

$$RAZON\ CORRIENTE = 8.1\ VECES$$

Cuadro 56. Razón corriente.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL ACTIVO CTE	\$ 50.538.623	\$ 67.239.710	\$ 89.696.820	\$ 118.132.934	\$ 152.760.539
TOTAL PASIVO CTE	\$ 6.243.620	\$ 10.137.617	\$ 14.553.143	\$ 19.625.405	\$ 16.782.661
	8,1	6,6	6,2	6,0	9,1

Se concluye que la empresa por cada peso que debe tiene 8.1 pesos para pagar o respaldar la deuda.

Nivel de endeudamiento:

Este indicador establece el porcentaje de participación de los acreedores dentro de la empresa, que para este caso sería la DIAN y Banco Bogotá, tomando solo la entidad financiera.

$$NIVEL\ DE\ ENDEUDAMIENTO = \frac{TOTAL\ PASIVO\ CON\ TERCEROS}{TOTAL\ ACTIVO}$$

$$NIVEL\ DE\ ENDEUDAMIENTO = \frac{\$ 21.407.813}{\$ 64.547.047}$$

$$NIVEL\ DE\ ENDEUDAMIENTO = 33.2\%$$

Cuadro 57. Nivel de endeudamiento

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVOS TOTALES	\$ 21.407.813	\$ 21.615.114	\$ 21.112.925	\$ 19.625.405	\$ 16.782.661
ACTIVO TOTAL	\$ 64.547.047	\$ 77.851.674	\$ 96.912.322	\$ 121.951.975	\$ 153.183.119
	33,2	27,8	21,8	16,1	11,0

Se concluye que la participación de los acreedores en este caso Banco de Bogotá es del 33.2%.

Margen Neto de utilidad.

Este indicador, sirve para medir la efectividad de la administración al convertir las ventas o ingresos en utilidades.

$$MARGEN NETO DE UTILIDAD = \frac{UTILIDAD OPERACIONAL}{VENTAS}$$

$$MARGEN NETO DE UTILIDAD = \frac{\$ 7.065.030}{\$ 167.857.151}$$

$$MARGEN NETO DE UTILIDAD = 4.2\%$$

Cuadro 58. Margen neto de utilidad

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 7.065.030	\$ 13.097.325	\$ 19.562.838	\$ 26.527.173	\$ 34.073.888
VENTAS	\$ 167.857.151	\$ 176.250.008	\$ 185.062.509	\$ 194.315.634	\$ 204.031.416
	4,2	7,4	10,6	13,7	16,7

Se concluye que la utilidad bruta obtenida luego de descontar los costos de ventas serán de 4.2% en el primer año.

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para proyectar el punto de equilibrio se toman los costos fijos y variables, y las ventas del primer año, y se aplica la siguiente fórmula:

UNIDADES:

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTOS FIJO}{(PRECIO DE VENTA - COSTO VARIABLE UNITARIO)}$$

Cuadro 59. Calculo de punto de equilibrio en unidades

CINTURON		SANDALIAS	
COSTO FIJO	69.818.240	COSTO FIJO	49.012.614
PRECIO VENTA UNITARIO	59.253	PRECIO VENTA UNITARIO	64.117
COSTO VARIABLE UNITARIO	8.927	COSTO VARIABLE UNITARIO	15.627
	1.387		1.011

De acuerdo con la proyección del punto de equilibrio arrojado es de 1.387 cinturones y 1.011 pares de sandalias, esto quiere decir que se requiere vender esas cantidades de cinturones y sandalias para que los ingresos sean igual a los costos por lo tanto a partir de la venta de 1388 cinturones recién se estaría empezando a generar utilidades mientras que la venta de 1387 cinturones o menos significaría perdidas de igual manera pasaría con la sandalia.

VALORES:

$$PUNTO DE EQUILIBRIO = \frac{COSTOS FIJOS}{(1 - (COSTOS VARIABLES/VENTAS TOTALES))}$$

Cuadro 60. Calculo punto de equilibrio en valores.

CINTURON

COSTO FIJOS	71.157.794
COSTOS VARIABLES	14.038.171
VENTAS TOTALES	94.662.184
	\$ 83.547.717

SANDALIA

COSTO FIJOS	50.016.542
COSTOS VARIABLES	18.202.410
VENTAS TOTALES	75.798.836
	\$ 65.823.454

De acuerdo con la proyección del punto de equilibrio se deberá vender \$83.547.717 en cinturones y \$65.823.454 en sandalias para que las ganancias y/o pérdidas de la empresa sean cero.

Figura 11. Punto de equilibrio cinturones unidades

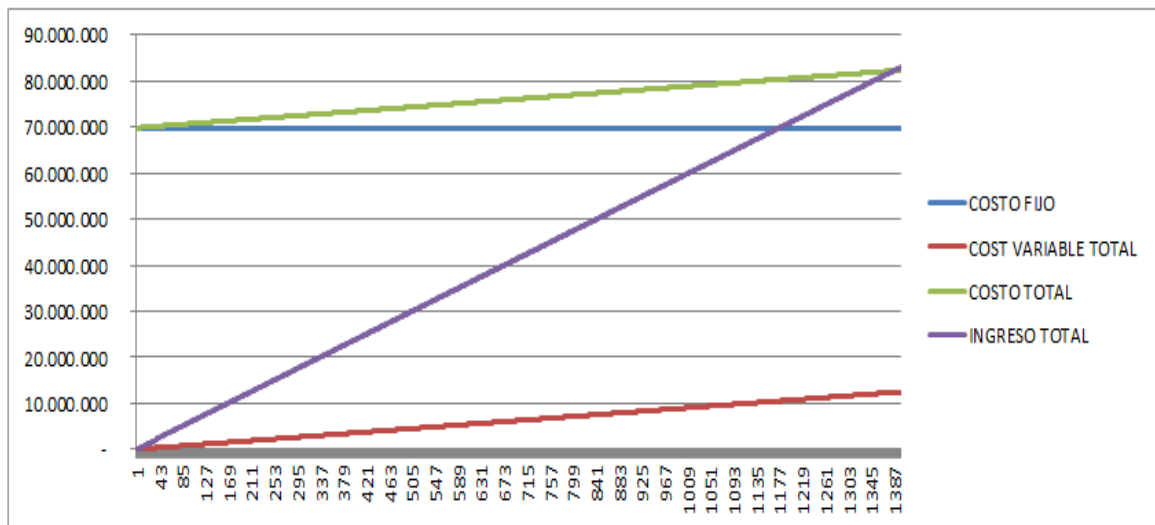
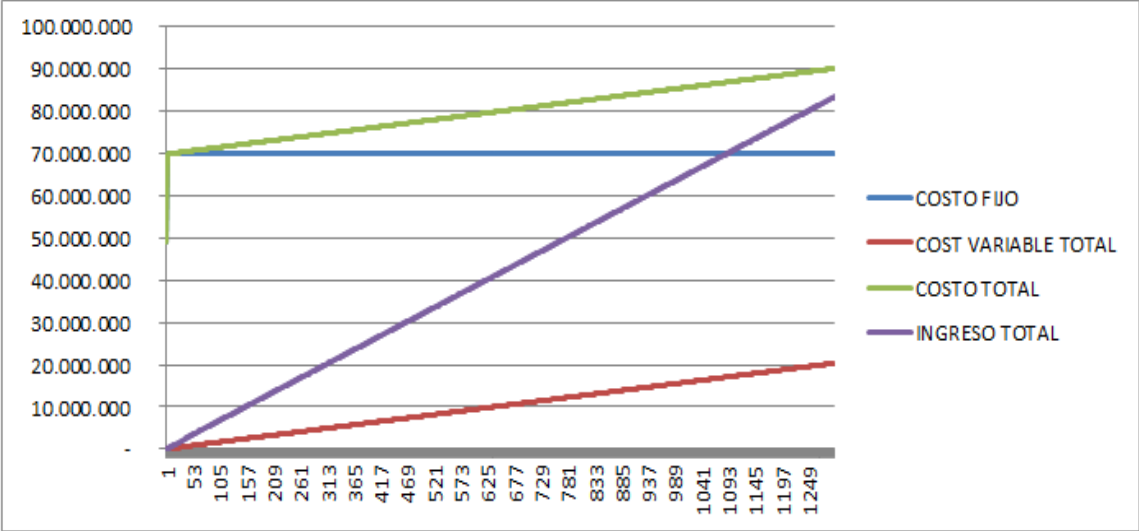


Figura 12. Punto de equilibrio sandalias unidades



7. CONCLUSIONES

Al realizar cada uno de los estudios descritos en el siguiente proyecto se vislumbra la factibilidad de crear una empresa que fabrique y comercialice cinturones y sandalias en tejido macramé en el municipio de San Alberto Cesar, pues se ofrecen productos que actualmente tienen una demanda insatisfecha, además de ser fuente de empleo para la población.

Según la investigación de mercados realizada por medio de la encuesta a la muestra poblacional de mujeres en edades entre los 15 y 50 años del Municipio de San Alberto Cesar, donde los cinturones y sandalias en tejido macramé no son comercializados y poco conocidos se obtiene que un 85% de las encuestadas compraría cinturones y sandalias en macramé luego de observar los diseños, evidenciando una demanda de 8.932 unidades de sandalias y 10.087 cinturones, con esto se logra establecer que el proyecto es viable desde el punto de vista de mercados.

Mediante el estudio técnico se corrobora que existen los recursos físicos y humanos necesarios para la fabricación de las sandalias y cinturones en tejido macramé en el municipio de San Alberto Cesar, donde se establece una capacidad diseñada de producción de 7.488 cinturones y 4.992 sandalias, una capacidad instalada de 2.246 cinturones y 1.664 sandalias anuales y una capacidad utilizada de 1.572 cinturones y 1.165 sandalias.

La empresa será constituida como una sociedad por acciones simplificada con una inversión total de \$ 56.074.205, contará con un organigrama integrado por tres cargos incluyendo una persona por prestación de servicios, logrando definir los perfiles y funciones para cada cargo de acuerdo a las normas laborales legales establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo y demás de acuerdo al estudio administrativo.

De acuerdo a la evaluación financiera se estableció un Valor Presente Neto de \$46.032.866, una tasa de oportunidad del 8.19% y una Tasa Interna de Retorno del 28.88%, con una recuperación de la inversión en el tercer año de operaciones, tiempo considerado a corto plazo según el monto de la inversión.

De acuerdo con la proyección del punto de equilibrio se deberá vender 1.387 cinturones y 1.011 sandalias, que en valores será \$83.547.717 en cinturones y \$65.823.454 en sandalias para que las ganancias y/o pérdidas de la empresa

sean cero.

8. RECOMENDACIONES

La viabilidad del proyecto para la creación de la empresa MADEJA STORE S.A.S está condicionada a la demanda del servicio, por lo tanto, se hace esencialmente énfasis en el desarrollo de una publicidad, que le permita al cliente conocer, visualizar y crear la necesidad de utilizar artículos artesanales como las sandalias y cinturones en tejido macramé, con el propósito de que los soliciten.

El éxito de este proyecto depende de la excelente gestión, para asegurar el cumplimiento del 100% del pronóstico de ventas en los primeros cinco años de funcionamiento, por lo tanto, se recomienda un nombramiento adecuado de los cargos, cumpliendo con los perfiles detallados en este documento.

También se recomienda participar de las ferias artesanales a nivel nacional para conocer las nuevas tendencias y continuar con la innovación del producto y así darse a conocer en el país para futuras alianzas y contrataciones.

Incursionar en el mundo de las ventas por internet, ofreciendo medios de pago electrónicos, facilidades en el envío de los productos, ofertas especiales y aplicativos interactivos para los clientes.

La atención especializada y el excelente servicio al cliente debe ser la mejor manera de hacer publicidad, de tal forma que el cliente satisfecho regrese con nuevos clientes.

La empresa y sus trabajadores deben estar en mejora continua en cada uno de sus procedimientos, desde la producción hasta la comercialización para ofrecer los productos.

Mantener la integración y motivación de los trabajadores por el trabajo en equipo en la búsqueda de objetivos comunes y no individuales.

Es importante establecer un procedimiento para la gestión de abastecimiento, que garantice la calidad del producto y mejore los costos, así como también la puntualidad en la entrega y el cumplimiento en las cantidades solicitadas.

Este estudio de factibilidad es una orientación de los pasos que se deben seguir para la creación y puesta en marcha de la empresa, por lo tanto, se recomienda desarrollarlo bajo estas condiciones y estimativos presentes en este documento.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía de San Alberto-Cesar. [sitio web]. Información General. Historia. [Citado 10 marzo 2016]. Disponible en: http://www.sanalberto-cesar.gov.co/informacion_general.shtml

Alcaldía de San Alberto-Cesar. [sitio web]. Información General. Geografía. [Citado 10 marzo 2016]. Disponible en: http://www.sanalberto-cesar.gov.co/informacion_general.shtml

Alcaldía de San Alberto-Cesar. [sitio web]. Información General. Economía. [Citado 10 marzo 2016]. Disponible en: http://www.sanalberto-cesar.gov.co/informacion_general.shtml

Alcaldía de San Alberto-Cesar. Programa de gobierno de Pedro Rafael Guevara Chogó 2016-2019. Población. [en línea]. [Citado 10 mayo 2016]. Disponible en: <http://www.sanalberto-cesar.gov.co/apc-aa-files/37383462323735353661613438633031/programa-de-gobierno-de-pedro-rafael-guevara-chogo.pdf>

Banco de la Republica. Tés. [en línea]. [Citado 12 abril 2017]. Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/tes>

Centro de Desarrollo Empresarial. Artesanías Colombianas, con oportunidades en 20 mercados. [En línea]. [Citado 8 abril 2016]. Revista Latinpymes. Disponible en: <http://www.latinpyme.com.co/articulo/3892>

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 1753 (3, agosto, 1994). por el cual se reglamentan parcialmente los Títulos VIII y XII de la Ley 99 de 1993 sobre licencias ambientales. En: Diario Oficial. Agosto, 1994. Nro. 41427.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 2811 (18, diciembre, 1974). Por el cual se dicta el Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente. En: Diario Oficial. Diciembre, 1974. Nro. 34243

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 410 (27, marzo, 1971). Por el cual se expide el Código de Comercio. En: Diario Oficial. Junio,1971. Nro. 33.339.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 100. Art.22 (23, diciembre, 1993). Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Diciembre, 1993. Nro. 41148.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1010 (23, enero, 2006). Por medio de la cual se adoptan medidas para prevenir, corregir y sancionar el acoso laboral y otros hostigamientos en el marco de las relaciones de trabajo. En: Diario Oficial. Enero, 2006. Nro. 46.160

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1014 (26, enero, 2006). De fomento a la cultura del emprendimiento En: Diario Oficial. Enero, 2006. Nro. 46.164.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1429 (29, diciembre, 2010). Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo. En: Diario Oficial. Diciembre, 2010. Nro. 47937.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 1562 (11, julio, 2012). Por la cual se modifica el Sistema de Riesgos Laborales y se dictan otras disposiciones en materia de Salud Ocupacional. En: Diario Oficial. Julio, 2012. Nro. 48488.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 232 (26, diciembre, 1995). "Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales. En: Diario Oficial. Diciembre,1995. Nro. 42162

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 2663 (5, agosto, 1950). Sobre Código Sustantivo del Trabajo. En: Diario Oficial. Septiembre, 1950. Nro. 27407.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 373 (6, junio, 1997). por la cual se establece el programa para el uso eficiente y ahorro del agua. En: Diario Oficial. Junio,1997. Nro. 43.058

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 769 (6, agosto, 2002). Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Agosto, 2002. Nro. 44893.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 789 (27, diciembre, 2002). Por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo. En: Diario Oficial. Diciembre, 2002. Nro. 45.046.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 797 (29, enero, 2003). Por la cual se reforman algunas disposiciones del sistema general de pensiones previsto en la Ley 100 de 1993 y se adoptan disposiciones sobre los Regímenes Pensionales exceptuados y especiales. En: Diario Oficial. Enero, 2003. Nro. 45.079

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 99. Art.5 (22, diciembre, 1993). Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA, y se dictan otras disposiciones. En: Diario Oficial. Diciembre, 1993. Nro. 41146.

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Resolución 161. (2, agosto, 1995). Por la cual se establecen unos parámetros y fijan unos límites y valores para la revisión técnico - mecánica de vehículos.

COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Artesanías de Colombia. Censo económico nacional: sector artesanal. 1998. [En línea]. [Citado 8 abril 2016]. Disponible en: <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co//handle/001/2322>

COLOMBIA. MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. Artesanías de Colombia. Listado General de Oficios Artesanales. 1989. En línea. Citado 8 junio 2017. Disponible en: <http://www.artesantiasdecolombia.com.co:8080/trazaartesanal/documentos/artesantias-colombia-listado-oficios.pdf>

COLOMBIA TURISMO WEB. Sitio web. Información. Citado 9 junio 2017. Disponible en: <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/CESAR/MUNICIPIOS/SAN%20ALBERTO/SAN%20ALBERTO.htm>

CORRADINE MORA, María Gabriela. El macramé en galón de seda de Duitama-Boyacá. Artesanías de Colombia. 2010 [En línea]. [Citado 10 abril 2016]. Disponible en: <http://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/1930/1/INST-D%202010.%2010.pdf>

Damodaran. Tasa de retorno. [en línea]. [Citado 12 abril 2017]. Disponible en: <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADISTICA. [Sitio web]. Bogotá: DANE. El censo 2005 deja ver una nueva realidad demográfica. Crecimiento de la población. [Citado 10 octubre 2015]. Disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/BoletinProyecciones.pdf>

DIAZ, Daniela. Las artesanías de Colombia. Demográfico. Blog. [En línea]. [Citado 10 abril 2016]. Disponible en: <http://lasaartesaniasdecolombia.blogspot.com.co/p/demografico.html>

Dinero. La inflación del 2016 cerro 5.75%. Tes. [en línea]. [Citado 12 abril 2017]. Disponible en: <http://www.dinero.com/economia/articulo/inflacion-en-colombia-2016/240638>

Gerencie.com. Nómina. [en línea]. [Citado 12 agosto 2016]. Disponible en: <http://www.gerencie.com/nomina.html>

La casa del artesano. La tradicional y ancestral técnica del macramé. [En línea]. [Citado el 8 marzo 2016]. Disponible en: <https://lacasadelartesano.wordpress.com/2015/09/04/la-tradicional-y-ancestral-tecnica-del-macrame/>

ProColombia. Las artesanías colombianas son admiradas desde Panamá hasta Nueva Zelanda. [En línea]. [Citado 8 abril 2016]. Revista Legiscomex. Disponible en: <http://www.legiscomex.com/BancoConocimiento/A/artesantias-colombianas-admiradas-mundo-abr-05-16-2not/artesantias-colombianas-admiradas-mundo-abr-05-16-2not.asp?Codidioma=EN>

Pymes y Autónomos. Blog. ¿Distribución directa o indirecta? [en línea]. [Citado 10 marzo 2017]. Disponible en: <https://www.pymesyautonomos.com/management/distribucion-directa-o-indirecta>

Revista Perspectiva. Distribución directa o indirecta. [en línea]. [Citado 12 marzo 2017]. Disponible en: <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/distribucion-idirecta-o-indirecta>.

Wikipedia: la enciclopedia libre. Control de calidad. [En línea]. [Citado el 8 de marzo 2016]. Disponible en: https://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_calidad

Wikipedia: la enciclopedia libre. Macramé. [En línea]. [Citado el 2 marzo 2016]. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Macram%C3%A9>

ANEXOS

ANEXO A. Formato de encuesta.



INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL
Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
UNIVERSIDAD INDUSTRIAL SANTANDER
PROFESIONAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL



Encuesta dirigida a: Población femenina

Por favor diligenciar este formato de la manera más objetiva posible, informando de antemano que los datos en ella registrados son de estricta confidencialidad, siendo el encuestador el absoluto responsable de la aplicación de esta encuesta y su trascendencia.

Pregunta 1. ¿Usted utiliza sandalias a la hora de vestir?

SI	
NO	
AVECES	

Pregunta 2. ¿Usted utiliza cinturones a la hora de vestir?

SI	
NO	
AVECES	

Pregunta 3. ¿Qué tipo de material elige al comprar cinturones?

CUERO	
CUERINA	
ARTESANAL	
OTRO	

Pregunta 4. ¿Qué tipo de material elige al comprar sandalias?

CUERO	
CUERINA	
ARTESANAL	
OTRO	

Pregunta 5. ¿Con que frecuencia compra usted sandalias?

MENSUAL	
TRIMESTRAL	
SEMESTRAL	
ANUAL	

Pregunta 6. ¿Con que frecuencia compra usted cinturones?

MENSUAL	
TRIMESTRAL	
SEMESTRAL	
ANUAL	

Pregunta 7. ¿Cuántas unidades de sandalias compra cada vez que lo hace?

SOLO 1	
SOLO 2	
SOLO 3	
SOLO 4	

Pregunta 8. ¿Cuántas unidades de cinturones compra cada vez que lo hace?

SOLO 1	
SOLO 2	
SOLO 3	
SOLO 4	

Pregunta 9. ¿Cuánto pago la última vez por un par de sandalias? Por favor definir valor en uno de los rangos.

ENTRE \$30.000- \$50.000	
ENTRE \$50.000 - \$80.000	
ENTRE \$80.000 - \$100.000	
MAS DE \$100.000	

Pregunta 10. ¿Cuánto pago la última vez por un cinturón?

ENTRE \$20.000- \$30.000	
ENTRE \$35.000 - \$45.000	
ENTRE \$40.000 - \$70.000	
ENTRE \$70.000 - \$80.000	

Pregunta 11. ¿Cuál es canal por donde compra estos productos? Escoja 1

LOCAL COMERCIAL	
CATALOGO	
VENTA DIRECTA	
OTRO. CUAL	

Pregunta 12. ¿Seleccione una característica a la hora de comprar los productos mencionados?

DISEÑO	
SOLOR	
PRECIO	
CALIDAD	
OTRA. CUAL	

Pregunta 13. ¿Conoce usted la técnica artesanal macramé?

SI	
NO	

Pregunta 14. ¿Compraría usted sandalias y cinturones en macramé luego de mirar el diseño?

SI	
NO	

Pregunta 15. ¿Compraría usted un par de sandalias en macramé en un costo promedio de \$80.000?

Muy probablemente	
Probablemente	
Es poco probable	
Nada	

Pregunta 16. ¿Compraría usted un cinturón en macramé en un costo promedio de \$40.000?

Muy probablemente	
Probablemente	
Es poco probable	
Nada	

Pregunta 17. ¿A través de que medio publicitario le gustaría enterarse de la venta de estos productos?

WhatsApp	
Facebook	
Radio	
Instagram	
Emisora	
Catalogo	

COTIZACIONES

Proveedor HOMECENTER BUCARAMANGA



Karson
Silla de Escritorio con
Brazos Negra

SKU: 258548

Precio normal:

\$94.900 Unidad



Mabe
Dispensador y Enfriador de
Agua de Mesa

SKU: 310387

Precio normal:

\$196.900 UND



Samurai
Ventilador Turbo Silence
Compact 2 En1 Azul
SKU: 302953

Precio normal:

\$119.900 UND



Estantería Metálica Liviana
de 5 Niveles
SKU: 124822

Precio normal:

\$133.900 .



Asenti Escritorio en Metal y Vidrio Tripoli 3 Cajones ...

SKU: 281066

Precio normal:

\$399.900 UND



\$ 51.900 Unidad

Acumulas: 51 CMR Puntos

Cantidad

1 +
-

Agregar al carro

[Agregar a mi lista](#)

Calcula el valor de tu cuota CMR

N° de cuotas

Valor de la cuota

1

\$ 51.900

MÉTODOS DE ENVÍO Y RETIRO

Envío a domicilio

[Ver opciones](#)

Retira tu compra en tienda

[Ver opciones](#)

Disponibilidad en tiendas

No disponible



Redline
Extintor Multiproposito 10lb
ABC

SKU: 163819

Precio normal:

\$50.900 UND



Redline
Set 3 Tijeras Acero
Inoxidable

SKU: 165538

Precio normal:

\$15.900 UND



Autostyle
Botiquin Reglamentario 11
elementos

SKU: 225669

Precio normal:

\$24.900 .

PROVEEDOR: Systore Colombia. Disponible en:
http://www.systorecolombia.com/precios/mostrar_productos.php?id_categorias=51



IMPRESORA HP COLOR
LASERJET PRO
CP1025NW(CE918A) RED Y
WIFI \$540.000



COMPUTADOR ACER ASPIRE
AXC 780 CORE I5 8GB 1TB
19.5 LINUX \$1.690.000