

**FACTIBILIDAD PARA EL DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UNA LÍNEA DE  
SANDALIAS PARA DAMA CON MATERIALES BIODEGRADABLES Y  
RECICLABLES EN LA FABRICA “FLORIFE” EN LA CIUDAD DE  
BUCARAMANGA”**

**LEYDI CAROLINA VERGEL NIÑO  
SILVIA CAROLINA RUEDA GALVIS**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2014**

**FACTIBILIDAD PARA EL DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UNA LÍNEA DE SANDALIAS PARA DAMA CON MATERIALES BIODEGRADABLES Y RECICLABLES EN LA FABRICA “FLORIFE” EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA”**

**LEYDI CAROLINA VERGEL NIÑO  
SILVIA CAROLINA RUEDA GALVIS**

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

**Directora:  
Ing. HILDEGARD SARMIENTO KLAPPER**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCION REGIONAL Y EDUCACION A DISTANCIA  
GESTION EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2014**

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	17
1. GENERALIDADES	18
1.1 PANORAMA DEL SECTOR	18
1.1.1 Historia del Calzado de Damas	18
1.1.2 Producción y Tendencias Nacional del Calzado	21
1.1.3 Evolución e Innovación de calzado a nivel Mundial	22
1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO	28
1.3 ASPECTOS LEGALES	29
2. ESTUDIO DE MERCADOS	31
2.1 OBJETIVOS	31
2.1.1 Objetivo General	31
2.1.2 Objetivos Específicos	31
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO	31
2.2.1 Definición, Usos y Especificaciones	31
2.2.2 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	35
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	36
2.3.1 Mercado Potencial	36
2.3.2 Mercado Objetivo	36
2.4 INVESTIGACION DE MERCADOS	36
2.4.1 La Demanda	36
2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	41
2.4.3 Estimación de la demanda	62
2.5 OFERTA O COMPETENCIA	65
2.5.1 Necesidades de Información	65
2.5.2 Ficha Técnica de la Oferta	65
2.5.3 Resultados del trabajo de campo	66
2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia	67
2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	68
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION	68
2.7.1 Estructura de canales actuales	69
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales	69
2.7.3 Selección de los canales de comercialización	69
2.8 PRECIO	70
2.8.1 Análisis de Precio de la Competencia	70
2.8.2 Estrategias de fijación de precios	70
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	71
2.9.1 Objetivos	71

2.9.2 Logotipo	72
2.9.3. Eslogan	72
2.9.4 Análisis de medios	72
2.9.5 Selección de medios	74
2.9.6 Estrategias Publicitarias	74
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.	75
3. ESTUDIO TÉCNICO	77
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	77
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto	77
3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto	77
3.1.3 Capacidad del proyecto	78
3.2 LOCALIZACIÓN	80
3.2.1 Macro localización	80
3.2.2 Micro localización	81
3.2.3 Selección de Factores	81
3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO	85
3.3.1 Ficha técnica del producto	86
3.3.2 Descripción técnica del proceso	86
3.3.3 Diagramas de operación, proceso y procedimiento.	88
3.3.4 Control de calidad	92
3.3.5 Recursos	92
3.3.6 Análisis de Proveedores	96
3.3.7 Distribución de planta	98
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	100
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	100
4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL	100
4.2.1. Visión	100
4.2.2. Misión	100
4.2.3 Objetivos	101
4.2.4 Políticas	101
4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	102
4.3.1 Organigrama	102
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	103
4.3.3 Estructura Salarial	107
5. ESTUDIO FINANCIERO.	110
5.1 INVERSIONES	110
5.1.1 Inversión Fija	110
5.1.3 Inversión de capital de trabajo	111
5.1.4. Inversión Total.	119

5.2 COSTOS	120
5.2.1 Costos Fijos	120
5.2.2 Costos Variables	120
5.2.3 Costos Totales unitarios	121
5.3 PRECIO DE VENTA	121
5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS	121
5.4.1 Ingresos	121
5.4.2 Egresos	122
5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	122
5.5.1 Estado de resultados proyectado a 5 años	123
5.5.2 Flujo de Caja Proyectado	123
5.5.3 Balance general inicial y proyectado	124
6. EVALUACION DEL PROYECTO	126
6.1 EVALUACIÓN SOCIAL	126
6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL	129
6.3 EVALUACION FINANCIERA	131
6.3.1 Valor Presente Neto	131
6.3.2 Tasa Interna de Retorno	132
6.3.3 Periodo de Recuperación	132
6.3.4 Calculo de razones financieras	133
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	134
7. CONCLUSIONES	135
8. RECOMENDACIONES	136
BIBLIOGRAFIA	137
ANEXOS	139

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Diseño Sandalia Ref. 001	34
Figura 2. Diseño Sandalia Ref. 002	34
Figura 3. Diseño Sandalia Ref. 003	35
Figura 4. Plano de Ubicación.	85
Figura 5. Distribucion de la planta	99
Figura 6. Punto de equilibrio.	134

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Grafico 1. Participación en el mercado en Santander	37
Grafico 2. Participación en el mercado	38
Grafico 3. Compra de zapatos en cuero	41
Grafico 4. Razón principal de no compra de Zapatos en Cuero	42
Grafico 5. Colores de preferencia para adquirir calzado.	43
Grafico 6. Tipo de calzado en Cuero que usa con mayor frecuencia.	44
Grafico 7. Usa sandalias en cuero	45
Grafico 8. Sitios de preferencia a la hora de comprar calzado.	46
Grafico 9. Diseños de preferencia	47
Grafico 10. Cantidad de consumo mensual	48
Grafico 11. Cantidad de consumo año.	49
Grafico 12. Preferencia de estilos	50
Grafico 13. Numeración en calzado más vendido	51
Grafico 14. Valor promedio por par de sandalias.	52
Grafico 15. Grado de Satisfacción	53
Grafico 16. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Alto)	54
Grafico 17. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Bajo)	55
Grafico 18. Almacenes de preferencia	56
Grafico 19. Conocimiento de sandalias fabricadas en Cuero Biodegradable.	57
Grafico 20. Aceptación de la nueva sandalia con materiales reciclables y Biodegradables.	58
Grafico 21. Color de preferencia	59
Grafico 22. Precio promedio dispuesto a pagar por la sandalia en cuero biodegradable.	60
Grafico 23. Diseño de mayor preferencia	61
Grafico 24. Consumo Promedio	62
Grafico 25. Distribución actual Floripe	68
Grafico 26. Canal de comercialización directo	69
Grafico 27. Canales de comercialización	70
Grafico 28. Estrategia para Fijación de Precio.	70
Grafico 29. Logotipo	72
Grafico 30. Diagrama económico	132

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Ficha Técnica	40
Cuadro 2. Compra de zapatos en cuero	41
Cuadro 3. Razón principal de no compra de Zapatos en Cuero	42
Cuadro 4. Colores de preferencia para adquirir calzado	43
Cuadro 5. Tipo de calzado en Cuero que usa con mayor frecuencia	44
Cuadro 6. Usa sandalias en cuero	45
Cuadro 7. Sitios de preferencia a la hora de comprar calzado.	46
Cuadro 8. Diseños de Preferencia	47
Cuadro 9. Cantidad de veces que compra sandalias al año	48
Cuadro 10. Cantidad de pares de sandalia que compra en un año	49
Cuadro 11. Preferencia de estilos	50
Cuadro 12. Numeración en calzado más vendido	51
Cuadro 13. Valor promedio por par de sandalias.	52
Cuadro 14. Grado de Satisfacción	53
Cuadro 15. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Alto)	54
Cuadro 16. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Bajo)	55
Cuadro 17. Almacenes de preferencia	56
Cuadro 18. Conocimiento de sandalias fabricadas en Cuero Biodegradable.	57
Cuadro 19. Aceptación de la nueva sandalia con materiales reciclables y Biodegradables.	57
Cuadro 20. Color de preferencia	59
Cuadro 21. Precio promedio dispuesto a pagar por la sandalia en cuero biodegradable.	60
Cuadro 22. Diseño de mayor preferencia	61
Cuadro 23. Consumo promedio	62
Cuadro 24. Proyección de Mujeres que Demandan Sandalias Biodegradables y reciclables.	64
Cuadro 25. Ficha Técnica de la Oferta	66
Cuadro 26. Publicidad de lanzamiento	75
Cuadro 27. Publicidad de Operación	76
Cuadro 28. Capacidad total diseñada Actual de Zapatilla Floripe	78
Cuadro 29. Capacidad Instalada Actual de Zapatilla Floripe	79
Cuadro 30. Pronóstico de Ventas y Producción de zapatilla FLORIFE 2012 y 2013	79
Cuadro 31. Capacidad Utilizada Sandalia Biodegradable y Reciclable	80
Cuadro 32. Capacidad utilizada y proyectada Sandalia Biodegradable y Reciclable	80
Cuadro 33. Factores de ponderación	82
Cuadro 34. Costo de Arriendo	82

Cuadro 35. Servicios públicos	82
Cuadro 36. Zonas de parqueo	83
Cuadro 37. Vías de acceso al sector	83
Cuadro 38. Acceso a transporte público.	83
Cuadro 39. Ubicación geográfica	83
Cuadro 40. Proximidad a proveedores	83
Cuadro 41. Asignación de puntos.	84
Cuadro 42. Calificación y puntaje de grados a factores	84
Cuadro 43. Ficha técnica de la sandalia Biodegradable y Reciclable	86
Cuadro 44. Recurso Humano	93
Cuadro 45. Muebles y enseres	93
Cuadro 46. Equipo de oficina	94
Cuadro 47. Maquinaria y Equipo	95
Cuadro 48. Recusos de Insumos	96
Cuadro 49. Análisis de Proveedores	97
Cuadro 50. Descripción del cargo de Gerente	103
Cuadro 51. Descripción del cargo Secretaria Auxiliar Contable	104
Cuadro 52. Descripción del cargo Contador	105
Cuadro 53. Descripción del cargo Supervisor	106
Cuadro 54. Descripción del cargo Asesor de Ventas	106
Cuadro 55. Descripción del cargo Operario	107
Cuadro 56. Asignación salarial mensual para cargo administrativo.	107
Cuadro 57. Asignación salarial mensual para el área operativa.	108
Cuadro 58. Porcentaje para el cálculo de prestaciones Sociales	108
Cuadro 59. Porcentaje para el cálculo de Seguridad Social	109
Cuadro 60. Porcentaje de cotización según "Factor de Riesgo"	109
Cuadro 61. Maquinaria y Equipo	110
Cuadro 62. Muebles y Enseres	110
Cuadro 63. Total Inversión Fija	111
Cuadro 64. Inversión Diferida	111
Cuadro 65. Costo de materias primas	112
Cuadro 66. Mano de Obra Directa	113
Cuadro 67. Mano de Obra Indirecta	113
Cuadro 68. Costos de Materiales Indirectos	114
Cuadro 69. Costo de insumo	114
Cuadro 70. Depreciaciones de maquinaria	115
Cuadro 71. Mantenimiento maquinaria y equipos	115
Cuadro 72. Seguros de Maquinaria y Equipos	115
Cuadro 73. Total costos indirectos de fabricación	116
Cuadro 74. Total costos de Producción	116
Cuadro 75. Gastos Nomina Administrativa	117
Cuadro 76. Depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina	117
Cuadro 77. Mantenimiento Administrativo	117
Cuadro 78. Seguros Administrativos	118
Cuadro 79. Total Gastos generales	118

Cuadro 80. Total Gastos de administración y ventas	119
Cuadro 81. Capital de trabajo	119
Cuadro 82. Inversion Total	119
Cuadro 83. Costos Fijos	120
Cuadro 84. Costos Variables	120
Cuadro 85. Costos Totales Unitarios	121
Cuadro 86. Precio de venta	121
Cuadro 87. Ingresos por ventas	122
Cuadro 88. Proyección costos de Producción	122
Cuadro 89. Proyección Gastos de Administración	122
Cuadro 90. Estado de Resultados Proyectado	123
Cuadro 91. Flujo de caja proyectado	124
Cuadro 92. Balance general inicial y proyectado	125
Cuadro 93. Matriz de evaluación de impactos y medidas de control	129

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. Encuesta	139

## RESUMEN

**TITULO:** FACTIBILIDAD PARA EL DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE UNA LÍNEA DE SANDALIAS PARA DAMA CON MATERIALES BIODEGRADABLES Y RECICLABLES EN LA FABRICA“FLORIPE” EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA\*\*

**AUTORAS:** Silvia Carolina Rueda Galvis, Leidy Carolina Vergel Niño\*\*

**PALABRAS CLAVES:** Biodegradables, Reciclables, Diseños, Ambiental.

### DESCRIPCION.

El presente proyecto tiene como objetivo evaluar la viabilidad de la implementación de una nueva línea de sandalias con materiales reciclables y biodegradables en la fábrica Floripe, enfocado hacia las mujeres de los estratos 5 y 6 con edades de 20 a 44 años, residentes en la ciudad de Bucaramanga.

Inicialmente el trabajo trata generalidades del sector del calzado, seguido de un estudio de mercados que permitió recoger información con respecto a: comportamientos, hábitos, necesidades, gustos, preferencias, nivel de aceptación y nivel de compra entre otros; esta información nos permite identificar que en Bucaramanga existe la oportunidad inmediata para incursionar en el mercado y poder entregar a las mujeres de estratos 5 y 6 un producto de alta calidad con diseños exclusivos que cuida sus pies y el medio ambiente.

En el estudio técnico se describe el tamaño del proyecto, definición de los procesos de producción y la distribución de la planta; En el estudio administrativo se hace referencia a la estructura legal de la empresa, el organigrama y el manual de funciones para cada puesto de trabajo y la respectiva asignación de salarios, en el estudio financiero se presenta las fuentes de recurso usadas para la puesta en marcha del proyecto y la necesidad de la inversión.

Se logra establecer la viabilidad desde el punto de vista social y ambiental ya que el proyecto pretende contribuir con la conservación del entorno mediante la utilización de sustancias biodegradables y reciclables mejorando el desempeño ambiental de la organización y con esto participar en nuevas oportunidades de negocios.

---

\* Trabajo de grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia Gestión Empresarial. Directora: Ing. Hildegard Sarmiento Klapper

## ABSTRACT

**TITLE:** FEASIBILITY FOR DESIGN AND PRODUCTION OF A LINE WITH SANDALS LADIES BIODEGRADABLE AND RECYCLABLE MATERIALS AT FACTORY "FLORIFE" IN THE BUCARAMANGA CITY "

**AUTHORS:** Silvia Rueda Carolina Galvis, Leidy Carolina Vergel\*\*

**KEYWORDS:** Biodegradable, Recyclable, Design, Environment.

### **DESCRIPTION.**

This project aims to assess the feasibility of implementing a new line of sandals with recyclable and biodegradable materials in the factory Florife focused towards women in strata 5 and 6 aged 20-44 years living in the city of Bucaramanga.

Initially, the work addresses generalities in the footwear sector, followed by a market research allowed to collect information regarding: behaviors, habits, needs, tastes, preferences, level of acceptance and purchase level among others; This information allows us to identify in Bucaramanga there is an immediate opportunity to enter the market and to deliver women from layers 5 and 6 of a high-quality designs with their feet and caring environment.

The technical study the size of the project, defining the processes of production and distribution plant described; In reference to the administrative study the legal structure of the company and the organizational manual functions for each job and the respective allocation of wages in the business study is the funding source used for the implementation is presented project and the need for investment.

Viability is successful in terms of social and environmental terms as the project aims to contribute to the conservation of the environment by using biodegradable and recyclable substances improving the environmental performance of the organization and participate in this new business opportunities

---

\* Degree work

\*\* Regional Institute Projection Distance Education and Business Management. Director: Ing Hildegard Sarmiento Klapper

## INTRODUCCION

El proyecto presenta la creación y puesta en marcha de una nueva línea de calzado con materiales reciclables y biodegradables. Una oportunidad empresarial innovadora que permita la generación de empleo, garantizando ingresos para los propietarios de la empresa. Floripe busca con su nueva línea de sandalias contribuir en la reducción de la contaminación ambiental.

El objetivo de la fábrica de calzado Floripe por medio del estudio de factibilidad es ampliar la cobertura comercial, y adquirir un reconocimiento social por la innovación e implementación de materiales que contribuyen al cuidado y mejoramiento del medio ambiente. Las fábricas de calzado siguen procesos tradicionales sin aplicar técnicas de renovación, e industrialización.

La ciudad no cuenta con empresas que ofrezcan Sandalias con materiales Biodegradables y reciclables dando esto una oportunidad inmediata para incursionar en el mercado y poder entregar a las mujeres de estratos 5 y 6 un producto de alta calidad con diseños exclusivos que cuida sus pies y el medio ambiente.

El estudio de mercados logra identificar como será recibido el nuevo producto, los canales que se van a usar para su venta, que valor agregado tiene para marcar la diferencia ante los demás productos, y el precio que se debe asignar buscando con esto la estrategia de posicionamiento en el mercado.

El estudio técnico permite hacer una delimitación del tamaño de la planta y define características como la localización, maquinaria y equipos, materias primas, mano de obra necesarias para la elaboración del producto.

En el estudio administrativo se muestra la planeación estratégica, los objetivos de la empresa la estructura salarial y las herramientas que tienen como finalidad posicionar en el mercado un producto tan novedoso de diferentes estilos y colores como lo es la sandalia biodegradable y reciclable de Floripe.

El estudio financiero y de evaluación económica muestra la rentabilidad del proyecto y si es viable o no su puesta en marcha, de este estudio depende el éxito de la inversión.

## 1. GENERALIDADES

El calzado a través del tiempo ha ido evolucionando en su fabricación y las técnicas empleadas para lograr un material bien curtido, suave y flexible, que resista el sol y la humedad. Tratamientos con sales minerales fueron logrando cada vez mejor calidad del material para la fabricación del calzado. Los cueros más blandos se emplean en la realización del empeine y los más duros en las suelas. Su elaboración lleva varios pasos, como la costura, el encolado, la colocación del forro, el lavado, estirado y pulido, aplicación de hebillas, cordones, presillas y otros accesorios.

### 1.1 PANORAMA DEL SECTOR

**1.1.1 Historia del Calzado de Damas.** Un largo camino han recorrido los zapatos a través de todos los tiempos, se pueden rastrear hasta 10.000 años antes de Cristo, al descubrirse, en un glaciar en el límite entre Italia y Austria, un cuerpo congelado en perfecto estado de conservación, que llevaba puestas unas botitas de cuero, con la piel hacia adentro y rellenas con líquenes que protegían del frío.

Cada época tuvo lo suyo por moda o necesidad fueron creados los zapatos que la técnica y los conocimientos del momento permitían. En Egipto el calzado se consideraba símbolo de poder y mando. Las mujeres de la corte del faraón usaban sandalias confeccionadas con papiro o fibras de palmera. Los pobres desde luego iban descalzos, las chinas vendaban fuertemente sus pies contradiciendo a la naturaleza, para que no les crecieran de tal manera, los pies, cuanto más pequeño eran una fuente de codicia erótica y merecían una más ventajosa unión matrimonial y esos pequeñísimos pies calzaban unos zuecos con plataforma que obligaban a un desplazamiento tortuoso y ondulante.

Los griegos, inventores del teatro, crearon los primeros tacos altos para elevar la altura de los actores, pero las damiselas usaban sandalias de cuero crudo que se trenzaban alrededor del tobillo y las piernas, hasta debajo de las rodillas. Las mujeres romanas adaptaron el modelo griego y le agregaron color al cuero: rojo, amarillo, verde y blanco. Algunos diseños actuales como las guillerminas (Zapatos con correa en el empeine del pie) se inspiran en el calzado del siglo V, como los encontrados en los mosaicos de la Catedral de Ravena. Caminar por calles de tierra y piedras con tan precario calzado, debe haber sido sumamente incómodo por eso, la creatividad de los talabarteros y costureras fue aguzando el ingenio para complacer a su clientela femenina, que se quejaba de tales inconvenientes.

Es así como, en el siglo XII, se logra dar forma diferente al pie derecho del izquierdo, y en el siglo XIII aparece la suela. La industria del calzado avanza y en 1272 se establece el gremio de los zapateros, uno de los primeros reconocidos en Inglaterra. El cuero que utilizaban procedente de Córdoba, España era de excelente calidad y estaba decorado a la manera del guadamecil árabe. Por eso, utilizando una deformación de la palabra Córdoba, a estos zapateros se los llamó cordwainer (La palabra se deriva de "cordwain", o "cordobesa", el cuero producido en Córdoba, España)<sup>1</sup>.

A fines del siglo XIV, los zapatos eran en punta y se rellenaban con pasto o con pelo para obtener un andar más blando, para ese entonces se habían suplantado las tiras y nudos como estilo de sujeción, por hebillas y pasadores. El Renacimiento trae aires de cambio y se impone el calzado más ancho y las telas de colores. A partir de 1540 las puntas redondeadas y los materiales lujosos fueron la moda obligada que sólo podían seguir las mujeres adineradas, ya que las telas tenían poca duración y había que renovar calzado muy seguido. Fabricio, el zapatero personal de María Tudor (Reina de Inglaterra e Irlanda desde 1553)<sup>2</sup>, le confeccionó en 1554 cerca de cincuenta pares de zapatos de terciopelo, estilo zapatillas de baile, botitas y chinelas forradas en seda roja.

En la literatura tradicional, el calzado tiene un significado simbólico, antes de 1900, los pies de las damas eran sinónimo de castidad, para muchos el pequeñísimo zapato de cristal de La Cenicienta es un emblema de virginidad.

En un artículo insólitamente dedicado al dedo gordo, el escritor George Bataille comentó el papel que en España desempeñó el pie femenino durante el siglo XIX: "El simple hecho de dejar el pie calzado fuera de la falda era considerado indecente. En ningún caso era posible tocar el pie de una mujer, siendo ese hecho más grave que ningún otro." Pero es justamente a finales del siglo XIX cuando el acortamiento gradual de las faldas produce una explosión de creatividad en los diseños y materiales de confección del calzado femenino; Es allí cuando deja de ser un simple elemento para cubrirse los pies y caminar sin lastimarse y se convierte en un artículo decorativo y hasta de seducción.

El siglo XX liberó al pie del pudor y los zapatos femeninos asomaron su empeine bajo las faldas. Las cocottes de París impusieron los zapatitos de cordobán abrochados, las botitas rusel de distintos colores y las polacas, de taco muy alto, con una caña que llegaba a la media pierna, que solían tener veintidós botones y

---

<sup>1</sup> Disponible en: <http://en.wikipedia.org/wiki/Cordwainer>

<sup>2</sup> Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Mar%C3%ADa\\_I\\_de\\_Inglatera](http://es.wikipedia.org/wiki/Mar%C3%ADa_I_de_Inglatera)

formaban parte de la vestimenta exigida por los libertinos junto a la lencería negra y el pelo suelto.

La Goulue (la golosa), conocida bailarina del Folies Bergère y modelo de Toulouse-Lautrec, impuso una moda que hizo época: obligaba a su amante, el Gran Duque Alexis, a que bebiera champaña de su zapato. Entre 1906 y 1914, en la Argentina, Madame Paquin pone de moda los zapatos para bailar tango, de color naranja y con tacones.

El taco más femenino y seductor de la historia es el “aguja” que nace de la mano de Dior en los 50 y obliga a los fabricantes de medias de seda a inventar el complemento ideal, que haría temblar de pasión a los señores de la época: Las medias con talón en punta y costura realce. Marilyn Monroe decía: “No sé quién inventó los tacos altos, pero todas las mujeres le debemos mucho a esa persona.” Y era cierto, gran parte de su erótico contoneo de caderas se debía al andar con tacos de diez centímetros.

La industria del cine no dejó de explotar el fetichismo del calzado, y cuando Luis Buñuel eligió zapatos con hebillas cuadradas de plata para Catherine Deneuve, que era la protagonista de Belle de Jour, estaba enviando señales muy claras que simbolizaban la doble vida de la mujer de la historia —dama de día y cortesana de noche—, dado que las hebillas son usadas tanto por los mozos con librea como por los altos mandos eclesiásticos. Y Federico Fellini hace que, en su película La dolce vita, Anita Eckberg, en su papel de libertina, arroje sus zapatos a la Fontana di Trevi.

El arte no quedó exento de la atracción que provoca el calzado femenino en los hombres. Salvador Dalí prefería a Gala desnuda, pero con zapatos. Ese fetichismo lo plasmó en una obra que consiste en un zapato de taco alto en cuyo interior hay una copa de leche. De cuero crudo, de tela, bordados con hilos de oro, con tacos o sin ellos, recamados con pedrería o lisos, los zapatos femeninos han pasado por todas las modas y todas las tendencias, sin embargo, siempre queda algún detalle nuevo para el asombro y la seducción y así continuará siendo para aprobación de las mujeres y de fabricantes de calzados, a menos que el avance del efecto invernadero transforme nuestro mundo en un desierto de arenas imposibles, regresando así Dios no lo permita a primitivas costumbres, que obliguen a las mujeres a caminar descalzas.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Disponible en: <http://www.teladerayon.com/Articulos/Articulo.aspx?id=9819> por Julia Chaktoura Historia del zapato femenino 01/03/2011

**1.1.2 Producción y Tendencias Nacional del Calzado.** Estadísticas del Centro Tecnológico para las Industrias del Cuero, el Calzado y Afines, Ceinnova, (que también hace parte de la Mesa Sectorial) muestran que Colombia consume 100 millones de pares de zapatos al año, de los cuales 45% se produce en el país y el resto ingresa del exterior, importado o de contrabando.<sup>4</sup>

Entre Enero y Mayo del año 2013, las ventas del calzado en Colombia han alcanzado los 1,3 billones de pesos, a pesar de los efectos de las importaciones chinas, el contrabando y la revaluación del peso.

Luis Gustavo Flórez, presidente de la Asociación Colombiana de Industriales del Cuero y el Calzado, Acicam, manifestó que entre Enero y Abril de este año, ingresaron a Colombia 23,5 millones de pares de zapatos, lo que dificulta y descompensa la producción nacional ya que estas llegan a costos mucho más bajos.

Sin embargo los esfuerzos de la industria nacional, han llevado a que las exportaciones del sector aumentaran en casi 25 millones de dólares, ubicándose en 104,6 millones de dólares en los primeros cuatro meses del año.

"Las exportaciones del sector pasaron de 82 millones de dólares en los primeros cuatro meses de 2012 a 104,6 millones de dólares en el 2013", explicó Flórez.<sup>5</sup>

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, este sector de la industria colombiana, tiene una participación de 0,27% en el PIB nacional y de 2,17% en el PIB manufacturero.

El ministro de Comercio, Industria y Turismo, Sergio Díaz-Granados manifestó que Colombia le apunta a constituirse en 2018 en el tercer productor regional de cuero, calzado y marroquinería, después de Brasil y México; Así lo señaló ante un grupo de empresarios del sector en Bucaramanga, a los que les dijo que dicha meta sería alcanzada una vez culmine el proceso de implementación del Plan de Negocios diseñado por el Ministerio y los industriales de esa cadena, a través del Programa de Transformación Productiva.

---

<sup>4</sup> Disponible en: [http://cidmfloridablanca.blogspot.com/2012\\_07\\_22\\_archive.html](http://cidmfloridablanca.blogspot.com/2012_07_22_archive.html)

<sup>5</sup> Disponible en: <http://www.eleconomistaamerica.co/economia-eAm-colombia/noticias/4980276/07/13/Industria-del-calzado-y-cuero-espera-crecer-2-en-2013.html>

El plan de negocios, dijo el Ministro, está diseñado para modernizar los procesos productivos de este sector, “de manera que en 2018, este tenga una participación de 4.1% en el empleo industrial del país, con un crecimiento anual, en términos de producción de al menos 8%”.

El plan también busca multiplicar las exportaciones de los productos de esta cadena especialmente en los mercados con los que Colombia tiene suscritos acuerdos comerciales. “Ya tenemos los mercados”, dijo, “ahora vamos a trabajar de la mano de los empresarios, para fortalecer esta industria, con el fin de aumentar su productividad”. Agregó que las ventas externas del sector crecieron 12%.<sup>6</sup>

La amenaza más fuerte que enfrenta el sector es el ingreso de calzado Chino, tal como lo manifiesta el Dr. Luis Gustavo Flórez, presidente de Acicam, en entrevista con el diario El Tiempo, efectivamente, las cifras más recientes de importaciones son preocupantes, ya que mientras que en el primer trimestre del 2012 se importaron 12,3 millones de pares de calzado, en el mismo periodo de este año el volumen llegó a 19,8 millones de pares, el 70% provino de China; de ese total, 5,2 millones de pares (26 %) ingresaron al país por menos de un dólar por par, lo que evidencia subfacturación, indicó el dirigente gremial.<sup>7</sup>

Pese a estas cifras los productores de calzado del país se mostraron conformes luego de las declaraciones del presidente Juan Manuel Santos en las que comprometió a mantener el decreto que impone un arancel mixto a las importaciones de estos **productos**, cuya aplicación se declaró transitoria por un año, pese a los detractores de la medida. En marzo del 2013 el primer mandatario anunció el decreto transitorio de arancel, aplicado para las confecciones en US\$5 por kilo, y para calzado en 10% del valor, más US\$5 por par ingresado de países donde no hay acuerdos comerciales vigentes.<sup>8</sup>

**1.1.3 Evolución e Innovación de calzado a nivel Mundial.** Los diseños actuales que se encuentran en el sector del calzado presentan un diseño Ergonómicos que brinda una protección al pie, que no siempre le permite desenvolverse como cuando el pie se encuentra descalzo. Hace 5.000 años se conocieron los zapatos de piel más antiguos que

---

<sup>6</sup> Disponible en: <http://www.bdbacata.com/newsite/colombia-le-apunta-al-tercer-lugar-en-la-produccion-de-cuero-y-calzado/>

<sup>7</sup> Redacción el tiempo.com “La papa caliente de la protección al calzado nacional”. El tiempo 06 de Junio de 2013 [En Línea] Disponible en Internet [http://www.eltiempo.com/colombia/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12851783.html](http://www.eltiempo.com/colombia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12851783.html)

<sup>8</sup> Diana C. León Durán, “Sube el arancel para importaciones de confección y calzado”, Vanguardia Liberal – Economía 23 de Enero de 2013 [En Línea] Disponible en Internet: <http://www.vanguardia.com/economia/local/192576-suba-el-arancel-para-importaciones-de-confecciones-y-calzado>

se conocen elaborados por un artesano encontrado en Armenia, su estilo famosamente imita la ergonomía de un guante, con espacio independiente para cada dedo y suela imperceptible para la planta del pie. Cualquier tecnología usada por los fabricantes o diseñadores para la elaboración del calzado tiene un mismo principio y obtienen el mismo resultado: Proteger el pie de la intemperie, sin bloquear las virtudes de su diseño ergonómico, resultado de la evolución de nuestra especie.

Actualmente los compradores, cada vez más conscientes de la fragilidad del medio ambiente y la importancia de su bienestar, decidirán con su poder de compra qué diseños dejan la experimentación, la marginalidad o la exclusividad y contribuyen a que evolucione toda una industria.

El cambio de patrones tecnológicos al que asistimos es causado por el cambio de modelo industrial desde la economía extractiva a una sociedad con un consumo frugal, que promociona productos con menor impacto y usa cada vez más energías renovables. Según Richard Heinberg, teórico del fin de la economía extractiva y acuñador del término "peak everything" que significa: *Todo Pico* y se refiere a los usos de los recursos naturales que ya están llegando a un límite inadecuado de su utilización, cree que se puede garantizar el bienestar a cada vez más personas si la humanidad es capaz de vivir cada vez mejor usando menos recursos y evitando el despilfarro.

Usar menos recursos de un modo más eficiente y provechoso, o reducir el consumo de fósiles incluso drásticamente, sólo permitirá comprar tiempo si no se lleva a cabo el cambio radical en la forma de producir bienes de consumo, desde el material utilizado hasta la duración del propio producto, o la persistencia de sus materiales una vez es desechado.

Mientras el aumento en el precio de los recursos y su agotamiento acelerará, según los expertos, la transición hacia productos menos dependientes de su uso, empresas influyentes de distinto tamaño, desde grandes corporaciones, renuevan todos sus procesos, desde el diseño de sus productos hasta el funcionamiento de sus cadenas de suministro, para reducir el gasto y de paso, el impacto ecológico de sus operaciones.

Muchas empresas ya reconocen que la responsabilidad empresarial incide sobre su reputación, imagen de marca y en última instancia, sus ventas o incluso su supervivencia a largo plazo, El agotamiento de los recursos o "peak everything" es visto por emprendedores de todo el mundo como una oportunidad, ya que las ideas y tecnologías verdes atraerán cada vez mayor atención mediática, inversora y todavía más importante, interés de los consumidores.

Una reciente conferencia organizada en torno a las energías y productos del futuro, por ejemplo, recogía ideas que comparten el objetivo de reducir la dependencia energética y la huella Re- Ecológica de las actividades humanas: Energía eólica captada con cometas, huertos verticales, fertilización del suelo desértico, energía micro-geotérmica, vertederos de energía solar, casas fabricadas con material reciclado, vidrio aislado con aire (para ahorrar la doble capa o reducir su grosor), energía producida con algas, neveras solares, evitar la dependencia del precio de los combustibles fósiles, o seguir produciendo como si los distintos recursos estratégicos no pudieran acabarse. No sólo las empresas notan la presión del cambio de su modelo productivo (reducir su impacto ecológico implica ahorrar dinero, algo a lo que pocos ejecutivos se resistirán a la larga), sino también la sociedad en su conjunto.

La economía sostenible no gira sólo en torno a los sectores de las tecnologías limpias, como las energías renovables, los materiales de construcción, los automóviles ecológicos y demás, en última instancia, todos los productos de consumo adoptarán diseños o a lo sumo, métodos de producción más sostenibles.

Los principios de la ingeniería verde influirán sobre todos los productos de consumo y servicios, incluidos los bienes de primera necesidad, el calzado, la ropa, el turismo entre otras.

Los avances de las últimas décadas han olvidado en muchas ocasiones el objetivo primigenio de los distintos productos que surgen de los mejores institutos de diseño industrial, estudios de diseño y arquitectura, talleres artesanales, etcétera.

El calzado está volviendo, poco a poco, a la esencia que marcan sus orígenes: un abrigo para la suela de nuestros pies.

El reportero de salud y deportes y escritor estadounidense Christopher McDougall ha dedicado años de experiencia propia y seria investigación a reforzar la tesis que recoge en su libro *Nacidos para correr* que los orígenes del ser humano están relacionados con la caza de animales por agotamiento, como explicamos en el artículo Nacidos para correr: Murakami, Bikila, tarahumara y san, según la tesis de McDougall, que coincide con varios estudios, el ser humano corre más y mejor, y experimenta menos lesiones, si lo hace como sus antepasados, sin apenas calzado o, directamente, descalzo, esta y otras historias conducen a la conclusión de que el calzado y la ropa no son sectores en los que sólo se puede innovar experimentando con colores y materiales. El calzado puede evolucionar para

adaptarse a los nuevos retos del ser humano, en ocasiones de un modo radical. Y ya lo está haciendo.

Los zapatos de la era "peak everything" experimentan distintos derroteros: mayor responsabilidad con los grupos de interés, mejores materiales y más ecológicos, mayor duración, mejores políticas de reciclaje y mayor comodidad. Hay compañías que innovan en sus políticas de responsabilidad empresarial, tales como Toms Shoes, que ofrece un par de zapatos a personas necesitadas en los países pobres por zapato comprado, sin olvidarse de la calidad, comodidad y estética de su calzado.

Nuevas compañías y diseñadores experimentan con maneras eficientes de conservar zapatos. Por ejemplo, diseñando modelos con cubierta y suela independientes, lo que permite conservar la cubierta y cambiar la suela cuando sea necesario, o a la inversa.

Pero, para lograr un menor impacto ecológico del calzado, no sólo se puede experimentar con materiales reciclables, actitudes frugales o desarrollar tecnologías que fomenten el ahorro.

También hay empresas que siguen los preceptos de los diseños "de la cuna a la cuna" (Cradle to Cradle, C2C). Los productos Cradle to Cradle son capaces o bien de volver a la tierra sin que sea necesario gastar energía para ello (son biodegradables o, en terminología C2C, "nutrientes biológicos"); o bien son materiales sintéticos inocuos para el medio ambiente que pueden usarse, sin emplear energía extra, en indefinidos productos en el futuro, una vez haya finalizado la vida útil del producto.

En lugar de potenciar el carácter ético del zapato, o usar materiales reciclados y reciclables, la marca Oat Shoes ha optado por crear zapatillas deportivas biodegradables, según los principios C2C. Las zapatillas son, en terminología C2C, nutrientes biológicos que, una vez han finalizado su vida útil, pueden enterrarse en el jardín o la maceta, donde una vez descompuestas servirán a la tierra como alimento, de este modo, se cumple una de las máximas C2C: el gasto (la zapatilla ya usada, una vez alcanza el fin de su vida útil) equivale a alimento (abono para las plantas).

Las Oat Shoes han sido fabricadas con cálamo, corcho, algodón orgánico, plásticos inocuos y biodegradables, lejía sin cloro y otros materiales. Han sido diseñadas para descomponerse con rapidez, una vez han sido enterradas. Y, sorpresa, sus suelas esconden semillas que, de germinar, se convertirán en plantas cuyos nutrientes proceden de la propia zapatilla en descomposición.

De tener éxito, las zapatillas Oat Shoes abrirían un nuevo camino en el sector del calzado, pasando del mero reciclaje a las zapatillas biodegradables. Otras compañías han empezado a explorar la otra posibilidad C2C, consistente en diseñar zapatillas que actúen como "nutrientes técnicos", cuyos materiales podrían usarse en otros productos sin usar energía adicional en el proceso.<sup>9</sup>

La principal finalidad de las Tecnologías Verdes es transformar el entorno humano para adaptarlo mejor a las necesidades y deseos del hombre. En ese proceso se usan recursos naturales y personas que proveen la información, mano de obra y mercado para las actividades tecnológicas.

Durante muchos años las necesidades industriales y tecnológicas se han satisfecho sin prestar atención a los posibles daños causados al medioambiente, sin embargo, hoy se conocen esos perjuicios y ya se están dando los primeros pasos para revertirlos.

Las actividades humanas, desde la obtención de una materia prima, hasta el desecho de los residuos generados tras la obtención de un producto tecnológico, puede tener graves consecuencias para la conservación del medioambiente. Algunos ejemplos son la desertización, el impacto medioambiental de la tecnología, la contaminación producida en el tratamiento de muchas materias primas y los residuos generados por las actividades industriales.

“Necesitamos una tecnología ambientalmente amigable. El mundo necesita una concientización del cuidado del medio ambiente. La tecnología afecta poco en comparación con todo el daño que otros elementos hacen al medio ambiente. Sin embargo, ayuda mucho a reducir gran parte de la contaminación con las herramientas que posee”, sostiene el Dr. Juan José Dell Acqua, director ejecutivo de la Asociación Argentina de Usuarios de la Informática y las Comunicaciones.

---

<sup>9</sup> Disponible en: <http://faircompanies.com/news/view/evolucionl-calzado-menor-huella-mayor-comodidad/>

Es en este marco que aparecen las Tecnologías Verdes o Green IT. Las mismas se refieren al uso eficiente de los recursos computacionales minimizando el impacto ambiental, maximizando su viabilidad económica y asegurando deberes sociales. No sólo identifica a las principales tecnologías consumidoras de energía y productores de desperdicios ambientales sino que ofrece el desarrollo de productos informáticos ecológicos y promueve el reciclaje computacional.<sup>10</sup>

Dentro de los países que se encuentran en este proceso de cambio se encuentran Brasil, donde la marca brasilera *Amazonas Sandals* presenta Fashion Rubber, la primera colección de sandalias biodegradables del mundo, estas sandalias realizadas en corcho reciclado pueden descomponerse (después de su vida útil) en cinco años a diferencia de otras realizadas en cauchos sintéticos que se demoran hasta setecientos años en degradarse.<sup>11</sup>

La marca holandesa OAT, que se ha caracterizado por diseños amigables con el medio ambiente, lanzó al mercado los primeros zapatos en cuero totalmente biodegradables, se trata de la colección "Limited Skin", unas zapatillas en colores como el marrón chocolate, azul cobalto, verde musgo y rojo sangre, hechas totalmente en cuero y con elementos no tóxicos, gracias a la colaboración de la curtiembre holandesa Hulshof Royal Dutch, quien desarrolló estos cueros biodegradables, se trata de zapatillas que pueden ser descartados enterrándolos en el suelo, donde se descomponen por completo.

Recientemente la marca fue reconocida por Beco en colaboración con su socio Eneco, con el premio "the Beco sustainable Hero Award", este premio que se entregó por primera vez, contó con más de 10 aspirantes, de los cuales 5 finalistas fueron evaluados en diez aspectos sobre sostenibilidad.<sup>12</sup>

Un nuevo concepto de zapatos biodegradables, caracterizados por su aspecto ligero y simple, son los *PlusMinus Shoes*, creados por **Steve Boyton**. Este innovador tipo de calzado es biodegradable en tan solo 90 días ya que está elaborado en lana, un material que al descomponerse fertiliza naturalmente el

---

<sup>10</sup> REVISTA CLAVES 21, Ambiente y desarrollo sustentable, 19 de Enero de 2013. Tecnología para cuidar el Medio Ambiente [En Línea] Disponible en Internet : <http://claves21.com.ar/tecnologia-verde-herramientas-para-cuidar-el-medio-ambiente/>

<sup>11</sup> STYLE AMERICA, Noticias y actualidad. Julio de 2012. Amazonas presenta primeras sandalias biodegradables del mundo. [En Línea] Disponible en Internet: <http://www.styleinsumos.com/newsdetalle.php?id=455>

<sup>12</sup> STYLE AMERICA, Noticias y actualidad. Marzo de 2012. Amazonas presenta primeras sandalias biodegradables del mundo. [En Línea] Disponible en Internet: <http://www.styleinsumos.com/newsdetalle.php?id=366>

suelo mediante la liberación de nitrógeno y azufre y además es antimicrobios, repelente al agua, respirable y absorbe la humedad. La principal característica de estos zapatos es que cuando su ciclo de vida termina, que suele de ser de tres a seis meses, dependiendo de su uso, pueden ser enterrados.

El diseñador creó este producto con el slogan “*Return to Sender*” (Regresar al Remitente) como parte de su proyecto *Earth Baked*, enfocado a darle un ciclo de vida cerrado a los zapatos. Otra característica de estos diseños es la simplicidad de su elaboración ya que no hay necesidad de piezas moldeadas ni adhesivos para el montaje. Además, según **Steve Boyton**, “con una máquina industrial de coser, tijeras, un patrón, y algunos materiales, una familia en un país en desarrollo puede salir por sí misma de la pobreza mediante la presentación y venta de estos zapatos”.<sup>13</sup>

Lograr un método biodegradable que proporcione las mismas ventajas que le permiten al cuerpo caminar del modo que nuestra herencia genética ha predeterminado, las tecnologías del futuro también respetarán la naturaleza de las especies.

## 1.2 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Bucaramanga Está ubicada al nordeste del país sobre la cordillera Oriental, rama de la cordillera de los Andes, a orillas del río de Oro. Su población asciende a los 525.119<sup>14</sup> habitantes. Dista 384 km de Bogotá, la capital del país. Por ser la capital del departamento de Santander, Bucaramanga alberga las sedes de la Gobernación de Santander, la Asamblea Departamental, la sede seccional de la Fiscalía y el Área Metropolitana de Bucaramanga. Junto con el título de capital de Santander, Bucaramanga ostenta los títulos de capital de la provincia de Soto y del núcleo de desarrollo provincial metropolitano.

Está rodeada por los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta con los cuales se conforma el Área Metropolitana de Bucaramanga.

---

<sup>13</sup> STYLE AMERICA, Noticias y actualidad. Julio de 2013. Innovadores zapatos Biodegradables en 90 días. [En Línea] Disponible en Internet: <http://www.styleinsumos.com/newsdetalle.php?id=703>

<sup>14</sup>PLAN DE DESARROLLO, Bucaramanga Sostenible. Municipio de Bucaramanga Parte 1, Vigencia 2012 – 2015. [En Línea] Disponible en Internet: <http://casadelperiodismo.com/sitio/archivos/PLAN%20DE%20DESARROLLO%202012-2015%20CTP.pdf>

Según el escalafón que reporta la cuarta versión del ANAI 2013, preparado por el centro de estrategias competitivas de la Universidad de Rosario y la firma Chilena inteligencia de Negocios, “Bucaramanga con un clima de inversiones amable y una capacidad financiera media de su población ascendió en el ranking de las ciudades más atractivas de Latinoamérica para invertir, ubicándose entre los primeros 30 lugares. Bucaramanga se ha destacado en los últimos años por tener una de las menores tasas de desempleo del país, según cifras reveladas en Agosto de 2012 la tasa de desempleo en Bucaramanga fue de 9,8%.<sup>15</sup> Su principal casa de estudios de orden público es la Universidad Industrial de Santander. Se la conoce con los apodos de “Ciudad Bonita”, “Ciudad de los Parques”, “Ciudad Cordial”.

Su economía gira alrededor de la fabricación de zapatos y complementos similares. Bucaramanga se ha caracterizado por ser fuerte en la industria del calzado debido a la filigrana que se emplea en la elaboración de cada par de zapatos, es por eso que en la ciudad se fabrica el calzado oficial del concurso nacional de belleza siendo este uno de los principales eventos donde el sector tiene una participación relevante. Los productos elaborados gozan de la aceptación del público local y del reconocimiento de su calidad por parte del nacional.

### **1.3 ASPECTOS LEGALES**

Las normas y leyes que rigen al sector calzado específicamente para su comercialización nacional son las siguientes:

**Mediante la Resolución No. 510 del 19 de marzo de 2004 por la cual se expide el Reglamento Técnico sobre Etiquetado de Calzado:**

**ARTÍCULO 5. INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE FABRICANTES E IMPORTADORES.** Conforme con lo dispuesto en la Resolución 547 del 1 de abril de 1996 de la Superintendencia de Industria y Comercio, los fabricantes e importadores de los productos sujetos al cumplimiento de las disposiciones de este reglamento deben inscribirse en el Registro de Fabricantes e Importadores de la Superintendencia de Industria y Comercio, de acuerdo con lo previsto en el Capítulo I del título IV de la Circular Única expedida por el mismo organismo.

Todos los fabricantes colombianos de calzado y los importadores están en la obligación de incorporar la etiqueta en el calzado que se quiera vender en Colombia. Esto incluye puntos de venta de fabricantes o importadores, almacenes especializados, almacenes de cadena, grandes superficies e incluso calzado que

---

<sup>15</sup> Redacción económica, Vanguardia Liberal. [www.vanguardia.com](http://www.vanguardia.com). Citado el 31 de agosto de 2012. Disponible en Internet: <http://www.vanguardia.com/economia/local/172214-tasa-de-desempleo-en-bucaramanga-fue-de-98>

se vende puerta a puerta o el calzado que se vende en la calle. La norma será vigilada por la Superintendencia de Industria y Comercio, en su defecto, por el Alcalde Municipal. .

Esta norma influye de forma positiva ya que garantiza a los consumidores el tipo de producto que están comprando y obliga a los fabricantes a vender de acuerdo a los tipos de materiales utilizados para la fabricación.<sup>16</sup>

#### **DECRETO 1299 DE 2006**

Por el cual se establece la autorización para importar materias textiles y sus manufacturas y calzado y sus partes, y se deroga el Decreto 4665 de 2005.

#### **CONSIDERANDO:**

Que el contrabando y el lavado de activos son actividades delictivas de carácter transnacional;

Que dichas conductas afectan gravemente diversos sectores de la economía colombiana;

Que en el marco de los acuerdos internacionales emanados de la Organización de Naciones Unidas, y especialmente en la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, Colombia ha adquirido el compromiso de luchar abiertamente contra este tipo de prácticas;

Que en virtud de los compromisos mencionados y del carácter dinámico de dichas conductas, es necesario desarrollar nuevos mecanismos para su prevención, detección y sanción en las operaciones de comercio exterior;

Que el Decreto 4665 del 19 de diciembre de 2005 estableció la autorización para importar materias textiles y sus manufacturas y calzado y sus partes, cuya entrada en vigencia fue aplazada por el Decreto 964 del 31 de marzo de 2006, hasta el 1o de mayo de 2006;

Que el Comité de Asuntos Aduaneros, Arancelarios y de Comercio Exterior en su sesión 155 del 30 de marzo de 2006, recomendó la expedición del presente decreto y la derogatoria del Decreto 4665 de 2005.<sup>17</sup>

**ARTÍCULO 1o. AUTORIZACIÓN.** Las personas naturales o jurídicas que pretendan importar materias textiles y sus manufacturas y calzado y sus partes clasificables por los capítulos 50 a 64 del Arancel de Aduanas, deberán obtener autorización para el efecto, otorgada por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales, para lo cual deberán formular solicitud escrita ante dicha Entidad acreditando los siguientes requisitos:

- Estar inscrito en el Registro Único Tributario, RUT, constando su condición de contribuyente declarante del Impuesto sobre la Renta, de responsable del Régimen Común del Impuesto sobre las Ventas y de usuario aduanero importador.

Esta norma permite que los fabricantes legalmente constituidos puedan acceder a suministros de excelente calidad en el exterior, que den valor agregado a sus productos y se hagan más llamativos a los clientes.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Disponible en: [www.acicam.org](http://www.acicam.org)

<sup>17</sup> Disponible en: <https://www.mincomercio.gov.co/>

<sup>18</sup> Disponible en: [https://www.presidencia.gov.co/prensa\\_new//2006/](https://www.presidencia.gov.co/prensa_new//2006/)

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 OBJETIVOS

**2.1.1 Objetivo General.** Desarrollar un estudio de Mercados que permita obtener datos específicos de preferencias, aceptación y análisis del mercado del calzado para crear una nueva línea de sandalias para dama en cuero Biodegradable en la fábrica Floripe ubicada en la ciudad de Bucaramanga aprovechando la infraestructura existente, la experiencia y el posicionamiento que tiene la empresa con el fin de ampliar la participación en el mercado con un Producto innovador que contribuye con el cuidado del medio ambiente.

### 2.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar el mercado potencial y objetivo a quien está dirigido el producto en la ciudad de Bucaramanga a través de un estudio de mercados para determinar el mercado a cubrir y la demanda que se quiere satisfacer con la presente propuesta.
- Cuantificar la demanda de los clientes actuales dispuestos a acceder a la adquisición de esta nueva línea de calzado mediante la aplicación de un instrumento que permita identificar el promedio de aceptación y de compra que ellos realizan con el fin de estimar el nivel de producción.
- Recolectar información sobre el número de almacenes y distribuidores de calzado en la ciudad de Bucaramanga, identificar las ventajas y desventajas competitivas en el mercado de cada uno de ellos y determinar cuáles son los productos más representativos en sus ventas que de los direccionamientos de diseño de esta nueva línea.
- Realizar un análisis comparativo de precio para establecer las estrategias competitivas más adecuadas en el momento de salir al mercado para posicionar la línea de sandalias de cuero Biodegradable en un nivel alto en la ciudad de Bucaramanga.
- Determinar y precisar una estrategia de publicidad que despierte interés en los clientes a través de los diferentes medios de comunicación y esta publicidad logre posicionarse en su mente.

### 2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO

**2.2.1 Definición, Usos y Especificaciones.** Las características de la sandalia son descritas a continuación:

Las sandalias estarán fabricadas en los números promedio de la mujer Bumanguesa entre los números 34 y 40 con suelas planas.

Los materiales con los que está fabricada la sandalia son los siguientes:

- ❖ Capellada: Elaboradas en cuero Biodegradable. El cuero por ser un material resistente con gran porosidad que lo convierte en un material fresco, permite ser estirado y encajar tanto en las hormas como en los pies, conservando su forma y comodidad. La característica principal del cuero es que en su proceso de curtición se convierte en una materia prima renovable, ya que está libre de cromo y materiales pesados que ayuda a la conservación del medio ambiente<sup>19</sup>.
- ❖ Suelas: Suelas Prefabricadas en Goma (Etileno Vinil Acetato) Eva que permiten dar a la sandalia flexibilidad, durabilidad, son fáciles de mantener ya que son lavables, no es dañino al medio ambiente ya que se pueden reciclar o Incinerar complementando la idea de conservación del medio ambiente.<sup>20</sup>
- ❖ Forros y Plantillas: Elaborados en fibra de Bambú que se caracteriza por tener un proceso de producción totalmente ecológico y no contamina. Esta fibra puede absorber y evaporar el sudor en instantes su suavidad, flexibilidad y porosidad que ayuda al interior del calzado mantenerse fresco sin sudoración y lo más importante para brindar comodidad en la mujer, por su origen es mucho más suave que el algodón.<sup>21</sup>
- ❖ La planta: Es la parte de la sandalia que está entre la suela y la plantilla, es fabricada en cartón, material reciclable de fácil degradación en la naturaleza, que por sus características brinda resistencia a la sandalia.

Para realizar el proceso de elaboración de la sandalia se requieren los siguientes equipos y maquinaria:

- ✓ Maquina Guarnecedora
- ✓ Maquina Pegadora de Suelas
- ✓ Maquina Terminadora
- ✓ Maquina Troqueladora
- ✓ Horno
- ✓ Selladora
- ✓ Pulidora
- ✓ Hormas

---

<sup>19</sup> Revista del cuero. Abril-Junio de 2012, Edic. N30, Pág. 5. Disponible en Internet: [www.acicam.org](http://www.acicam.org)

<sup>20</sup> Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Etilvinilacetato>

<sup>21</sup> Disponible en: <http://www.tecnicalcalzado.com/articulo/1271>

El proceso de Elaboración de la Sandalia se describe a continuación:

➤ **RECORTE**

Los materiales utilizados en la producción de la sandalia son cortados por el empleado encargado de este proceso el tamaño y la forma de cada segmento está determinada por el molde de corte. Como el material utilizado es cuero, primero debe ser gastado o rebajado al grosor deseado.

➤ **ARMADO DEL CORTE**

Antes de que sea cosido, el borde de cada segmento será doblado y sujetado o atado.

➤ **COSTURA.**

Los segmentos doblados son cosidos para formar la capellada de la sandalia.

➤ **HORMA**

La plantilla es clavada a la horma y el reverso del corte es moldeado a la forma de la horma por el empleado destinado para esta finalidad. El corte es colocado en la horma y armada por el empleado.

➤ **FORMADO**

La suela es cementada al corte usando un pegamento de alta resistencia y colocada en un calentador. La suela es prensada para asegurar el proceso de sellado en la máquina pegadora de suelas.

➤ **COLOCACIÓN**

El calzado es enfriado y removido de la horma. Luego el tacón es clavado para finalmente ser limpiado, inspeccionado y empaçado.

➤ **ACABADO, INSPECCIÓN Y EMPAQUE.**

Cualquier hilo u otro material son retirados manualmente. Los cordones, adornos y las plantillas son colocados en las sandalias. Luego, el calzado es limpiado e inspeccionado para encontrar algún defecto y finalmente empaçado en cajas.

Algunos de los Diseños se pueden ver a continuación:

**Figura 1. Diseño Sandalia Ref. 001**



**Figura 2. Diseño Sandalia Ref. 002**



**Figura 3. Diseño Sandalia Ref. 003**



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

La Sandalia Floripe es una sandalia que tiene como característica principal el uso de nuevas tecnologías en los procesos de curtición del cuero que los hace biodegradables y permitirá entrar en el cuidado del medio ambiente ya que es una materia prima renovable, libre de cromos y materiales pesados que le permite reducir los consumos de agua y energía, adicional a esto los recortes del cuero precurtido y curtido pueden ser reciclados por ser biodegradables, teniendo así nuevas formas de utilizar los subproductos como los recortes de cuero que pueden ser utilizados en el sector de Marroquinería y el mismo calzado, en la fabricación de suelas de cuero, entresuelas, forros, rellenos, inclusive existen empresas que ya piensan en la fabricación de elementos de oficina y artesanales como los que a continuación se pueden apreciar:



Mascota "Perro", Vacavaliente



Collezione "Acqua", Arte & Cuoio

Este es un proceso en el que FLORIFE incursionara en Bucaramanga ya que actualmente el mundo se encuentra en un proceso de cambios, preservando el medio ambiente y que mejor manera que iniciar con esta nueva línea que será

innovadora con la utilización de esta materia prima, dando a sus consumidores finales un producto que brindara todo el confort, comodidad y calidad por los insumos usados en su fabricación, teniendo en cuenta su valor agregado, ya que se convertirá en una sandalia que se mostrara amigable con el medio ambiente.

## **2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO**

**2.3.1 Mercado Potencial.** Se estima que el mercado potencial son las mujeres que viven en la ciudad de Bucaramanga y su zona metropolitana que están entre los 20 y 44 años.

**2.3.2 Mercado Objetivo.** Las mujeres que pertenecen a los estratos 5 y 6 económicamente activas de la ciudad de Bucaramanga donde se encuentran aproximadamente 3.892<sup>22</sup> mujeres en el rango de 20 a 44 años.

## **2.4 INVESTIGACION DE MERCADOS**

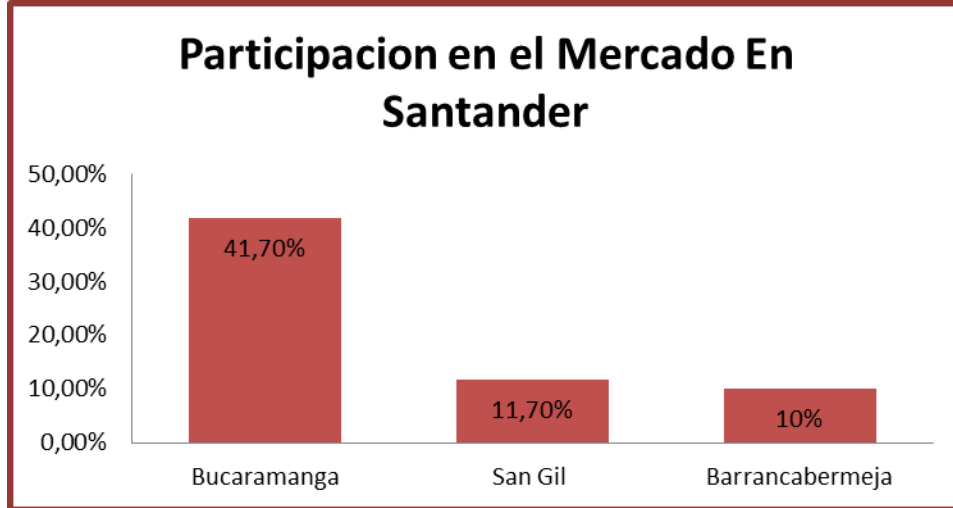
**2.4.1 La Demanda.** Según el estudio realizado por el Sr. Wilfren Albero Ortega Administrador de Empresas, quien recibió un reconocimiento a la labor investigativa de la Universidad Cooperativa de Colombia en Mayo de 2006, publico una investigación titulada “Estructura y dinámica competitiva del Sector Calzado en Bucaramanga”<sup>23</sup> donde muestra indicadores de competitividad y ventas en el sector calzado.

---

<sup>22</sup> Disponible en: [www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)

<sup>23</sup> Ortega Jaime, W. A. (2011), “Estructura y dinámica competitiva del sector calzado en Bucaramanga”, en *Revista Memorias*, vol. 9, núm. 15, pp. 55-68.

**Grafico 1. Participación en el mercado en Santander**

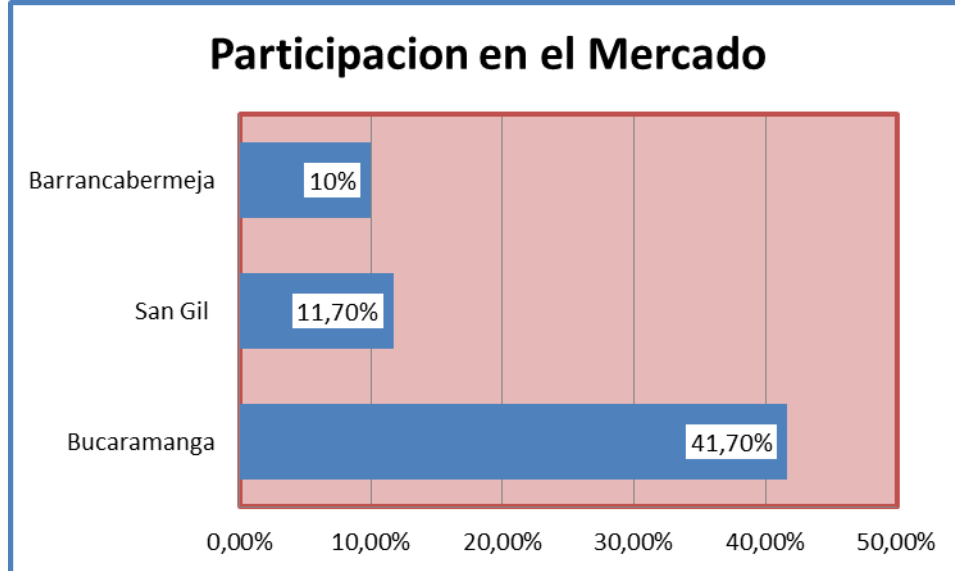


Fuente: Revista Memorias, vol. 9, núm. 15, pp. 55-68.

Como se puede observar en la figura 1, se detectó que la mayoría de las empresas, es decir el 41,7%, lleva a cabo su mercado en el municipio de Bucaramanga, a través de puntos de venta ubicados estratégicamente, especialmente en el barrio San Francisco, en el cual coexisten dinámicamente fábricas y puntos de venta. Se encontró que las empresas de calzado estudiadas no le dan suficiente importancia a mercados circundantes a Bucaramanga porque no son representativos en ventas; sólo se destaca San Gil con 11,7% y Barranca con 10%, en cuanto a mercado local se refiere. Se evidencian algunos efectos que tiene el no practicar el ejercicio de planeación por parte de los empresarios: creación de límites en el mercado, logrando únicamente mantener a sus clientes actuales.

En aspectos relacionados con los clientes de las Mi pymes del sector calzado se detectó que los principales son los mayoristas, con un 60% y le siguen los pequeños almacenes con 53,3% almacenes de cadena 45%, y minoristas y particulares cada uno con 23,3% (figura 2).

**Grafico 2. Participación en el mercado**



Fuente: *Revista Memorias*, vol. 9, núm. 15, pp. 55-68.

**2.4.1.1 Descripción del problema de Investigación de Mercados:** El sector del calzado es uno de los más importantes de la economía nacional se ha visto golpeado por la informalidad y el contrabando que es uno de los problemas que genera mayor afectación al sector, la falta de innovación y de talento humano calificado en la industria no hay personas que tengan conocimientos nuevos y que contribuyan a ser más competitivos especialmente en la implementación de nuevos materiales y diseños.

En el mercado actual de Calzado para dama en Bucaramanga se desconoce la técnica de fabricación en cuero Biodegradable y materiales reciclables por que aún se usan las técnicas tradicionales y materiales ya conocidos en el sector, debido a la falta de implementación de nuevas tecnologías.

Este desconocimiento puede contribuir a que el sector del calzado continúe con los mismos procesos e incrementaría el retroceso que se tiene por pertenecer a un país subdesarrollado, influyendo en la aceptación del producto con sus nuevas características, impidiendo entrar en la tendencia que muestra el mundo con respecto al cuidado del medio ambiente y perder esta oportunidad significaría perder oportunidades de crecimiento económico para la región y el país.

Es esta la razón por la que se hace necesario realizar una investigación de mercados para conocer gustos, razones y elementos de juicio soportados en las respuestas del mercado objetivo para tomar decisiones acertadas con respecto al lanzamiento de la nueva sandalia Biodegradable y reciclable al mercado.

**2.4.1.2 Necesidades de información:** Para el desarrollo de la presente investigación, es necesario tener información sobre las siguientes variables.

- ✓ Información sobre la demanda, para poder identificar el perfil del cliente, la periodicidad con la que compra calzado y el tipo de calzado que compra.
- ✓ Información sobre las características físicas del producto, sus acabados, materiales y demás elementos que permitan identificar el producto que se va a ofertar.
- ✓ Información sobre la demanda insatisfecha, para conocer variables que identifican el descontento de la población objetivo de estudio con respecto al producto de sandalia que actualmente compran.
- ✓ Información sobre la competencia para conocer las demás empresas, que características tienen las sandalias que están ofertando, que materiales utilizan y en qué forma las comercializan.
- ✓ Información sobre el mercado objetivo, para encontrar las diferencias y similitudes con el mercado y de esta manera delimitar el producto de sandalias en cuero.
- ✓ Información sobre el canal de comercialización, publicidad y promoción para conocer las expectativas de los clientes y así utilizar los medios adecuados para ofrecerles el producto.
- ✓ Información sobre la evolución histórica de la demanda y la competencia, para identificar en que épocas del año es más alta la demanda, en que momentos el mercado puede estar saturado y conocer las tendencias del sector y del producto.

### 2.4.1.3 Ficha Técnica

**Cuadro 1. Ficha Técnica**

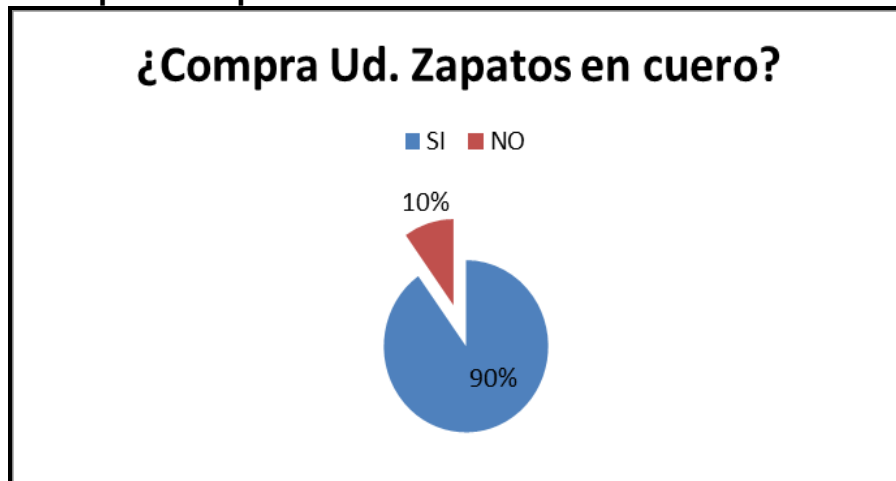
<b>Tipo de Investigación</b>	Exploratorio Porque permite tener contacto con el sector en el cual se está investigando, y descriptivo para identificar las características, formas de conductas, establece comportamientos concretos y se descubre la asociación de las variables que participan en el sector del calzado en Bucaramanga.
<b>Método de Investigación</b>	Deductivo se espera señalar características de la oferta y la demanda a través de un análisis de los resultados de la fuente primaria y la recopilación de las fuentes secundarias (información existente) las cuales son indispensables para minimizar los riesgos en la toma de decisiones.
<b>Fuentes de Información</b>	Las fuentes utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán de dos tipos: primarias y las secundarias. Las fuentes primarias estarán constituidas por la población a la que se le realizara el estudio, los potenciales consumidores del producto y las personas conocedoras del tema. Como fuentes secundarias se tiene estudios previos, y los archivos, documentos y textos de la cámara de comercio, DANE, ACICAM, ASOINDUCALS, paginas especializadas de internet.
<b>Instrumento para Recolectar Información</b>	Encuestas a las mujeres que se encuentran ubicadas en los estratos 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.
<b>Modo de aplicación</b>	Directa
<b>Definición de población (elemento muestral o censal)</b>	La población se encuentra constituida por Mujeres de 20 a 44 años de los estratos 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga.
<b>Determinación de la muestra</b>	Muestreo estratificado para los estratos 5 y 6 con el nivel de error del 5% a nivel de confianza 95% $N = \frac{z^2 (p) (q) N}{(N-1) e^2 + z^2(p)(q)}$ $Z = \text{Nivel de confianza}$ $Z = 1.96$ $N = \text{Tamaño de la población}$ $N = 3.892 \text{ Mujeres}$ $P = \text{probabilidad de éxito } 50\%$ $P = 0,5$ $q = \text{Probabilidad de error } 50\%$ $q = 0,5$ $e = \text{Error estimado } 5\%$
	$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (3.892)}{(3.892 - 1) (0,05)^2 + (1.96)^2 (0,5) (0,5)}$ $n = 385 \text{ Encuestas a las mujeres que están entre 20 y 44 años de los estratos 5 y 6 en la ciudad de Bucaramanga.}$
<b>Alcance</b>	Bucaramanga
<b>Tiempo de Aplicación</b>	El tiempo utilizado para realizar las entrevistas será del 01 de Junio al 08 de Junio de 2013.

**2.4.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados.** Del tamaño de la muestra que corresponde a 385 encuestas que se realizaron a mujeres entre los 20 y 44 años. A continuación se relacionan los resultados obtenidos los cuales se tabularon con funciones de Excel:

**Cuadro 2. Compra de zapatos en cuero**

1. ¿Compra Ud. Zapatos en cuero?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	347	90,13%
NO	38	9,87%
TOTAL	385	100,00%

**Grafico 3. Compra de zapatos en cuero**

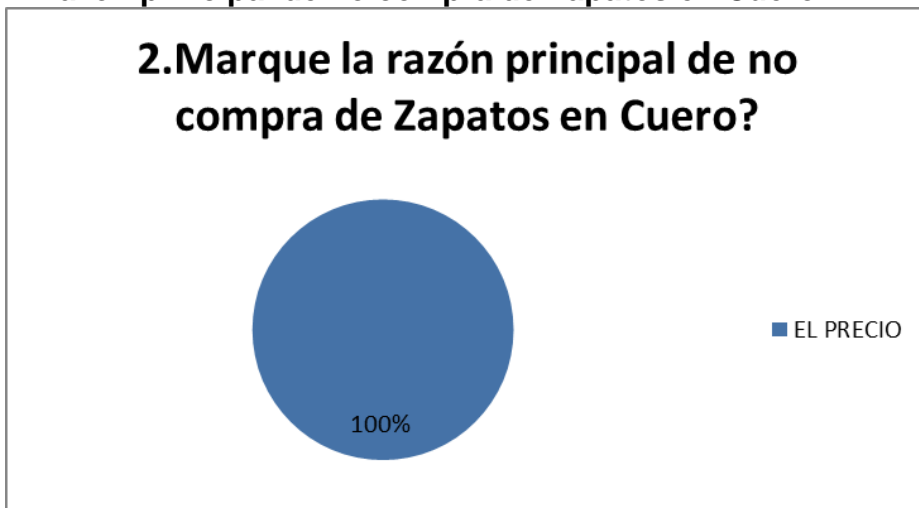


De las Mujeres encuestadas el 90% manifestó Comprar Zapatos en Cuero, lo que significa que este material tiene una gran aceptación en las mujeres de estos estratos ya que tan solo un 10% manifestó comprar otro tipo de material para su calzado. Este dato es de gran importancia ya que se evidencia que existe una alta demanda de preferencia por este material y la acogida que se tendría en el mercado con la combinación del cuero con materiales reciclables y biodegradables.

**Cuadro 3. Razón principal de no compra de Zapatos en Cuero**

2. Marque la razón principal de no compra de Zapatos en Cuero?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
EL MATERIAL	0	0
EL PRECIO	38	100%
LA CALIDAD	0	0
EL DISEÑO	0	0
OTROS	0	0
TOTAL	38	0

**Gráfico 4. Razón principal de no compra de Zapatos en Cuero**

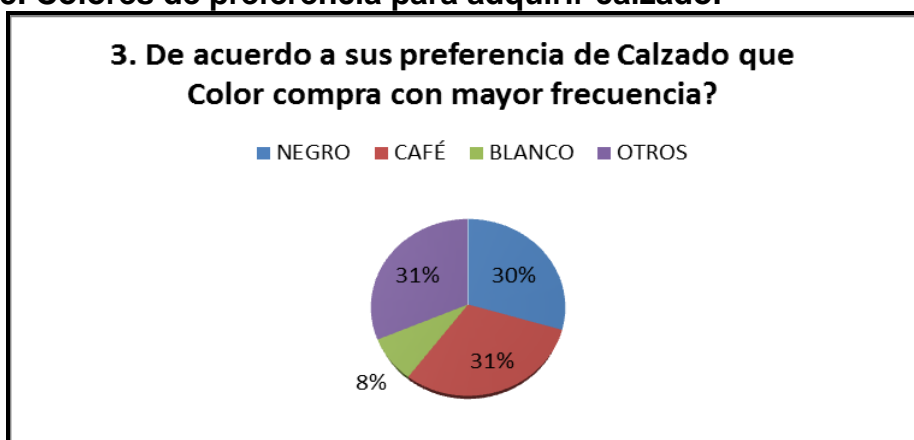


Del 9,87% de las mujeres que manifestaron no comprar zapatos en cuero, el 100% contestó que la razón principal se debe al precio por lo tanto para nuestro proyecto se deben ofrecer productos de buena calidad a precios razonables.

#### Cuadro 4. Colores de preferencia para adquirir calzado

3. De acuerdo a sus preferencia de Calzado que Color compra con mayor frecuencia?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
NEGRO	114	29,61%
CAFÉ	118	30,65%
BLANCO	32	8,31%
OTROS	121	31,43%
TOTAL	385	100,00%

#### Grafico 5. Colores de preferencia para adquirir calzado.



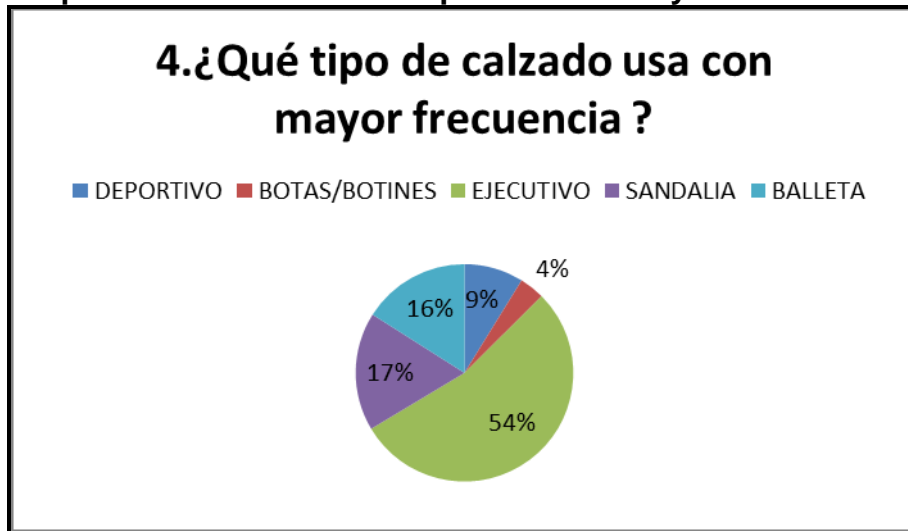
Las mujeres encuestadas Prefieren el color café con un 31% seguido de otros colores con un 31%, Negro con un 30% y el blanco en último lugar con un 8%. Esta información indica que la gran mayoría de mujeres se inclinan por los colores que la tendencia de la moda va mostrando, sin embargo los colores tradicionales aún tienen una participación importante en el gusto de las mujeres al momento de comprar.

Para la Siguiete pregunta se tienen en cuenta las 347 mujeres que respondieron que si usan zapato en cuero.

**Cuadro 5. Tipo de calzado en Cuero que usa con mayor frecuencia**

4. ¿Qué tipo de calzado en Cuero usa con mayor frecuencia?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
DEPORTIVO	31	8,93%
BOTAS/BOTINES	13	3,75%
EJECUTIVO	186	53,60%
SANDALIA	60	17,29%
BALLETA	57	16,43%
TOTAL	347	100,00%

**Grafico 6. Tipo de calzado en Cuero que usa con mayor frecuencia.**

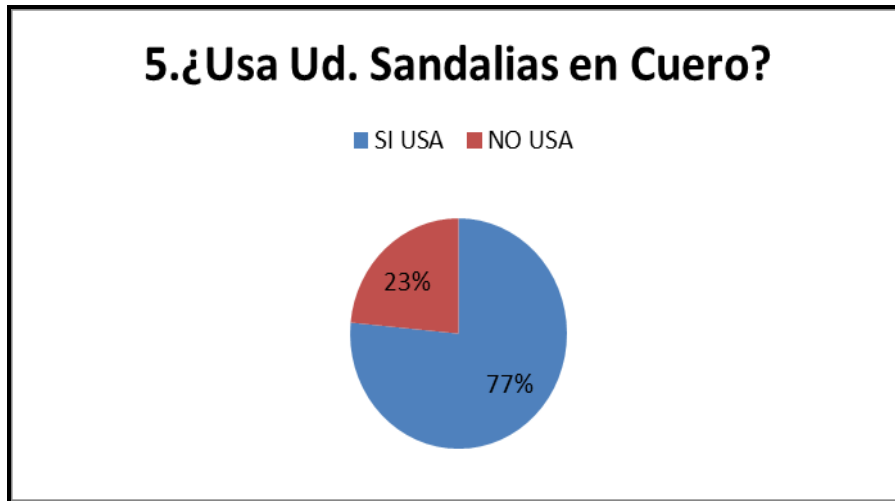


De las respuestas de preferencias de tipo de calzado que usan con mayor frecuencia las mujeres, se encuentra en primer lugar con el 54% los zapatos ejecutivos, en segundo lugar con un 17% la sandalia que permite concluir que es porcentaje bastante considerable teniendo en cuenta que se usa con menos frecuencia que el calzado ejecutivo y teniendo en cuenta que las mujeres encuestadas son económicamente activas, para el proyecto es de gran importancia este dato ya que se evidencia que si hay un uso de este tipo de calzado y FLORIFE también puede satisfacer esta demanda.

**Cuadro 6. Usa sandalias en cuero**

5. ¿Usa Ud. Sandalias en Cuero?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI USA	268	77,23%
NO USA	79	22,77%
TOTAL	347	100%

**Grafico 7. Usa sandalias en cuero**



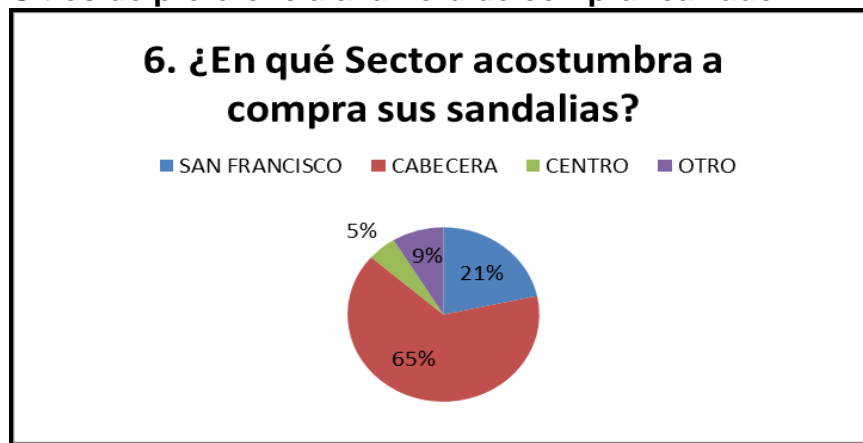
Cuando se le pregunto a las mujeres que usan Zapatos en Cuero si usan Sandalia en cuero el 77% respondió que sí y el 23% que no. Este indicador muestra que un porcentaje bastante alto de mujeres en sus compras tiene preferencia por adquirir sandalias en cuero.

De aquí en adelante se analizara al 77% (268) de los encuestadas que usan zapatos en cuero ya que es el grupo de estudio que nos interesa evaluar.

**Cuadro 7. Sitios de preferencia a la hora de comprar calzado.**

6. ¿En qué Sector acostumbra con mayor frecuencia a compra sus sandalias?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SAN FRANCISCO	56	20,90%
CABECERA	175	65,30%
CENTRO	13	4,85%
OTRO	24	8,96%
TOTAL	268	100,00%

**Grafico 8. Sitios de preferencia a la hora de comprar calzado.**

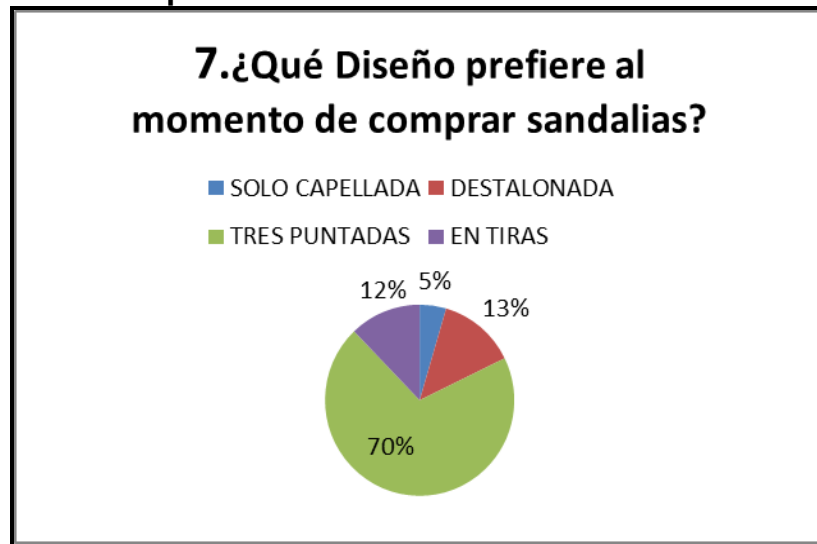


Según las respuestas de las mujeres entrevistadas el 65 % prefieren comprar sandalias en Cabecera, esto da una directriz al proyecto sobre el sector donde debe centrar sus ventas, seguido de San Francisco con un 21% y en otro lugares con un 9%, el centro de Bucaramanga con el último lugar un 5%

**Cuadro 8. Diseños de Preferencia**

7. ¿Qué Diseño prefiere al momento de comprar sandalias?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SOLO CAPELLADA	14	5,22%
DESTALONADA	35	13,06%
TRES PUNTADAS	186	69,40%
EN TIRAS	33	12,31%
TOTAL	268	100%

**Grafico 9. Diseños de preferencia**

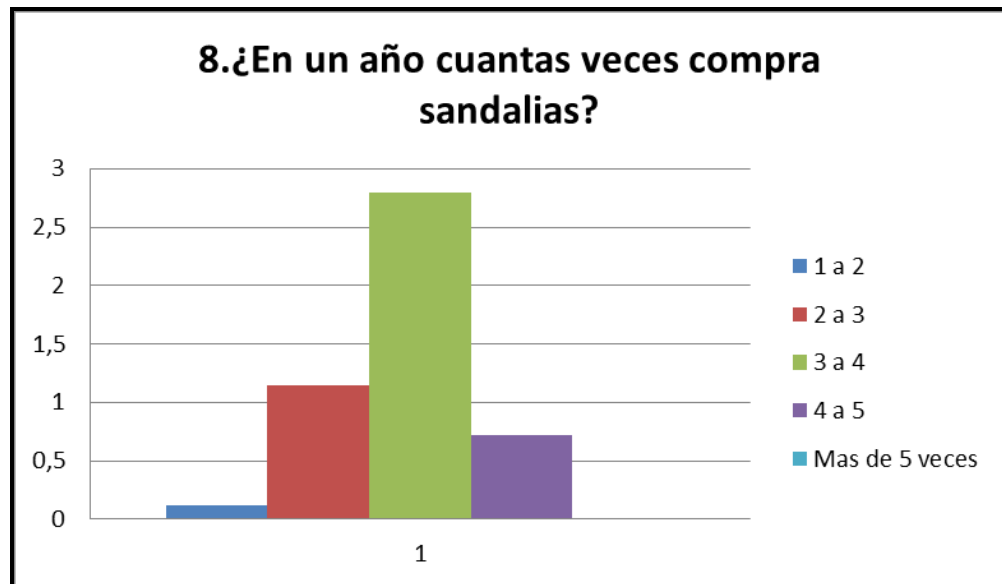


El 70% de las mujeres entrevistadas al momento de elegir el diseño de sus sandalias compran sandalias tres puntadas, sigue las sandalias destalonada con un 13%, las sandalias en tiras las prefieren el 12% de las mujeres encuestadas y tan solo un 5 % compra sandalias en capellada. Esta información es de gran importancia para Floripe ya que con estas preferencias se puede predecir que diseños tendrán más acogida en el mercado.

**Cuadro 9. Cantidad de veces que compra sandalias al año**

8. ¿En un año cuantas veces compra sandalias?				
Rangos	Número de Mujeres	Porcentaje	Media	Promedio Ponderado
1 a 2	12	4,48%	1,5	0
2 a 3	76	28,36%	2,5	1
3 a 4	138	51,49%	3,5	2
4 a 5	42	15,67%	4,5	1
Más de 5 veces	0	0,00%	3	0
TOTAL	268	100%		3

**Grafico 10. Cantidad de consumo mensual**

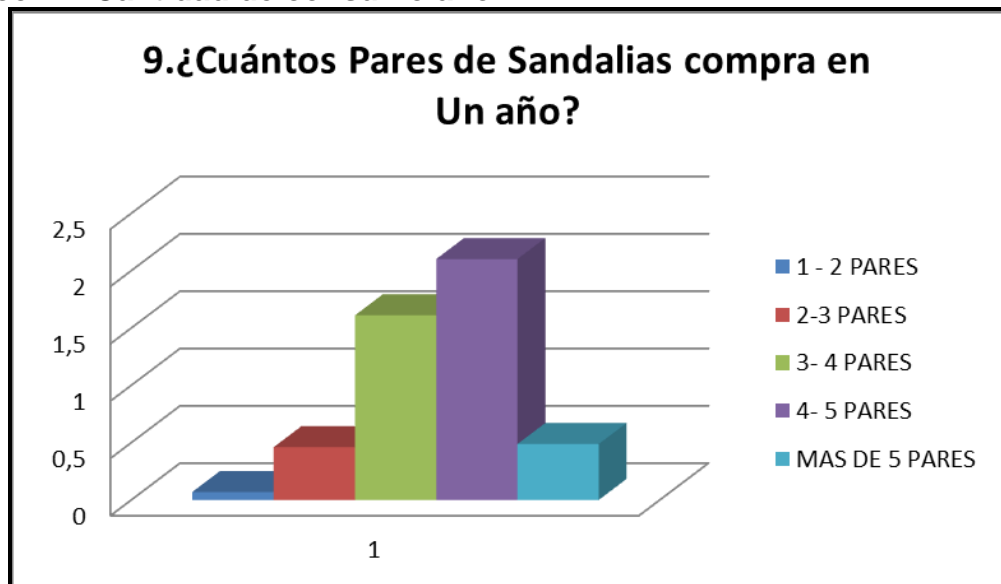


En esta pregunta la mitad de las mujeres entrevistadas el 51% el porcentaje más alto compra entre 3 a 4 veces sandalias en el año, seguido del 29% que compran entre 2 a 3 veces sandalias. En promedio las mujeres compran 3 veces sandalias en un año.

**Cuadro 10. Cantidad de pares de sandalia que compra en un año**

9. ¿Cuántos Pares de Sandalias compra en Un año?				
Respuesta	Número de Mujeres	Porcentaje	Media	Promedio Ponderado
1 - 2 PARES	6	2,24%	1,5	0
2-3 PARES	29	10,82%	2,5	0
3- 4 PARES	81	30,22%	3,5	1
4- 5 PARES	128	47,76%	4,5	2
MAS DE 5 PARES	24	8,96%	3	0
TOTAL	268	100%		4

**Grafico 11. Cantidad de consumo año.**

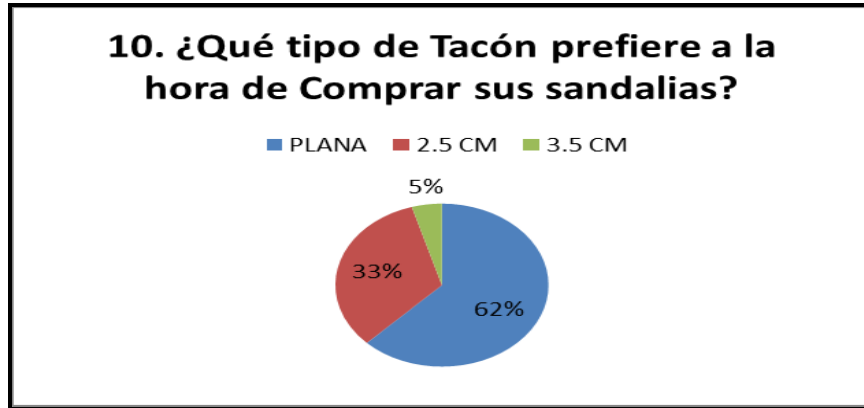


De los datos arrojados por el promedio ponderado se determinó que de las mujeres entrevistadas compran 4 pares de sandalias en un año.

**Cuadro 11. Preferencia de estilos**

10. ¿Qué tipo de Tacón prefiere a la hora de Comprar sus sandalias?		
Respuesta	Número de Mujeres	Porcentaje
PLANA	167	62,31%
2.5 CM	89	33,21%
3.5 CM	12	4,48%
TOTAL	268	100%

**Grafico 12. Preferencia de estilos**

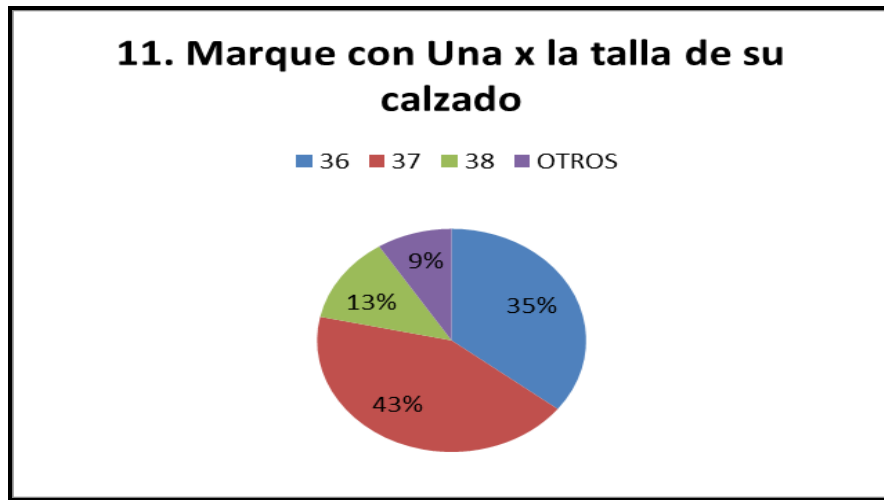


De las mujeres encuestadas que compran sandalias en cuero el 62% prefieren las sandalias planas. Siendo favorable este resultado para Floripe ya que este es el tipo de sandalias que fabricara implementando materiales biodegradables y reciclables.

**Cuadro 12. Numeración en calzado más vendido**

11. Marque con Una x la talla de su calzado:		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
36	94	35,07%
37	116	43,28%
38	34	12,69%
OTROS	24	8,96%
TOTAL	268	100%

**Grafico 13. Numeración en calzado más vendido**

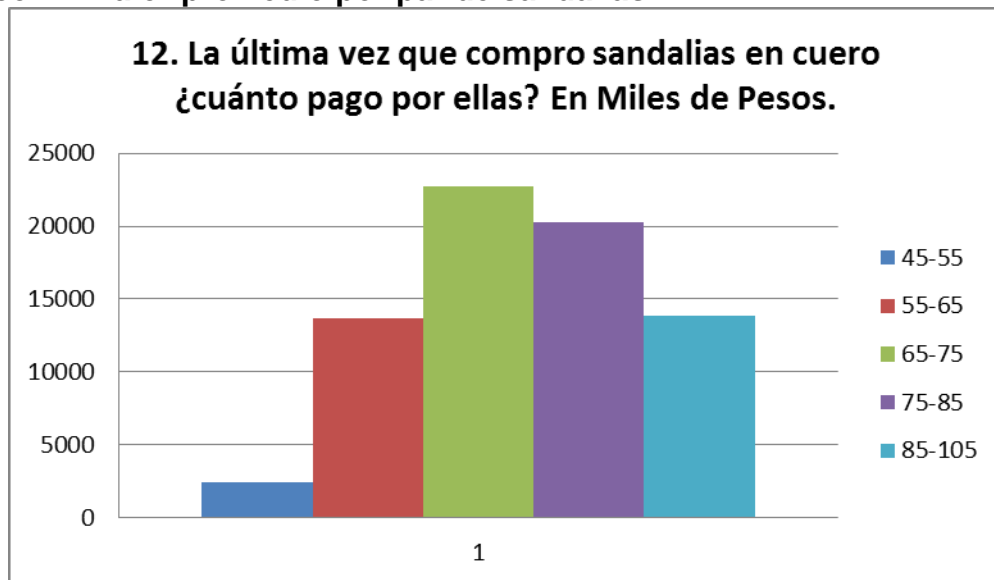


En esta pregunta se logra detectar que las mujeres en un 43% son talla 37, seguido con un 35% talla 36 y un 13% número 38, con respecto al mercado objetivo elegido esta información indica que números de tallas se venden en mayor volumen.

**Cuadro 13. Valor promedio por par de sandalias.**

12. La última vez que compro sandalias en cuero ¿cuánto pago por ellas? En Miles de Pesos.				
Respuesta	Número de Mujeres	Porcentaje	Media	Promedio Ponderado
45-55	13	4,85%	\$50.000	2.425
55-65	61	22,76%	\$60.000	13.657
65-75	87	32,46%	\$70.000	22.724
75-85	68	25,37%	\$80.000	20.299
85-105	39	14,55%	\$95.000	13.825
TOTAL	268	100,00%		\$72.929

**Grafico 14. Valor promedio por par de sandalias.**

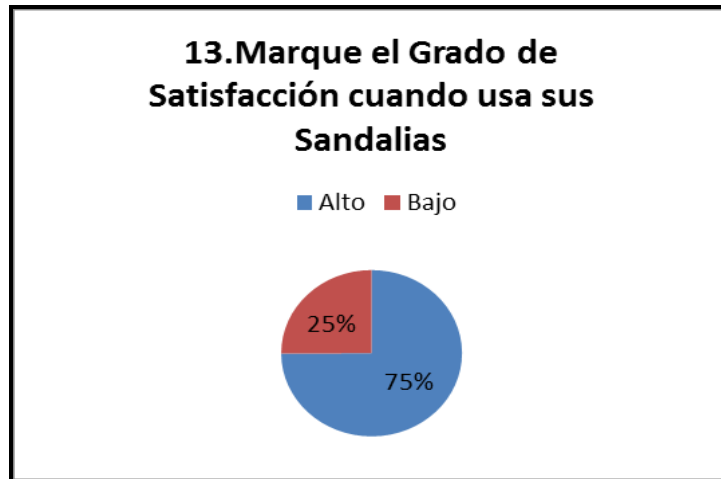


A través de la función promedio ponderado se determina que las mujeres pagan en promedio \$79.929 mil pesos por un par de sandalias.

#### Cuadro 14. Grado de Satisfacción

13.Marque el Grado de Satisfacción cuando usa sus Sandalias		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Alto	200	74,63%
Bajo	68	25,37%
TOTAL	268	100,0%

#### Grafico 15. Grado de Satisfacción

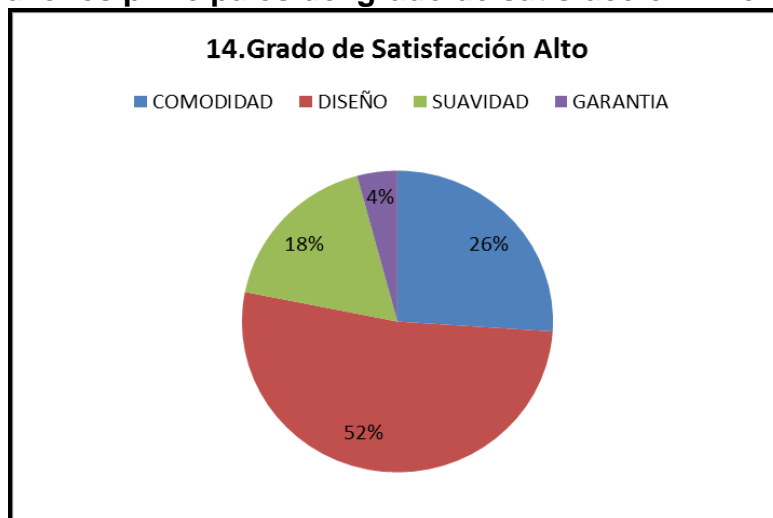


De las mujeres entrevistadas el 25% manifestó presentar algún tipo de insatisfacción con las sandalias que compran y el 75% se encuentra satisfecho. Floripe tiene como objetivo crear una sandalia con atributos diferenciadores con la implementación de materiales que aún no se encuentran en el mercado de Bucaramanga que hará que las mujeres prefieran esta línea de sandalias, aprovechando este porcentaje de insatisfacción al momento de comprar.

**Cuadro 15. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Alto)**

14. Según el Grado de Satisfacción Selecciones la Razón principal: (ALTO)		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
COMODIDAD	52	26%
DISEÑO	104	52%
SUAVIDAD	36	18%
GARANTIA	8	4%
TOTAL	200	100%

**Grafico 16. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Alto)**

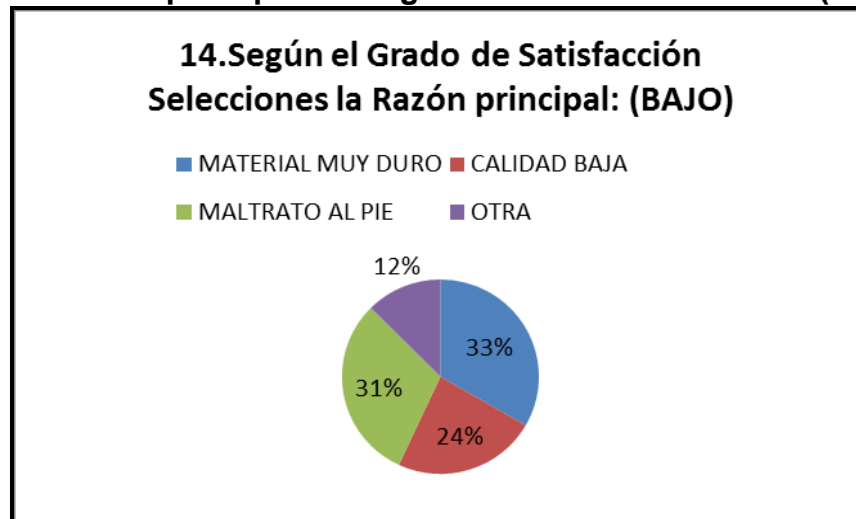


Las mujeres encuestadas respondieron que el Diseño con un 52% es la característica que les genera mayor Satisfacción al momento de comprar sus sandalias seguidas de la Comodidad con un 26%. La nueva línea de calzado Floripe cuenta con diseños exclusivos con atributos de los materiales usados en la fabricación de la sandalia que garantizan la suavidad y comodidad al momento de usarla, como producto final el cliente tendrá una sandalia exclusiva con un nivel de confort alto.

**Cuadro 16. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Bajo)**

14. Según el Grado de Satisfacción Selecciones la Razón principal: (BAJO)		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
MATERIAL MUY DURO	23	33,82%
CALIDAD BAJA	16	23,53%
MALTRATO AL PIE	21	30,88%
OTRA	8	11,76%
TOTAL	68	100%

**Gráfico 17. Razones principales del grado de satisfacción nivel (Bajo)**

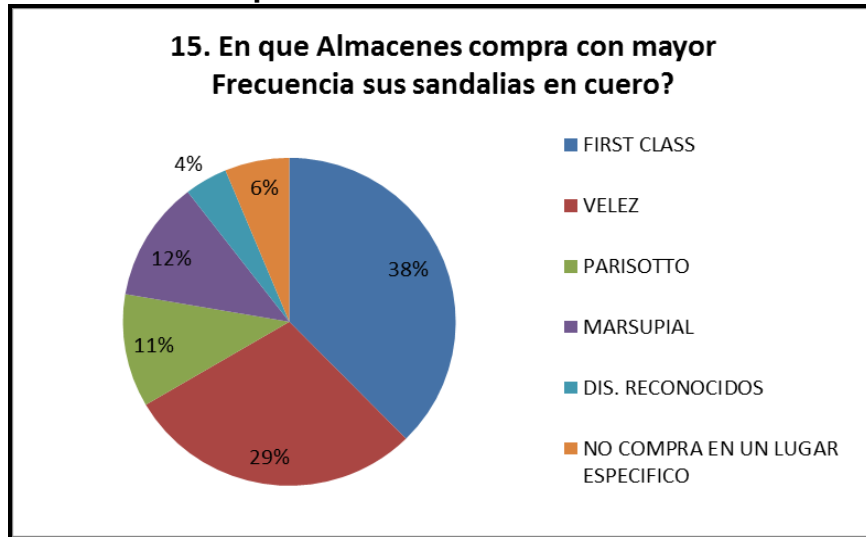


El 33 % de las mujeres que presentaron inconformidad con la compra de sus sandalias manifiestan que es debido al material, su poca suavidad, un 24% manifiesta que la calidad en cuanto a la duración del material fue muy corta y 31% manifiesto su inconformidad por el exceso de maltrato de sus pies al momento de usar sus sandalias.

**Cuadro 17. Almacenes de preferencia**

15. En que Almacenes compra con mayor Frecuencia sus sandalias en cuero?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
FIRST CLASS	102	38,06%
VELEZ	78	29,10%
PARISOTTO	29	10,82%
MARSUPIAL	32	11,94%
DIS. RECONOCIDOS	11	4,10%
NO COMPRA EN UN LUGAR ESPECIFICO	16	5,97%
TOTAL	268	100%

**Grafico 18. Almacenes de preferencia**

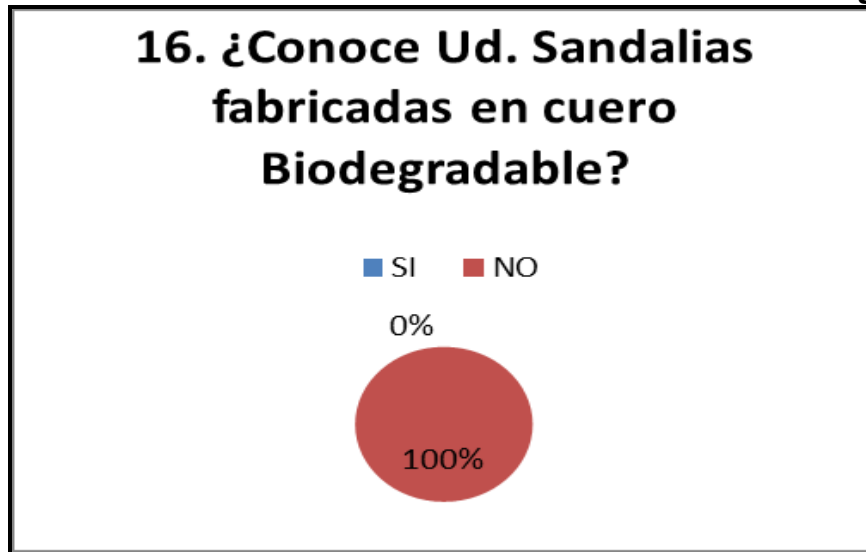


La marca que más compran las mujeres encuestada con el 38% es First Class, seguido Vélez con el 29%, con un 12% las mujeres compran en Marsupial, sigue el almacén Parisotto con un 11%, continua con un 6% las mujeres que no compran en un almacén específico y un 4% compra con Diseñadores reconocidos.

**Cuadro 18. Conocimiento de sandalias fabricadas en Cuero Biodegradable.**

16. ¿Conoce Ud. Sandalias fabricadas en cuero Biodegradable?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0,00%
NO	268	100%
TOTAL	268	100%

**Grafico 19. Conocimiento de sandalias fabricadas en Cuero Biodegradable.**

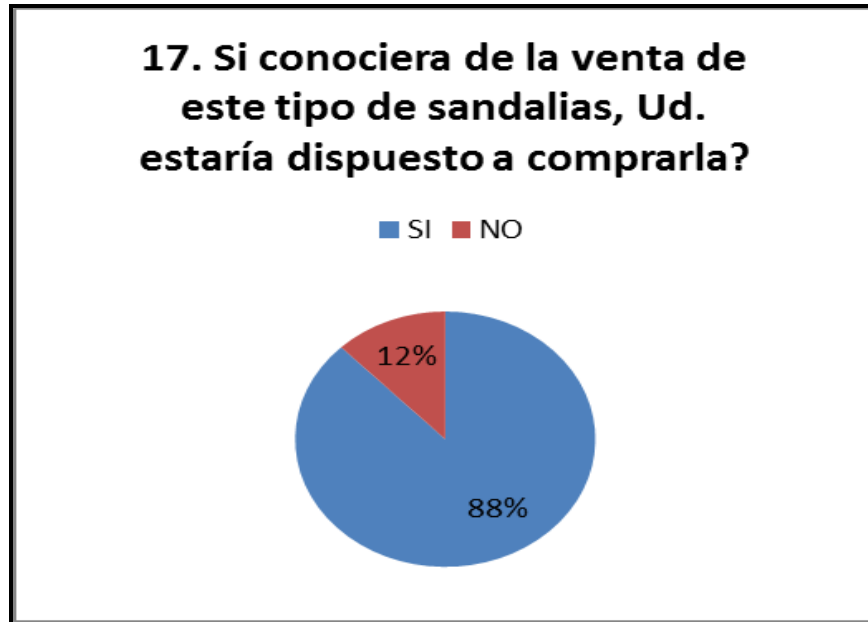


De las mujeres entrevistadas el 100% contestó no conocer sandalias fabricadas en materiales reciclables y Biodegradables.

**Cuadro 19. Aceptación de la nueva sandalia con materiales reciclables y Biodegradables.**

17. Si conociera de la venta de este tipo de sandalias, Ud. estaría dispuesto a comprarla?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	238	88,81%
NO	30	11,19%
TOTAL	287	100%

**Grafico 20. Aceptación de la nueva sandalia con materiales reciclables y Biodegradables.**



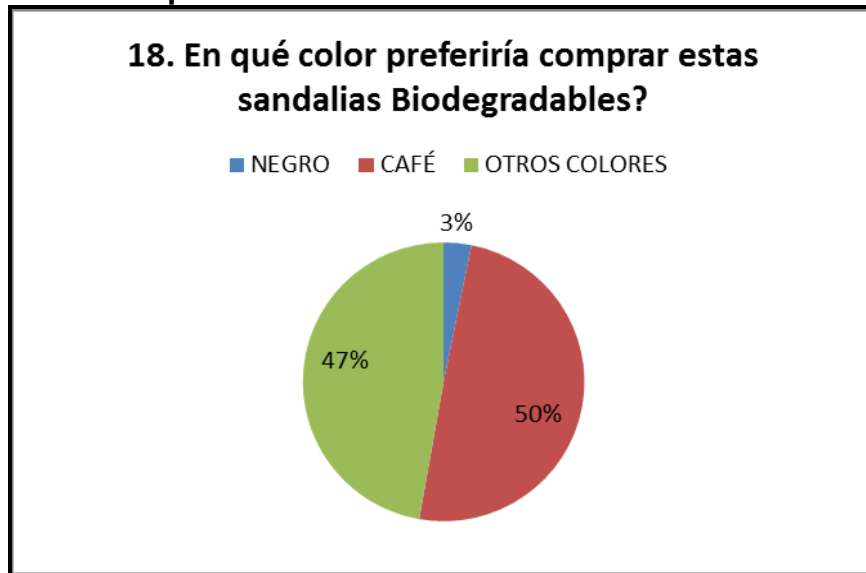
De las mujeres que manifestaron usar sandalias en Cuero el 88% contestó que si existiera en el mercado una sandalia con materiales reciclables y Biodegradables la compraría. Este dato es relevante en el proyecto ya que se evidencia una actitud de compra alta con la nueva línea de calzado de Floripe.

De aquí en adelante se analizara al 88% (238) de los encuestados que estarían dispuestos adquirir sandalias con material Biodegradable y reciclable ya que es el grupo de estudio que nos interesa evaluar.

**Cuadro 20. Color de preferencia**

18. En qué color preferiría comprar estas sandalias Biodegradables?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
NEGRO	8	3,36%
CAFÉ	118	49,58%
OTROS COLORES	112	47,06%
TOTAL	238	100%

**Grafico 21. Color de preferencia**

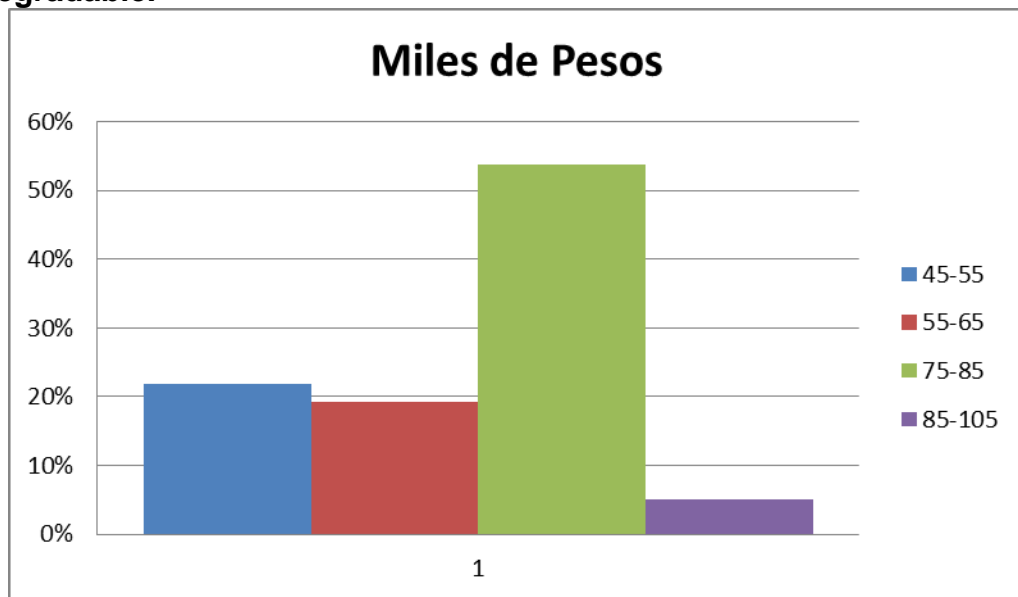


En las respuestas dadas por las mujeres en un 50% preferirían en la nueva línea de calzado Floripe una gama de colores variado diferente al negro y/o Café, esto muestra que en la fabricación de sandalias influyen los colores que implementa la moda actual.

**Cuadro 21. Precio promedio dispuesto a pagar por la sandalia en cuero biodegradable.**

19. Marque el rango en miles de pesos que estaría dispuesto a pagar por un sandalia en cuero Biodegradable:				
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Media	Promedio Ponderado
45-55	52	22%	\$60.000	13.109
55-65	46	19%	\$70.000	13.529
75-85	128	54%	\$80.000	43.025
85-105	12	5%	\$90.000	4.538
TOTAL	238	100%		\$74.202

**Grafico 22. Precio promedio dispuesto a pagar por la sandalia en cuero biodegradable.**

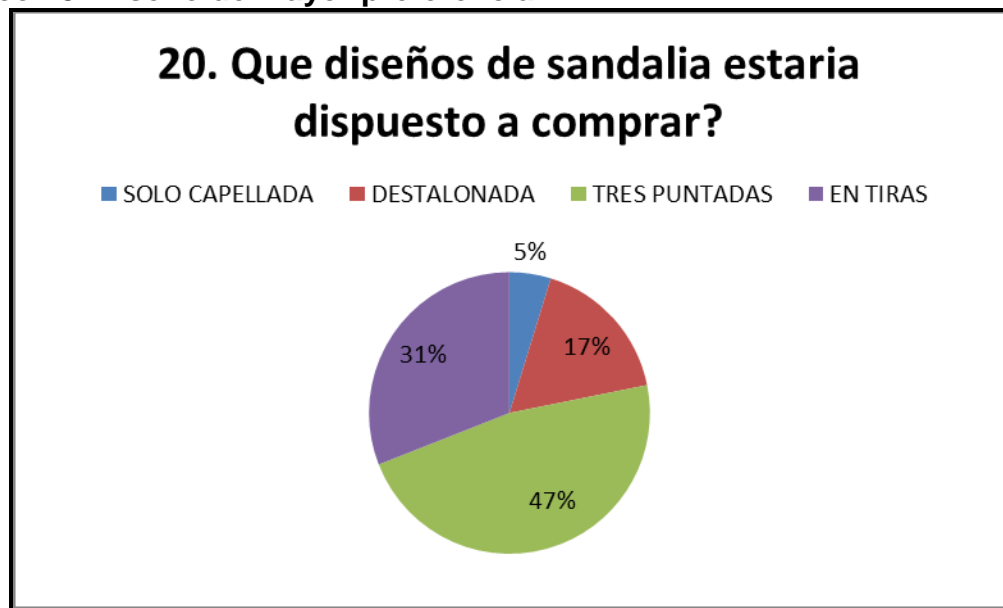


El rango más alto en miles de pesos en que las mujeres comprarían las sandalias con materiales reciclables y Biodegradables con mayor porcentaje se encuentra entre 85 y 105 mil pesos, dando como promedio de compra de este tipo de sandalia 74.202 mil pesos, valor muy cercano al arrojado en el promedio de valores en que las mujeres compran actualmente y esto nos indica que lo que estarían dispuestas a comprar va de la mano con un nivel de expectativa alta por la sandalia.

**Cuadro 22. Diseño de mayor preferencia**

20. Que diseños de sandalia estaría dispuesto a comprar?		
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SOLO CAPELLADA	13	5,46%
DESTALONADA	40	16,81%
TRES PUNTADAS	112	47,06%
EN TIRAS	73	30,67%
TOTAL	238	100,00%

**Gráfico 23. Diseño de mayor preferencia**

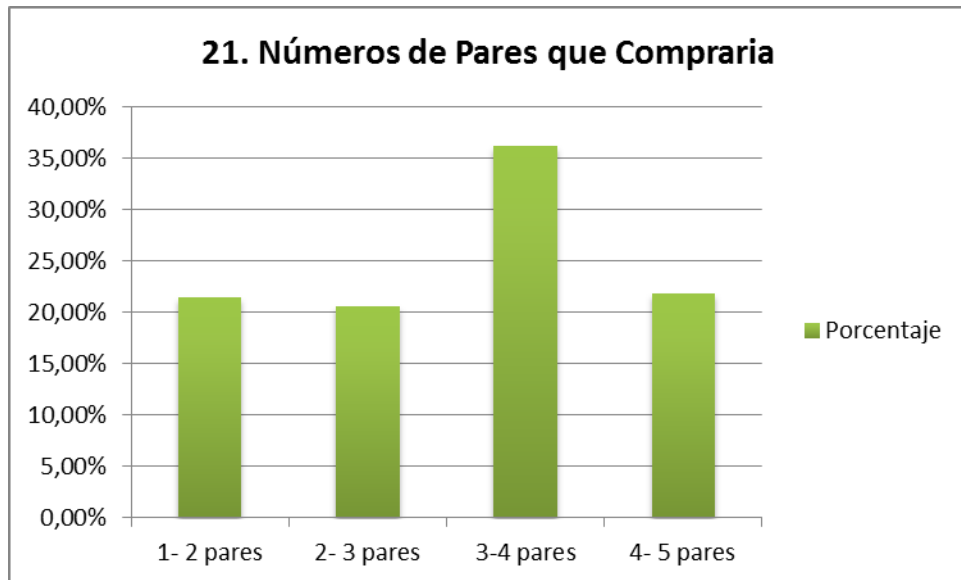


Cuando se preguntó qué tipo de sandalias estaría dispuesto a comprar la mayoría con un 47% contestó que compraría un diseño de sandalia tres puntadas y un 31% que compraría en tiras, Esta información es relativamente proporcional con la información de las preferencias de sandalias actuales que compran las mujeres que favorece el diseño que Floripe ofrecerá en su nuevo estilo de sandalia plana de materiales reciclables y biodegradables.

**Cuadro 23. Consumo promedio**

21. Marque los pares de sandalias que estaría dispuesto a comprar de sandalias en cuero Biodegradable y reciclables:					
Respuesta	Código	Frecuencia	Porcentaje	Media	Promedio Ponderado
1- 2 pares	1	51	21,43%	1,5	0
2- 3 pares	2	49	20,59%	2,5	1
3-4 pares	3	86	36,13%	3,5	1
4- 5 pares	4	52	21,85%	4,5	1
TOTAL		238	100%		3

**Grafico 24. Consumo Promedio**



En esta última pregunta se concluye con el número de pares que las mujeres estarán dispuestas a comprar de la nueva línea de calzado de FLORIFE y el porcentaje que la compraría. Arroja un número promedio de 3 pares por mujer al año, indicador altamente importante mostrando un grado de aceptación y expectativa alto por la sandalia.

**2.4.3 Estimación de la demanda.** De acuerdo a la información obtenida de las encuestas realizadas, se inicia la estimación de la demanda a través de la técnica de extrapolación.

La demanda Total de este tipo de calzado puede ser calculado de acuerdo a las preguntadas realizadas.

Si Se tiene en cuenta la Pregunta Numero 1 donde se le pregunta a la muestra de mujeres cuantas usan zapatos en Cuero el 90% contesto que sí, adicional en la pregunta número 5 se preguntó a las mujeres si ellas compran sandalias en cuero y un 77% manifestó que sí.

De acuerdo a la población objetivo que se determinó en el estudio son 3.892 las mujeres entre 20 y 44 años en la ciudad de Bucaramanga de los estratos 5 y 6 según el censo del DANE para el año 2005 con proyección para el año 2009, se realiza el cálculo del número de mujeres que usarían Zapatos en cuero en Bucaramanga, realizando una proyección al año 2013 de acuerdo al porcentaje de 1,18% estimado por el Dane de crecimiento poblacional.<sup>24</sup>

3892 Mujeres entre los 20 – 44 años de los estratos 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga x el 1,18% (Índice de crecimiento población estimado) Tenemos la siguiente proyección:

<b>Proyeccion Mujeres Estratos 5 y 6 Bucaramanga</b>				
<b>Mujeres Estratos 5 Y 6 DANE 2009</b>	<b>Inc. Poblacional 1.18% Año 2010</b>	<b>Inc. Poblacional 1.18% Año 2011</b>	<b>Inc. Poblacional 1.18% Año 2012</b>	<b>Inc. Poblacional 1.18% Año 2013</b>
3.892	3938	3984	4031	4079

De acuerdo al dato obtenido de mujeres se realiza el siguiente análisis de acuerdo a los datos recopilados en la encuesta del estudio de mercados:

Del total de las mujeres el 90% contesto que sí compran zapatos en cuero, es decir que:

$$4.079 * 90\% = 3.671 \text{ Mujeres}$$

De este total se encontró que el 77% manifestó comprar sandalia en Cuero:

$$3.671 * 77\% = 2.827$$

Estas son las mujeres interesadas en la Compra de Sandalias en Cuero.

<sup>24</sup> Disponible en: <http://www.dane.gov.co/files/BoletinProyecciones.pdf> ;

Cuando se les pregunto a las mujeres que contestaron afirmativamente por la compra de sandalias (el 77% de las mujeres encuestadas), si estarían dispuestas a comprar sandalias en cuero Biodegradable el 88% contesto que sí, es decir que ahora se hallara la demanda efectiva:

$$2.827 * 88\% = 2.488$$

Cuando se pregunta a las mujeres cuantos pares de sandalia estaría dispuesto a comprar de este tipo de Sandalia, se obtuvo el promedio de 3 pares en el año, de esta manera se estima la demanda total del producto en el año:

$$2.488 * 3 \text{ Sandalias totales año a producir} = 7.464 \text{ pares}$$

Se concluye que se estima una demanda proveniente de 2.488 mujeres interesadas en comprar la sandalia, para un total de 7.464 pares en un año.

**2.4.1.6 Proyección de la demanda:** Para esta proyección se tiene como base la información encontrada respecto al total de mujeres de los estratos 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga teniendo en cuenta que según el último censo del Dane el promedio de crecimiento poblacional en Colombia entre el año 2005 – 2010 de Colombia crecería en una tasa media anual de 1,18%.

Se realiza un cuadro ascendente con este dato de mujeres en Bucaramanga que posiblemente estarían dispuestas a comprar sandalias en Materiales Biodegradables y Reciclables, incrementando este porcentaje de crecimiento.

**Cuadro 24 Proyección de Mujeres que Demandan Sandalias Biodegradables y reciclables.**

AÑO	NUMERO DE MUJERES ESTIMADAS (C. P 1.18%)	MUJERES QUE COMPRAN ZAPATOS EN CUERO 90%	MUJERES QUE COMPRAN SANDALIAS EN CUERO 77%	INTERES POR SANDALIA EN MATERIALES BIODEGRADABLES Y RECICLABLES 88%	SANDALIAS QUE COMPRARIAN AL AÑO (3Pares)
2013	4.079	3.671	2.827	2.488	7.464
2014	4.127	3.714	2.860	2.517	7.551
2015	4.176	3.758	2.894	2.547	7.641
2016	4.225	3.803	2.928	2.577	7.731
2017	4.275	3.847	2.962	2.607	7.821

Se observa que la demanda proyectada es ascendente de las cantidades de sandalias biodegradables y reciclables en la ciudad de Bucaramanga.

## **2.5 OFERTA O COMPETENCIA**

Mediante el comportamiento de la oferta se desea identificar la cantidad de empresas que conforman la competencia para el proyecto, además mediante esta se podrá diferenciar cuales de estas empresas están en la capacidad de producir sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero con sus diferentes ventajas, desventajas y diferencias.

Actualmente y según las investigaciones realizadas en la ciudad de Bucaramanga no existe ninguna empresa que fabrique o comercialice sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero, las consultas se realizaron en la cámara de comercio inicialmente y posterior con las fábricas de calzado para dama consultadas y de ninguna de las fuentes se obtuvo datos de la fabricación de Sandalias en materiales Biodegradables y Reciclables.

**2.5.1 Necesidades de Información.** Conociendo a fondo los competidores se podrá tener importantes bases de análisis para así diseñar las estrategias de comercialización que aumente las posibilidades de éxito en el mercado para la nueva línea de sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero de la empresa de calzado FLORIFE.

Debido a la ausencia de fabricantes y comercializadores de sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero, lo más conveniente fue realizar una entrevista a dos empresarios del sector del calzado y cuyas empresas son fuertes en el mercado, tienen un mercado similar al del proyecto ya que se dedican única y exclusivamente a la fabricación de sandalias planas en cuero para los estratos 5 y 6: Dimorini y Reyver.

**2.5.2 Ficha Técnica de la Oferta.** Para realizar la investigación sobre la oferta se diseñó la siguiente ficha técnica, donde se consideran el tipo y método de investigación, la técnica de recolección de información, instrumento y modo de aplicación.

**Cuadro 25. Ficha Técnica de la Oferta**

<b>Tipo de investigación</b>	<p>Descriptiva: este tipo de investigación permite conocer las características de la producción de sandalias planas en cuero que se están ofertando actualmente en la ciudad de Bucaramanga.</p> <p>Exploratoria: esta investigación permite familiarizarse con los procesos de producción de sandalias planas en cuero que se están ofertando en la ciudad.</p>
<b>Método de investigación</b>	<p>Inductivo: proceso que permitirá llegar a conclusiones y premisas generales sobre el comportamiento general de la oferta.</p> <p>Deductivo: proceso para conocer los productos de sandalias planas en cuero que se están ofertando con su frecuencia y costo del mismo.</p> <p>Análisis: permitirá establecer la relación causa-efecto entre las diferentes características de la competencia y para ello se utilizará la información obtenida de las encuestas.</p> <p>Síntesis: este método servirá para sacar la conclusión del estudio y definir las fortalezas y debilidades de la competencia.</p>
<b>Fuentes de información</b>	La fuente utilizada para el desarrollo de la investigación de la oferta será: primaria, se utiliza una entrevista con productores de sandalias planas en cuero que servirá como guía o referente en el análisis del estudio.
<b>Técnicas de investigación</b>	Entrevista
<b>Instrumento para recolectar la información</b>	Cuestionarios de preguntas
<b>Modo de aplicación</b>	Directa
<b>Definición de población (elemento, muestral o censal)</b>	<p>La población está constituida por:</p> <p>Elemento: empresario del calzado que ofrece sandalias planas en cuero.</p> <p>Unidad de muestreo: cada una de las empresas registradas en la cámara de comercio que ofrecen este tipo de productos en la ciudad de Bucaramanga.</p>
<b>Marco muestral o censal</b>	Censal, 2 empresas Dimorini y Reyver.
<b>Alcance</b>	Ciudad de Bucaramanga
<b>Tiempo de aplicación</b>	Del 29 – 31 de Octubre de 2013

**2.5.3 Resultados del trabajo de campo.** Se realizó una entrevista con los empresarios dueños de las dos fábricas de sandalia plana en cuero Dimorini y Reyver. Las preguntas que se hicieron fueron las siguientes:

- ¿Con que materiales fabrican sus diseños exclusivos y por qué los utilizan?
- Márgenes de utilidad en porcentaje.
- Características del producto y lo que puede elegir el cliente.
- Precios que cobran cuando se utilizan hormas exclusivas, diseño único y materiales especiales.
- Producción de sandalias planas en cuero al mes, mínimo y máximo.
- Talla de sandalias planas en cuero más utilizado.

- Tiempo para entregar el producto encomendado.

Debido a las características, forma y fondo de las preguntas utilizadas, los resultados presentados son cualitativos y reflejan las apreciaciones personales de los dos propietarios de empresas productoras de sandalias planas en cuero en Bucaramanga.

### **Resultados:**

- Utilizan cuero de las mejores curtiembres de Colombia, y lo utilizan porque representa una gran confianza, calidad, maniobrabilidad y disponibilidad a diferencia de otros materiales importados como el sintético.

Las otras partes del calzado como lo es la suela, tacones y demás materiales son elegidos después de haber sido probados en todos los productos con un único proveedor en la ciudad de Bucaramanga.

- Los márgenes de utilidad son altos, están por el orden del 80 al 150% dependiendo del modelo elegido, de la ubicación del punto de venta y del margen de ganancia que el fabricante desee.
- Dentro de las características del producto que están ofreciendo, el cliente puede elegir materiales y diseños para bajar costos, por ejemplo: el aumento de la capellada, cambio de colores o una modificación mínima que no representa mayores esfuerzos.
- El calzado se aumenta en su precio al tener hormas exclusivas, diseño único y materiales especiales; así se alcanzan costos hasta de \$350.000 que el cliente paga luego de estar seguro de que lo que pidió es efectivamente lo entregado.
- Actualmente indican que los niveles de producción son de alrededor de 300 pares mensuales y en temporada alta llegan a 350 pares. La mayoría de las sandalias planas en cuero que producen es para tallas entre 35 y 40.
- El tiempo cumplir las órdenes del cliente es alrededor de 20 días calendario.

Las empresas Dimorini y Reyver tienen una gran fortaleza y es que pueden basarse en que son conocidas y tienen buena imagen en la ciudad.

Como debilidades se observa que no son novedosos en los diseños que ofrecen ya que se basan en lo que sus clientes solicitan y una base de estilos con pequeñas variaciones poco arriesgadas, además el tiempo de entrega de un pedido es relativamente largo: 20 días.

**2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia.** Como ya se precisó no existe información sobre cantidades ofertadas de sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero en Bucaramanga, y por esto, la

información que se maneja es la derivada de la entrevista realizada a dos propietarios de este tipo de empresas.

En líneas generales, no hay empresas que fabriquen sandalias con materiales biodegradables y reciclables en cuero, por lo que se infiere que es un mercado virgen o sin exploración y que como referencia se tiene que las mismas sandalias fabricadas por las empresas indagadas podrían llegar a ser la oferta de sandalias planas pero fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero, es decir, la oferta se proyecta con la tendencia de estas dos empresas de lograr una venta de 7200 pares/año (300 mensuales X 2 empresas X 12 meses).

## 2.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

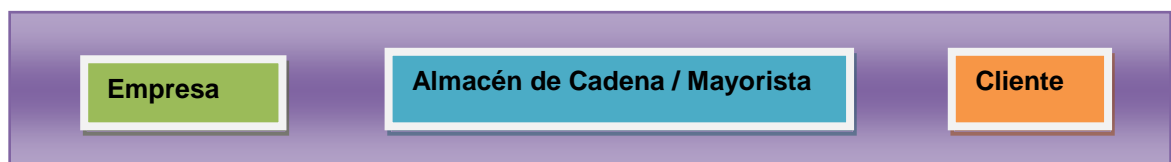
Para el año 2013 la proyección de la demanda estimó que dichas damas comprarían 7.464 pares de sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero en Bucaramanga y actualmente existe una oferta de 7200 pares al año, lo que indica que el mercado está altamente atendido, así:  $\text{Oferta proyectada} / \text{Demanda proyectada} = 7200 / 7.464 = 96\%$  un porcentaje de Demanda Satisfecha de sandalias en cuero plana para dama, sin embargo de acuerdo al nivel de exigencia y cambios que presenta el mercado existe una oportunidad para implementar nuevos materiales en la fabricación de calzado y abrir el sector del calzado.

Es un momento oportuno para empezar a innovar y entrar a competir en el mercado con la sandalia biodegradable y reciclable, ya que en el mercado se encuentra cualquier tipo de sandalias en colores, estilos, alturas, pero no en material, el momento perfecto para inyectar tecnología de punta acompañada de ingenierías verdes que contribuirán al cuidado del medio ambiente.

## 2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

Actualmente Floripe utiliza el canal de comercialización Indirecto:

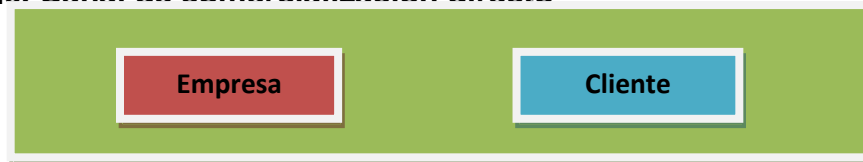
### Grafico 25. Distribución actual Floripe



La producción de Floripe se destina al mercado nacional incluyendo almacenes de la ciudad de Bucaramanga, cuando los despachos son realizados a otras ciudades son llevados por empresas transportadoras.

**2.7.1 Estructura de canales actuales.** Con la Nueva Línea de Calzado Floripe Sandalias con materiales Reciclables y Biodegradables se usara el Canal de Comercialización Directo:

**Grafico 26. Canal de comercialización directo**



Para la ciudad de Bucaramanga inicialmente se contara con un punto de venta donde los clientes identificaran las características diferenciadoras del calzado, donde se hará énfasis en la calidad del producto y beneficios al medio ambiente.

**2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.** Del canal Directo se mencionan las Ventajas y Desventajas de mayor importancia al momento de comercializar.

**Ventajas:**

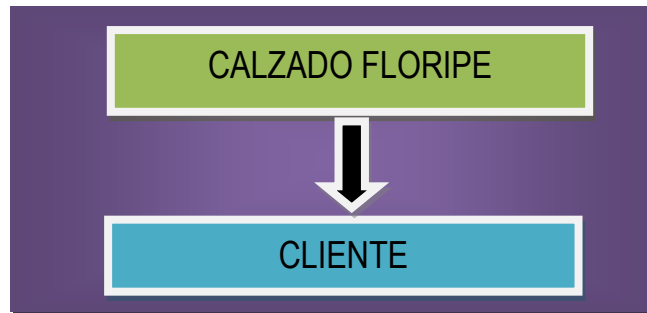
Este canal es recomendable para las empresas que desean que el consumidor final tenga un reconocimiento inmediato del fabricante, en la apertura de una empresa nueva o en este caso en el lanzamiento de un producto nuevo ya que permite un control de precios y plantear estrategias de mercado.

**Desventajas:**

Se requiere de un espacio amplio y cómodo donde se pueda recibir el cliente con el fin de atender sus necesidades en cuanto al tipo de producto que desea comprar.

**2.7.3 Selección de los canales de comercialización.** El canal de Comercialización elegido es el directo y se muestra en la Grafico 25 – realizar una introducción.

**Grafico 27. Canales de comercialización**



## 2.8 PRECIO

**2.8.1 Análisis de Precio de la Competencia.** Cuando se realiza el inicio de comercialización de una nueva línea de calzado, es importante tener en cuenta los canales de distribución, promoción y publicidad, pero también es de gran importancia conocer en el mercado actual la competencia directa e indirecta que precios de venta maneja, de acuerdo a lo analizado en las preguntas se logra identificar que en el mercado se encuentran sandalias en cuero desde \$65.000 hasta \$120.000, su precio depende de los materiales e insumos utilizados para su fabricación y el reconocimiento con el que cuenta sus marcas.

**2.8.2 Estrategias de fijación de precios.** La estrategia que se usara para la fijación de precios es la que de acuerdo a los costos de producción de la sandalia se establecerá el porcentaje de utilidad esperado con el fin de obtener una rentabilidad de la comercialización de la sandalia.

**Grafico 28. Estrategia para Fijación de Precio.**



## 2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

Hacer publicidad y promoción, debe generar ventas, ya que es una forma de motivar a la gente a comprar productos y/o servicios, por tanto la publicidad debe hacer que los mensajes plasmados al ofrecer un producto y/o servicio sean creíbles, aceptables, persuasivos y urgentes, es decir, que impacten al público de manera clara y directa.

Para dar a conocer el calzado de sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero en Bucaramanga es necesario hacer una publicidad previa de lanzamiento, ofreciendo información sobre las características y beneficios de esta nueva línea de calzado propuesta por calzado FLORIFE.

La publicidad está enfocada hacia las mujeres de los estratos 5 y 6 y con edades de 20 a 44 años, residentes en la ciudad de Bucaramanga.

**2.9.1 Objetivos.** Los objetivos que se pretenden alcanzar con las estrategias de publicidad y promoción son:

- a) Realizar publicidad de manera limpia con mensajes claros y sencillos para generar impacto en los consumidores del producto.
- b) Incursionar en el mercado motivando y estimulando a las damas a través de estrategias publicitarias (volantes informativos), donde se genere un conocimiento e interés por el nuevo producto ofertado.
- c) Crear interés en las personas que lean o escuchen motivándolos a solicitar sandalias fabricadas con materiales biodegradables y reciclables en cuero.
- d) Consolidar la presencia de la empresa de calzado FLORIFE en el mercado, asegurando los clientes al brindarle una sandalia de excelente calidad, con grandes beneficios para los pies de las damas y el medio ambiente, esto ya se encuentra reflejado en el logotipo y lema o slogan que utiliza la empresa.
- e) Lograr que los demandantes del producto puedan identificar mediante su nombre y logotipo la razón social de la empresa.

## 2.9.2 Logotipo

Grafico 29. Logotipo



Este logo representa el símbolo de la ecología y el reciclaje, con la nueva línea de calzado se pretende crear en los clientes una cultura ambientalista y que cambien sus sandalias tradicionales por sandalias cómodas, suaves, cuidando sus pies que lo representa las sandalias y a la vez el planeta.

## 2.9.3. Eslogan

*“La Naturaleza vuelve a tus pies”*

El lema hace referencia a una parte importante que requiere de un cuidado excepcional y son los pies, con la idea innovadora de Florife de crear sandalias con materiales reciclables y Biodegradables se busca marcar la diferencia y persuadir a los clientes ya que si usan estas sandalias dejaran huella en el cuidado de sí mismas y el planeta.

**2.9.4 Análisis de medios.** Para lo lograr la selección de medios adecuada para la nueva línea de calzado se debe determinar claramente el alcance, la frecuencia y el impacto que se quiere lograr el entendimiento del mensaje en la población de Bucaramanga.

- Alcance: Llegar a las mujeres de estratos 5 y 6 de la ciudad de Bucaramanga, con edades entre los 20 y 44 años.
- Frecuencia: El objetivo es que la población esté totalmente enterada del mensaje de la empresa, a través de medios especializados y de mayor acogida por la población objeto de estudio. La frecuencia en cada medio seleccionado se presenta en el ítem: selección de medios.
- Impacto: Se busca un impacto alto de comunicación, que permita sensibilizar, motivar y acoger al cliente sin llegar a un grado de saturación.

**Periódicos:** Es un medio básico de comunicación que ofrece anuncios veraces, llamativos y a un costo razonable, lo más importante es que puede llegar a diario al público objetivo. Actualmente se cuenta con una gran variedad de periódicos no solo a nivel regional si no también directamente relacionados con el público objetivo como lo es el periódico GENTE.

**Revistas:** Son medios costosos pero tienen gran probabilidad de alcanzar la audiencia objetivo deseada, se debe tener muy en cuenta la clase de revista y el segmento al cual pertenecen.

**Televisión:** Un medio altamente costoso para una empresa pequeña pero que ofrece gran número de posibles consumidores al tener una gran aceptación, credibilidad y la posibilidad de expresar o llevar el mensaje de manera visual y auditiva, adicionalmente se debe tener en cuenta que actualmente Bucaramanga posee un medio televisivo propio en crecimiento que puede estar dentro del presupuesto de la publicidad y promoción de la empresa.

**Radio:** Es un medio de comunicación masivo con gran aceptación en el público y/o cliente. Es un medio importante con un costo moderado o bajo de acuerdo a lo que se quiera.

**Publicidad al aire libre:** El uso de carteles, pancartas, vallas, afiches y personas hacen parte de un medio amplio, flexible y de bajo costo.

**Portafolio de productos:** Es un medio básico y de gran aceptación por el público, probado y sostenido por varias empresas en la actualidad, su costo depende en gran medida de los colores y presentación final.

**Internet:** Es el medio de comunicación más económico y utilizado en la actualidad, permite una interacción empresa-cliente muy buena, además de presentar el producto al cliente le da la posibilidad de realizar compras sin salir de la casa.

Teniendo en cuenta que para la empresa de calzado FLORIFE la sandalia elaborada en materiales reciclables y biodegradables es un producto nuevo en el mercado, su acogida, identidad y popularidad serán etapas a lograr mediante el conocimiento, interés, evaluación, prueba, adopción y recompra; para esto lo más importante es que la publicidad y promoción de a conocer la diferencia clara y ventajosa del producto con un valor incalculable y sensible en la actualidad como lo es el cuidado y preservación del medio ambiente.

**2.9.5 Selección de medios.** Todos los medios de comunicación tienen diversas características y tienen ventajas o desventajas. De acuerdo a las características de esta nueva línea de calzado se analizaron los siguientes ítems para definir los medios más adecuados:

**Costo:** Es importante tener en cuenta que hay medios de Comunicación que son costosos y en estos tiempos con las redes sociales se puede hacer publicidad sin invertir en medios menos efectivos.

**Mensaje:** El mensaje debe ser directo a los clientes, claro, ágil y rápido en su difusión.

Teniendo en cuenta lo anterior se seleccionan los siguientes medios:

- ✓ Medio Impreso: Publicidad en los periódicos Regionales y portafolio de Servicios.
- ✓ Medios Electrónicos: Cuentas en los diferentes Medios de Redes Sociales, Facebook, Twitter, Pagina web.

**2.9.6 Estrategias Publicitarias.** Publicidad de Expectativa: Se realizara previa al lanzamiento de la línea una publicación en el periódico Gente de Bucaramanga donde se contara con detalles la producción de esta nueva línea y diseño de las sandalias para que las mujeres que deseen puedan acercarse hasta el punto de venta el día del lanzamiento.

Se realizara la invitación a través de medios radiales RCN Y CARACOL dos semanas antes del lanzamiento en el punto de venta para que los clientes el día de la inauguración se acerquen a comprar.

Publicidad de Operación: Con el fin de dar continuidad al conocimiento de la sandalias, a través de los medios impresos en las revistas regionales eventualmente, durante el primer año se pautara 6 veces y se realizara el diseño de la página Web donde las clientes podrán hacer el contacto, conocer los diferentes estilos y de esta manera puedan llevar una idea de compra al punto de venta.

**2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción.** Toda la publicidad y promoción debe presupuestarse para conocer la financiación y su costo.

**2.9.7.1 De lanzamiento:** Este tipo de Publicidad tiene como finalidad dar a conocer a sus clientes potenciales la sandalia Biodegradable y reciclable FLORIFE:

**Cuadro 26.Publicidad de lanzamiento**

DESCRIPCION	CARACTERISTICAS	VALOR
<b>Presupuesto de Lanzamiento</b>		
Pauta Publicitaria Periódico Gente	Pauta por dos semanas media Página. (El periódico Circula de manera gratuita todas las semanas)	\$ 1.980.000
Cuña Radial en los Canales Rcn y Caracol	14 Cuñas Radiales (7 en cada Emisora) en horas de la mañana por 30 segundos.	\$ 1.330.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$3.310.000</b>

**2.9.7.2 De operación:** Este tipo de Publicidad tiene como finalidad dar sostenimiento a la estrategia implementada para incrementar el número de mujeres que desean comprar sandalias Biodegradables y Reciclables.

**Cuadro 27. Publicidad de Operación**

DESCRIPCION	CARACTERISTICAS	VALOR
<b>Presupuesto de Operación</b>		
Pautas Publicitarias en Revista Gente	6 pautas en la revista Gente	\$ 438.600
Contratación elaboración Pagina Web	Página Web	\$ 2.000.000
Pago del Dominio de la Pagina Web	Valor del Dominio por dos años	\$ 160.000
<b>Total</b>		<b>\$2.598.600</b>

## 3. ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

**3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.** Este proyecto se define en su tamaño con el número de pares de sandalias biodegradables y reciclables a fabricar en un mes, teniendo en cuenta los factores externos como el tamaño del mercado actual.

**3.1.2 Factores que determinan el tamaño de un proyecto.** Se analizan los siguientes factores que son claves al momento de determinar el tamaño del proyecto:

- El tamaño del proyecto y la demanda: En cuanto a este factor se evidencia en el estudio de mercado un porcentaje favorable de intención de compra de este tipo de sandalias Biodegradables y reciclables. De acuerdo a lo datos arrojados por el estudio y analizados en el numeral 2.4.2 el total de pares a comprar por la mujeres, que manifestaron su intención de compra, en el año es de 12.141 pares que significan 1012 pares mensuales.
- El tamaño del proyecto y los suministros e insumos: Los insumos y suministros en su gran mayoría son comercializados en Colombia, específicamente en las ciudades de Medellín y Barranquilla, el único insumo a importar es el forro de las plantillas que proviene de la fibra del Bambú que se fabrica en la empresa experta en tejidos ecológicos **ENGOOTEX** ubicada en España, la compra se realiza a través de una de la peleterías con las que se realiza la compra de insumos en la ciudad de Bucaramanga.
- El tamaño del proyecto y la tecnología y equipos: FLORIFE cuenta con una tecnología flexible que le permite usar las máquinas y el conocimiento técnico del recurso humano para la fabricación de la sandalia Biodegradable y reciclable. Para la introducción de la nueva línea de Calzado no se requiere de compra de maquinaria especial, ya que se hará uso de la maquinaria actual y por lo tanto no implica inversión en la compra de ningún tipo de equipo.
- El tamaño del proyecto y la localización: FLORIFE ya cuenta con su fábrica ubicada en el barrio San Francisco, barrio estratégico ya que se ha destacado siempre por su popularidad en la fabricación y comercialización de calzado.
- El tamaño y el financiamiento: Para este proyecto se cuenta con una infraestructura y maquinaria disponible, que se adapta totalmente al proceso de fabricación de la nueva línea de sandalia biodegradable y reciclable, por lo tanto haciendo un aprovechamiento de la planta actual, no se requiere de realizar un financiamiento.

**3.1.3 Capacidad del proyecto.** La capacidad del proyecto es la cantidad de pares que la Empresa de calzado FLORIFE debe producir para ser ofrecidas en la ciudad de Bucaramanga a las mujeres económicamente activas de los estratos 5 y 6 y que se encuentran entre los 20 y 44 años de edad.

Para lograrlo se deben tener en cuenta tres capacidades determinantes.

- Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio
- Capacidad instalada
- Capacidad utilizada y proyectada

**3.1.3.1 Capacidad total diseñada por línea de producto o servicio:** Esta capacidad corresponde al nivel o volumen máximo de pares que se pueden producir con la maquinaria dispuesta, trabajando al máximo nivel con relación a la unidad de tiempo.

Para el caso de Floripe se trabaja un turno de 8 horas diarias, seis (6) días de la semana. El producto de la Empresa Floripe es la zapatilla y el estándar de fabricación es de cuarenta y cinco (45) minutos, a continuación se aprecia el cálculo para determinar la capacidad total diseñada de FLORIFE.

**Cuadro 28. Capacidad total diseñada Actual de Zapatilla Floripe**

TOTAL OPERARIOS	TURNOS/DIA	HORAS/ TURNO	MINUTOS/ DIA	DIAS/ SEMANA	TOTAL MIN/ SEMANA	TIEMPO ESTÁNDAR EN MIN DE FABRICACIÓN ZAPATILLA ACTUAL	PCCIÓN PARES MENSUAL	PCCIÓN PARES SEMANAL	PCCION PARES DIARIA
6	1	8	2.880	6	17.280	45	1.536	384	64

**3.1.3.2. Capacidad instalada:** La empresa cuenta con 6 operarios para la fabricación de la zapatilla que trabajan en un turno de 8 horas por 6 días a la semana, descontando de cada turno 30 Minutos de descanso para los operarios en los procesos de Producción y un porcentaje de ausentismo del 1% que representan para los 6 operarios 29 minutos diarios:

### Cuadro 29 Capacidad Instalada Actual de Zapatilla Floripe

TOTAL OPERARIOS	TURNOS/DIA	HORAS/ TURNO	MINUTOS/ DIA	DESCANSO EN TURNO (Min/Día Por cada Trabajador)	AUSENTISMO (Min/Día Por cada 6 Trabajadores)	DIAS/ SEMANA	TOTAL MIN/ SEMANA	TIEMPO ESTÁNDAR EN MIN DE FABRICACIÓN ZAPATILLA ACTUAL	PCCIÓN PARES MENSUAL	PCCIÓN PARES SEMANAL	PCCION PARES DIARIA
6	1	8	2.880	30	29	6	16.926	45	1.505	376	63

**3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada:** De acuerdo a los datos estadísticos de la Producción de Floripe, se tiene en cuenta el promedio de pares fabricados en los dos últimos años como se muestra en el siguiente cuadro, los datos fueron facilitados por la Dueña y Gerente de FLORIFE, la Sra. Flor Smith Niño Lizarazo, con el fin de determinar su capacidad actual y estimar las unidades a producir de la nueva línea de sandalias:

### Cuadro 30. Pronóstico de Ventas y Producción de zapatilla FLORIFE 2012 y 2013

PRONOSTICO DE VENTAS Y PRODUCCIÓN FLORIFE AÑOS 2012 Y 2013													
	ENERO	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Zapatilla Pccion 2012	520	900	920	950	1.020	980	1.050	1.000	1.000	980	1.000	1.250	11.570
Zapatilla Pccion 2013	500	950	980	1.000	1.100	1.000	1.100	990	980	1.020	1.100	1.350	12.070
<b>TOTAL PROMEDIO</b>	<b>510</b>	<b>925</b>	<b>950</b>	<b>975</b>	<b>1.060</b>	<b>990</b>	<b>1.075</b>	<b>995</b>	<b>990</b>	<b>1.000</b>	<b>1.050</b>	<b>1.300</b>	<b>11.820</b>

Con este Pronóstico de Producción de los años 2012 y 2013 se obtiene el dato de la producción promedio actual mensual de 985 pares y con la capacidad instalada calculada (1.505 pares mensuales - ver cuadro 29) se puede concluir que existe una capacidad disponible con la que cuenta la planta para fabricar la nueva línea de Sandalias Biodegradables y reciclajes que permite incrementar las utilidades aprovechando al máximo su capacidad, homogenizando su producción y llevando a rendir con mayor eficiencia la planta.

La Fábrica Floripe tiene de acuerdo a la capacidad diseñada calculada 63 pares de su línea de Zapatilla, es decir de 376 pares semanales y/o 1.505 pares al mes, tiene disponibles 16.926 minutos a la semana para su producción, actualmente fábrica diario en promedio 41 pares diarios, 246 pares semanales (Tomado del promedio total de la producción de ventas del año 2012 y 2013) usando 11.070 minutos semanales mostrando una eficiencia de la 65% de la planta.

FLORIFE cuenta con 976 minutos disponibles semanales para calcular la Capacidad Utilizada para la fabricación de la nueva línea de sandalia y por las condiciones actuales del mercado se tendrá en cuenta para la capacidad proyectada el 60% de la capacidad calculada presupuestando un incremento del

10% cada año por los próximos 5 años. A continuación se relaciona el número de pares a producir con el tiempo estándar de fabricación de la nueva línea que se puede apreciar en el diagrama de operaciones de la sandalia Biodegradable y reciclable.

## Capacidad Utilizada

**Cuadro 31. Capacidad Utilizada Sandalia Biodegradable y Reciclable**

TOTAL OPERARIOS	TURNOS/DIA	HORAS/ TURNO	MINUTOS DISPONIBLES POR DÍA	DÍAS/ SEMANA	TOTAL MIN/ SEMANA	TIEMPO ESTÁNDAR EN MIN DE FABRICACIÓN NUEVA SANADALIA	PCCIÓN PARES MENSUAL	PCCIÓN PARES SEMANAL	PCCION PARES DIARIA
6	1	8	976	6	5.856	37	633	158	26

**Cuadro 32 Capacidad utilizada y proyectada Sandalia Biodegradable y Reciclable**

PROYECCIÓN DE LA CAPACIDAD					
Producto	Año1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sandalia Biodegradable y Reciclable	4560	5016	5520	6072	6684
Capacidad Instalada	60%	70%	80%	90%	100%

## 3.2 LOCALIZACIÓN

**3.2.1 Macro localización.** La Empresa de Calzado FLORIFE está situada en el departamento de Santander, municipio de Bucaramanga, ciudad que ofrece las siguientes ventajas:

- El departamento de Santander y su capital Bucaramanga son reconocidos a nivel nacional e internacional por la calidad del calzado que se fabrica, por su variedad de ofertas y por su competitividad en precios lo cual favorece a Floripe para captar nuevos mercados.
- Dentro de Bucaramanga existen sectores reconocidos por la fabricación y comercialización de calzado, sectores donde se encuentran el mayor número comerciantes de este ramo ofreciendo calidad, variedad en diseños y horarios flexibles de atención al público.

- Bucaramanga cuenta con una excelente ubicación geográfica y la ciudad tiene facilidad de adquisición de insumos del calzado como cuero, plantillas, pegantes además de tener gran oferta de Hoteles y Restaurantes y un crecimiento urbanístico acelerado que favorece el desarrollo económico en la región

**3.2.2 Micro localización.** Para evaluar la ubicación más acertada dentro de la ciudad de Bucaramanga, se seleccionaron tres (3) sectores de la ciudad:

- Barrio Centro
- Barrio San Miguel
- Barrio San Francisco

Se tienen en cuenta estos tres sitios por el gran número de concentración de productores y comercializadores de calzado para todo tipo de género y se elegirá uno de ellos a través del método de asignación de puntos.

**3.2.3 Selección de Factores.** Para evaluar la ubicación más acertada dentro de la ciudad, se contemplan los siguientes factores que permiten la óptima realización del proyecto:

- Valor de arrendamiento
- Servicio publico
- Zonas de parqueo
- Vías de acceso al sector
- Acceso a trasporte publico
- Ubicación geográfica
- Proximidad a proveedores

#### **Definición de factores**

- **Costo de Arrendamiento:** Valor que se proyecta para el pago del canon mensual del lugar donde se va a elaborar el producto y se cancela de acuerdo a las condiciones acordadas con la arrendataria o propietario.
- **Servicios Públicos:** Acceso a servicios públicos como energía, agua, gas y telecomunicaciones
- **Zonas de parqueo:** Lugares y sitios permitidos para el fácil acceso a parqueo de vehículos.

- **Vías de acceso al sector:** Acceso al sector por vías vehiculares en cantidad y en buen estado
- **Acceso a transporte público:** Disponibilidad de rutas de transporte público en el sector (Metrolínea, busetas, taxis)
- **Ubicación geográfica:** Sector que se distingue por ciertas características geográficas, botánicas y zoológicas.
- **Proximidad a proveedores:** Concentración del mercado, oferta y demanda y fácil consecución de materias primas.

## Ponderación de Factores

**Cuadro 33. Factores de ponderación**

Factores		Ponderación
Factor 1	Costo de Arrendamiento	15%
Factor 2	Servicios Públicos	15%
Factor 3	Zonas de Parqueo	10%
Factor 4	Vías de acceso al sector	15%
Factor 5	Acceso a transporte público	15%
Factor 6	Ubicación geográfica	20%
Factor 7	Proximidad a proveedores	10%

**Cuadro 34. Costo de Arriendo**

Factor 1. Costo de arrendamiento	
Grados	Descripción
Grado 1	Mayor a \$ 1.500.000
Grado 2	Entre \$850.000 y \$1.500.000
Grado 3	Menor a \$850.000

**Cuadro 35. Servicios públicos**

Factor 2. Servicio Públicos	
Grados	Descripción
Grado 1	Mayor a \$ 500.000
Grado 2	Entre \$300.000 y \$500.000
Grado 3	Menor a \$300.000

### Cuadro36.Zonas de parqueo

Factor 3 Zonas de Parqueo	
Grados	Descripción
Grado 1	No hay acceso a zonas de parqueo
Grado 2	Poco acceso a zonas de parqueo
Grado 3	Facilidad de acceso a zonas de parqueo

### Cuadro 37.Vías de acceso al sector

Factor 4 Vías de Acceso al sector	
Grados	Descripción
Grado 1	Mínimo número de vías de acceso para los vehículos
Grado 2	Regular número de vías de acceso para los vehículos
Grado 3	Adecuado número de vías de acceso para los vehículos

### Cuadro 38.Acceso a transporte público.

Factor 5 Acceso a transporte publico	
Grados	Descripción
Grado 1	Bajo acceso a rutas de trasporte público en el sector ( Buses, Taxis)
Grado 2	Algunas Rutas de trasporte público en el sector (Buses, Taxis)
Grado 3	Alto nivel de trasporte público en el sector (Buses, Taxis)

### Cuadro 39.Ubicación geográfica

Factor 6 Ubicación Geográfica	
Grados	Descripción
Grado 1	Difícil acceso y ubicación Geográfica
Grado 2	Regular acceso y ubicación al sector
Grado 3	Fácil ubicación del sector

### Cuadro 40.Proximidad a proveedores

Factor 7 Proximidad a proveedores	
Grados	Descripción
Grado 1	Poca actividad comercial en el sector
Grado 2	Actividades comerciales limitadas en el sector
Grado 3	Alto nivel de actividades comerciales en el sector

El valor se determina teniendo en cuenta que el lugar ideal para la ubicación de la empresa es de 100 puntos, así:

### Asignación de puntos.

**Cuadro 41. Asignación de puntos.**

F1 : 100 * 0.15 = 15
F2 : 100 * 0.15 = 15
F3 : 100 * 0.10 = 10
F4 : 100 * 0.15 = 15
F5 : 100 * 0.15 = 15
F6 : 100 * 0.20 = 20
F7 : 100 * 0.10 = 10

### Determinación de la Ubicación

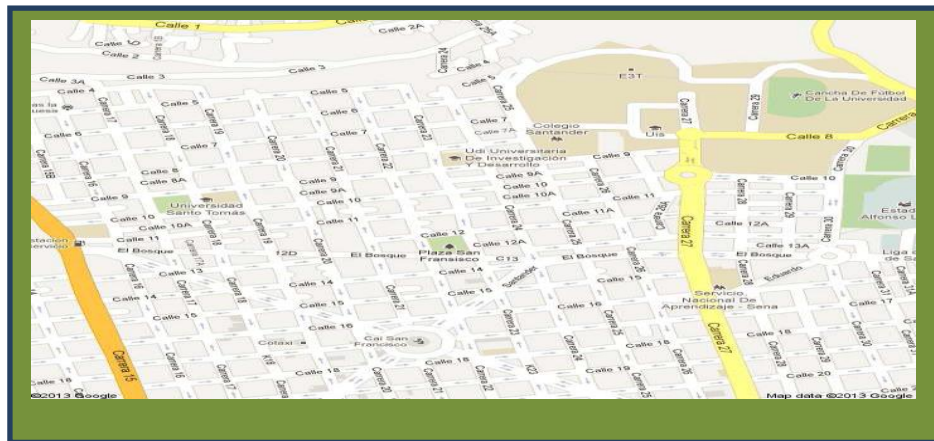
**Cuadro 42. Calificación y puntaje de grados a factores**

Factores	ALTERNATIVAS						
	Porcentaje	Barrio Centro		Barrio San Miguel		Barrio San Francisco	
	%	Grado	Ponderado	Grado	Ponderado	Grado	Ponderado
F1	15%	2	30	3	45	3	45
F2	15%	2	30	2	30	2	30
F3	10%	3	30	2	20	2	20
F4	15%	3	45	1	15	3	45
F5	15%	3	45	1	15	3	45
F6	20%	3	60	2	40	3	60
F7	10%	2	20	1	10	3	30
Total	100%		260		175		275

Se concluye según el análisis realizado por el método de selección de puntos que la fábrica Floripe se encuentra actualmente en la mejor localización en el barrio San Francisco, Un barrio reconocido por ser un sector visitado por empresarios y turistas para adquirir calzado de todo tipo de género.

Sus instalaciones están ubicadas en la Calle 11 No 23 – 76, amplias y adecuadas para el desarrollo del proyecto, cuenta con vías de acceso que permiten la prestación del servicio de transporte público, parqueaderos y cercanía para adquirir materias primas.

**Figura 4.Plano de Ubicación.**




### 3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Las sandalias a realizar en la Fábrica de calzado FLORIBE, tiene procesos establecidos y aplicables para la fabricación de sandalias Biodegradables y reciclables con el fin de cumplir con los estándares de calidad que los clientes requieren, siendo necesario detallar la técnica y operación de los procesos.

### 3.3.1 Ficha técnica del producto

**Cuadro 43. Ficha técnica de la sandalia Biodegradable y Reciclable**

Producto principal	Sandalia Biodegradable y Reciclable
Diseño	<p>Diseños exclusivos (Anexos imágenes de Diseños</p> 
Especificaciones técnicas	Elaboradas en cuero Biodegradable con gran porosidad, suelas prefabricadas en gomas (Etileno vinil acetato los forros y plantillas elaboradas en fibra de bambú y la planta de la sandalia elaborada en cartón.
Estudio de Medio Ambiente	La fabricación de la sandalia tiene efectos positivos que contribuyen al cuidado y conservación del medio ambiente usando materiales como el cuero Biodegradable que en su proceso de curtición se convierte en materia prima renovable, ya que está libre de cromo y materiales pesados. Las suelas prefabricadas en goma (Etileno vinil acetato) son fáciles de reciclar o incinerar y la fibra de bambú y el cartón que se caracteriza por tener un proceso de producción totalmente ecológico y no contaminantes, de fácil degradación en la naturaleza.
Empaque	Caja de Cartón
Vida útil	La vida Útil del material es de 5 años, su duración la determina el uso del cliente.

**3.3.2 Descripción técnica del proceso.** Para iniciar con el proceso de fabricación de la sandalia es indispensable:

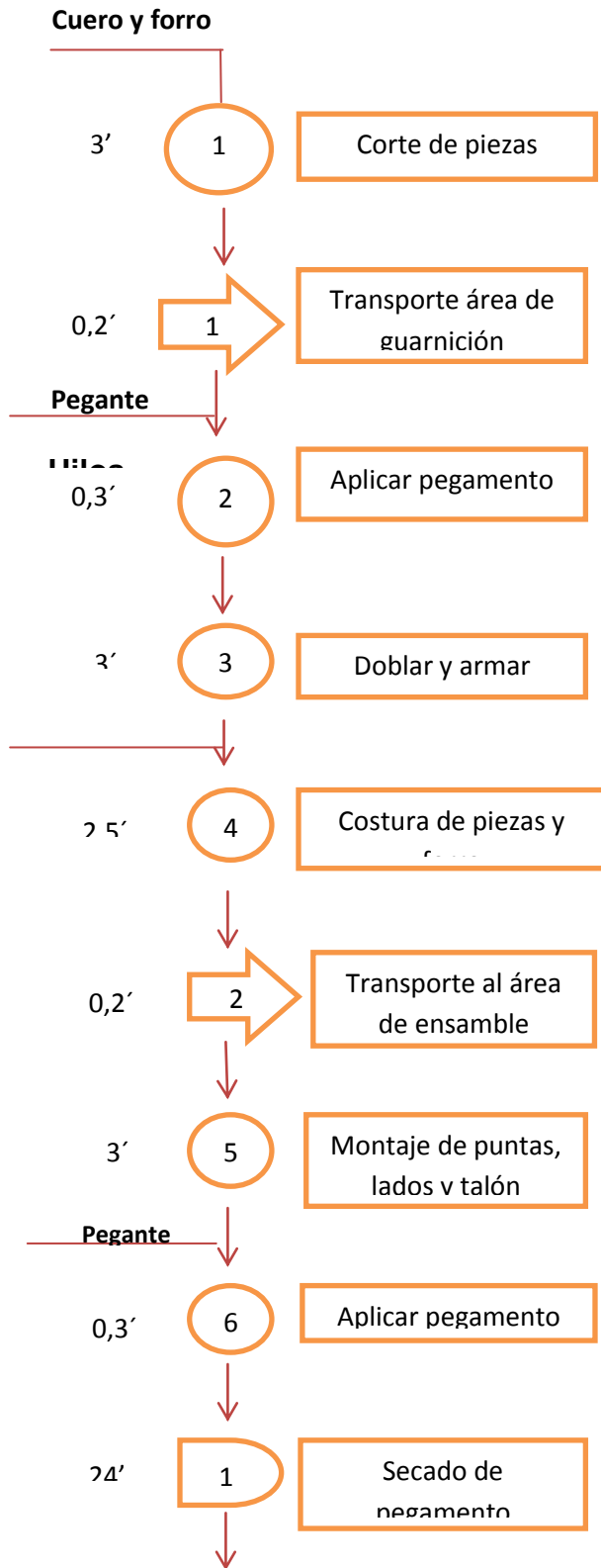
- 1. Almacenamiento de materiales:** La Elaboración de calzado en la fábrica Floripe se inicia con la recepción de los insumos en la fábrica. Se tiene clasificados y ordenados según el tipo de material cueros, piel sintética, lacas suelas.

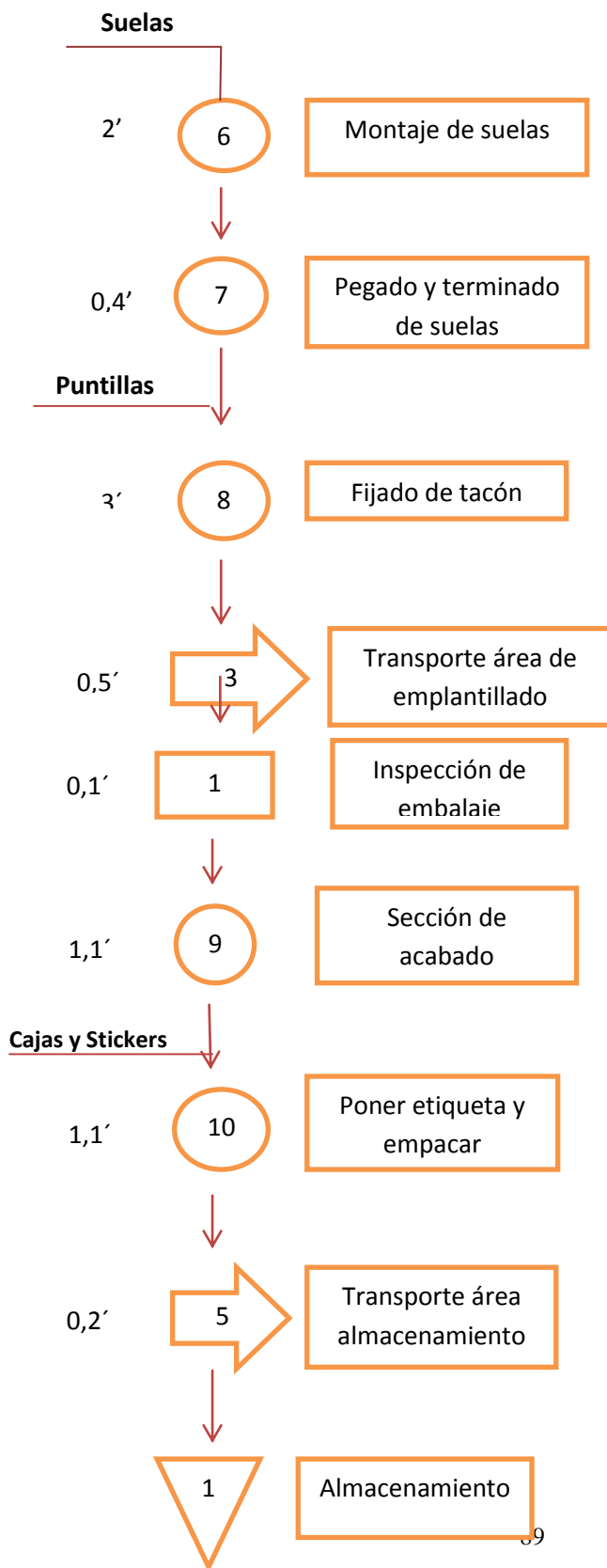
Se realiza la distribución de los materiales a cada operario con el formato, especificando las características ya definidas con el cliente y cada operario inicia con su proceso de fabricación:

- 2. Transporte al área de proceso:** los materiales seleccionados se transportan al área de producción.
- 3. Corte de piezas:** Se realiza mediante la moldura de acuerdo con la medida que requiera el modelo diseñado.
- 4. Unión de piezas:** Se reúnen las piezas de un lote para su posterior elaboración.
- 5. Costura de piezas y forro:** según modelo, número de par y tamaño.
- 6. Montaje de cortes en hormas:** se selecciona la horma de acuerdo a la numeración para conformar y fijar la planta esto se hace manualmente
- 7. Montaje de suelas:** las suelas se compran hechas, se marca y se procede a realizar unas hendiduras a la parte de la suela que se ha de pegar al corte con el fin de que el pegamento se impregne mejor y posteriormente se realiza pegamento de suela. Para el pegamento de la suela se incrementa la temperatura en una maquina especial pega a presión a la suela durante 0,3 minutos.
- 8. Retirado de sandalia de la horma**
- 9. Acabado:** Se procede a desmanchar el zapato de residuos del proceso productivo
- 10. Empaque y Etiquetado:** Se imprime el número de modelo y se guarda el producto en cajas de cartón
- 11. Almacenamiento:** Una vez empacado se procede a clasificar por estilo y número.
- 12. Manejo de desechos:** Los desechos del material utilizado, cuero y forros son llevados a una caneca ya que son Biodegradables, los demás desechos como envases plásticos, de lata y cartón, son llevados a otra caneca para su reciclaje.

### 3.3.3 Diagramas de operación, proceso y procedimiento.

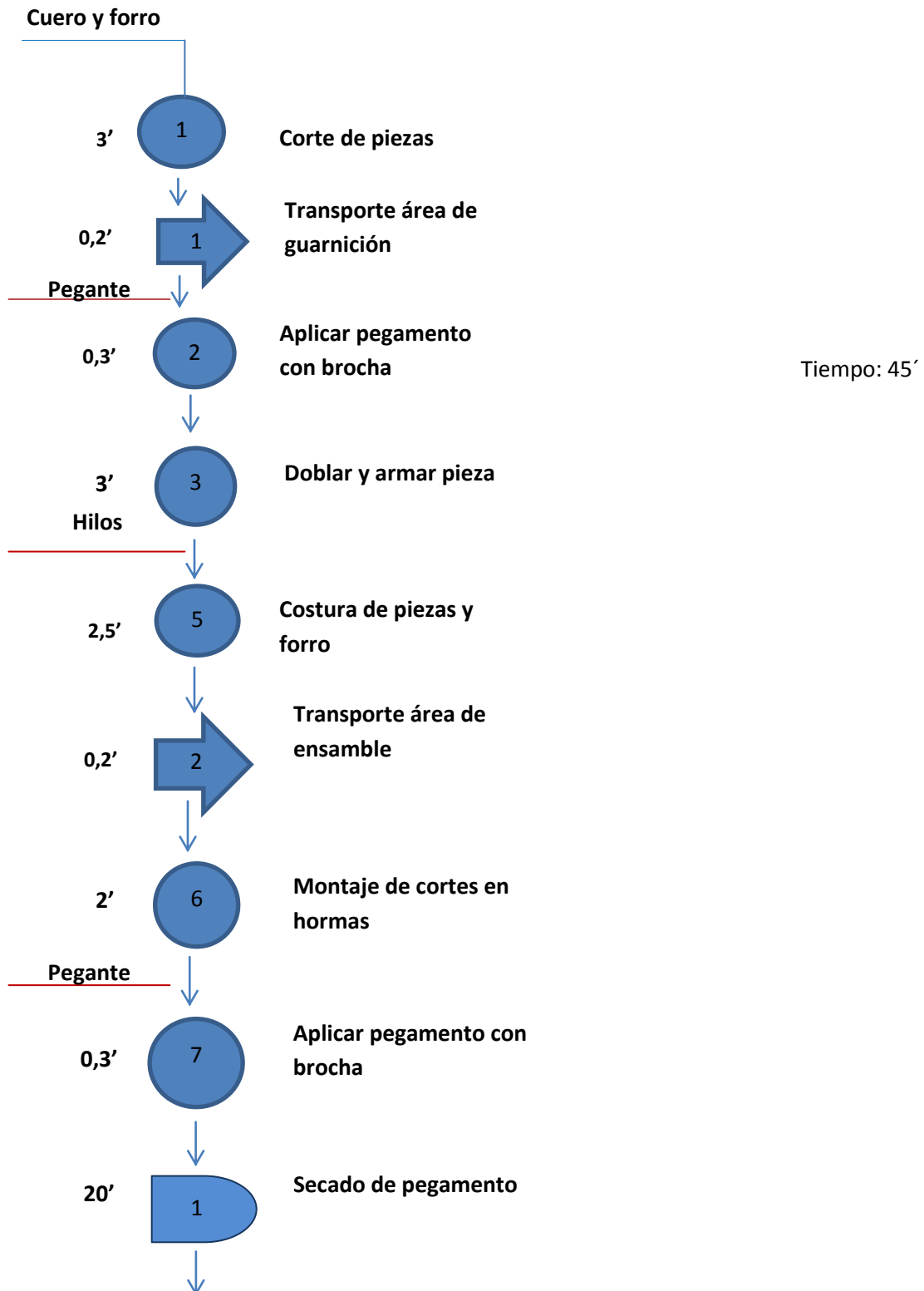
#### Diagramas de operación, Zapatilla Floripe

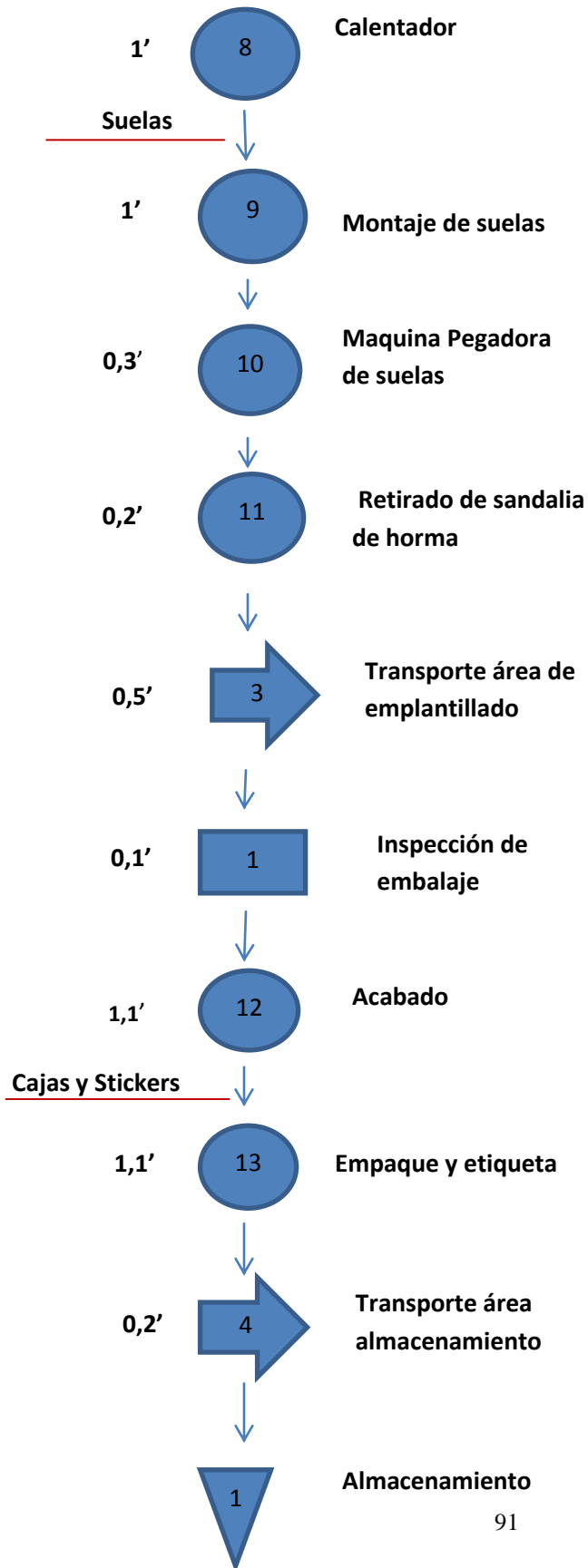




**Total 45'**

3.3.3.1 Diagramas de operación, de sandalia reciclable y biodegradable Floripe.





**3.3.4 Control de calidad.** Con la implementación de la nueva línea de sandalias en la empresa FLORIFE se necesita aplicar las normas que garanticen a los clientes calidad en el proceso de la fabricación. Para esto se implementaran los requisitos generales y de documentación exigidos por la norma ISO 9001:2008 como estrategia para implementar y mejorar la eficacia que permita aumentar la satisfacción de los clientes.

La implementación de esta norma hace que los procesos dentro de la empresa, desde la entrada de elementos, se transformen en resultados proporcionando un control continuo y asegurando la conformidad con los requisitos del cliente, legales y reglamentarios del estado.

Para este proceso de certificación se debe tener una planeación de los objetivos de Calidad, los requisitos para el producto, establecer los procesos y documentos, las actividades requeridas para su verificación, validación, seguimiento, medición específicas para el producto.

Para la verificación en la entrada de Insumos se debe tener un formato donde pueda revisarse que sean adecuados, los requisitos deben estar completos, sin daños, deben recibirse en perfecto estado.

Para los resultados del diseño y desarrollo de la sandalia debe proporcionarse para la verificación por parte del administrador de acuerdo al estilo de la sandalia y deben aprobarse antes de ser entregados al empleado.

En las etapas establecidas deben realizarse las revisiones adecuadas del diseño de acuerdo con lo planificado, para este paso es importante tener registro de los resultados de las revisiones y de cualquier acción de mejora necesaria.

Finalizado el proceso debe verificarse de acuerdo a lo planeado, para asegurarse que el desarrollo del producto cumple con los requisitos exigidos y con el diseño, igualmente debe mantenerse los registros de verificación y acción de mejora necesaria, es importante validar el producto antes de realizar su entrega.

**3.3.5 Recursos.** Los recursos con los que cuenta Floripe para implementar la línea de sandalia para dama con materiales biodegradables y reciclables son los siguientes:

- Recursos Humanos

- Físicos
- Materiales

**3.3.5.1 Recurso Humano Área administrativa y producción:** Floripe cuenta en su totalidad con 11 personas, los cuales están clasificados de la siguiente forma

**Cuadro 44. Recurso Humano**







Recurso Humano Área Administrativa	Numero de empleado
Gerente	1
Secretaria Auxiliar Contable	1
Contador Externo	1
Recurso Humano Área de Producción	Numero de Empleado
Empleado Operativo	6
Supervisor	1
Vendedor Externa	1


**3.3.5.2 Recursos Físicos:** Para la elaboración de los productos fabricados por Floripe se cuenta con la siguiente maquinaria, equipo de oficina, muebles y enseres para un excelente desarrollo, producción y venta del producto.

**Cuadro 45. Muebles y enseres**



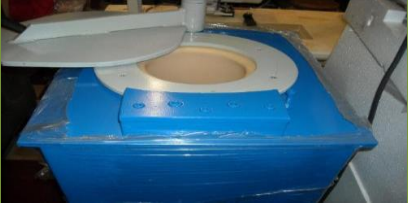

Concepto	Cantidad
Sillas Ergonómicas	4
Sillas plásticas Rimax	6
Escritorios para oficina	4
Papeleras de vaivén capacidad 35lts	3
Mesón	3
Stand metálico	2
Archivador metálico de 4 gavetas	1
<b>Total</b>	<b>23</b>

**Cuadro 46. Equipo de oficina**

Concepto	Cantidad
<p>Portatil Sony VAIO fit multi - flip PC</p> 	<p>1</p>
<p>Computadora HP con Core i7 Pantalla de LED de 18.5 pulgadas RAM de 4 Gb y Disco de 500 Gb</p> 	<p>2</p>
<p>Xperia Tablet Z32 GB</p> 	<p>1</p>
<p>Impresora EPSON multifuncional xp - 211</p> 	<p>1</p>
<p>Calculadora Casio FX - 9860</p> 	<p>2</p>
<p>Telefax Panasonic con identificador de llamadas Roll Paper KX – F983</p> 	<p>1</p>

Concepto	Cantidad
<p>Teléfono inalámbrico KX -TGT7331 Panasonic</p> 	<p>3</p>

### Cuadro 47. Maquinaria y Equipo

Máquina y Equipo	Descripción
	<p>Maquina Pulidora Encargada de pulir la pieza para terminar el trabajo.</p>
	<p>Maquina Plana utilizada para realizar guarnición o la costura del calzado</p>
	<p>Pegadora</p>
	<p>Horno en el cual se colocan las piezas para el montaje y ensamble de calzado</p>

**3.3.5.3 Recurso de Insumos:** Para la producción de la sandalia biodegradable se requieren los insumos que se describen a continuación, estos datos fueron aportados por la propietaria de la Fábrica de calzado Floripe.

**Cuadro 48. Recusos de Insumos**

Materia prima e Insumos	Cantidad por mes
Pares de suelas prefabricadas en gomas Etileno vinil acetato	380
Pares de Forros	380
Pares de plantillas elaboradas en fibra de bambú	380
pares de planta de sandalia elaborada en cartón	380
Pares de forro para todo tipo de corte	380
Lija No 36 para el terminado de la plantilla	6 metros
Galones de pegante Blanco	12 Galones
Galones de pegante caucho	12 Galones
Conos de Hilo Bicono ( Diversos Colores)	12
Pinturas de variados colores para resanar	24
Varsol para limpieza de zapatos	4 lt
Caja de tachuela	5
pares de hebillas metálicas	380
Pares de bolsa de alta densidad para empaque	190
Pares de cajas de Cartón para empaque	380

Fuente: Propietaria Fabrica Floripe

**3.3.6 Análisis de Proveedores.** A continuación hacemos una relación de los diferentes proveedores que se encuentran ubicados en la localidad, que comercializan insumos y materias primas de calidad necesarias para la elaboración del calzado.

### Cuadro 49. Análisis de Proveedores

EMPRESA	DIRECCION	RECURSOS
Exposuelas	CI 30 13-43,Bucaramanga	Suela, Plantilla
Macro insumos	Cr 24 15 34 San Francisco	plantas para sandalias, lija, pinturas para resanar, tachuelas
Pegantes de Caucho Pegaso LTDA	Parque Industrial Bucaramanga Mz c Bog 18	galón de pegante blanco y caucho
Fénix Peletería	CI 31 13 - 07 Bucaramanga	Suela, forro, cuero, plantilla, pintura para resanar
Peletería del Oriente	Cr 15 30 - 38 Bucaramanga	Suela , forro, cuero, plantilla, pintura para resanar
Peletería Surtieconomicas	CI 30 13-48 L-3	Suela , forro, cuero, plantilla, pintura para resanar
Hipersuelas	CI 31 13-49 L-8 Centro	Suela , forro, cuero, plantilla
Peletería Italiana	CI 31 13-37 L-1	Suela , forro, cuero, plantilla, pintura para resanar
Mil Herrajes	Cr 15 32-30	Conos de hilo, hebilla metálica.
Peletería San Miguel	CI 31 11-59	Suela , forro, cuero, plantilla
Peletería el punto	Cr14 30-06	Suela , forro, cuero, plantilla
Distribuciones Mercaseo	CI 31 9-68 Girardot	Varsol
Cajas de cartón discajas	CI 29 13-48	caja de cartón
Cajas de cartón Bucaramanga	Cr17 51 A-14 Br. San Miguel	caja de cartón
Impresos y empaques cartón LTDA	Cr16 15-46	caja de cartón, bolsa plástica
Carlixplast Ltda	CI 33 11-83	Bolsa plástica
Uniplas	CI 33 14-31 Bucaramanga	Bolsa plástica

Fuente: Autoras del proyecto

La materia prima, específicamente los cueros adquiridos a través de las peleterías de la ciudad son traídos del Departamento del Atlántico y Antioquia en la Ciudades de Barranquilla y Medellín, en las siguientes Direcciones:

1. Curtiembres Búfalo S.A Calle 10 # 33 -100 Teléfonos: (57- 5) 3714200
2. Curtiembres de Itagüí S.A Cra 53ª # 50-89 Teléfonos: (57 -4) 3720666

Curtiembres Búfalo S.A cuenta con un compromiso con el medio ambiente, dando un valor agregado en la calidad de su producto y asumió el reto de la ecoeficiencia en sus procesos.<sup>25</sup>

Curtiembres Búfalo S.A inicio en el año 1934 en la ciudad de Barranquilla, con cerca de 80 años en el mercado, se destaca como la empresa más grande de la industria curtidora de Colombia.

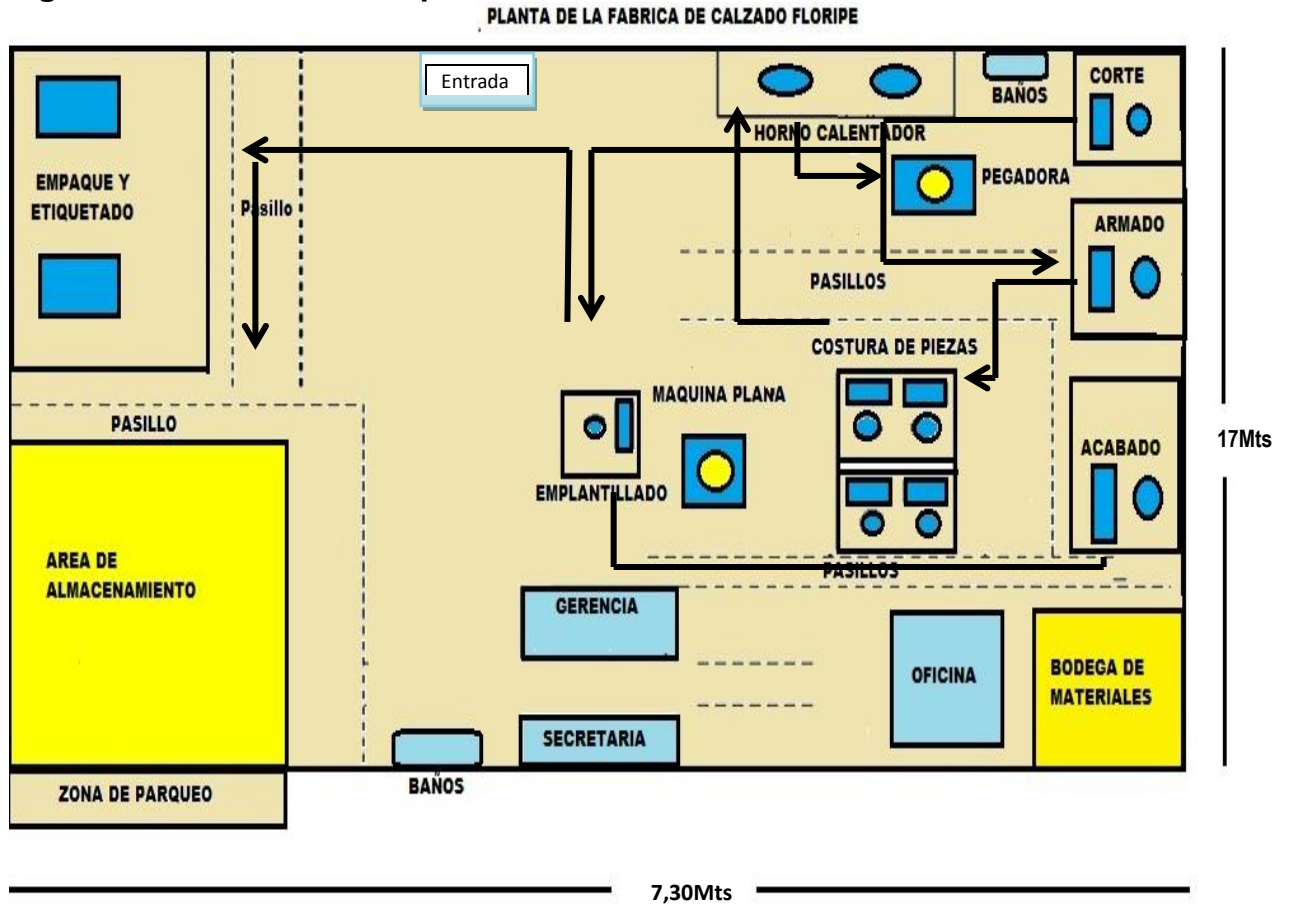
Curtiembres de Itagüí S.A inicio en el año 1926 en Itagüí Antioquia, actualmente es Ubicada y reconocida como la empresa de Cueros de Moda en el País. También se destaca por la implementación de nuevas tecnologías que cuidan el medio ambiente y dan valor agregado a su producto.

**3.3.7 Distribución de planta.** El tipo de Distribución de la Planta de la fábrica Floripe es por posición Fija, en la planta actual donde está ubicada FLORIFE, los puestos de trabajo están distribuidos de la siguiente manera:

---

<sup>25</sup>Disponible en: <http://www.cbufalo.com.co/espanol/index.html>

Figura 5. Distribución de la planta



## 4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

### 4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La Fábrica Floripe se encuentra legalmente constituida bajo los parámetros de una empresa registrada como persona natural ante la cámara de comercio de Bucaramanga y su representante legal es la señora Flor Smith Niño Lizarazo.

La Fábrica de Calzado Floripe cumple con los siguientes requisitos legales, para el ejercicio de las funciones establecidas:

- Inscripción y registro en la cámara de comercio (Registro Mercantil o Matricula Mercantil)
- Número de identificación Tributaria (RUT)
- Numero Patronal de la EPS para la vinculación de trabajadores y aportes respectivos.
- Formulario único de afiliación e inscripción a la IPS
- Solicitud de vinculación del trabajador al sistema general de riesgos profesionales
- Formulario de vinculación o actualización al sistema general de pensiones
- Licencias de funcionamiento y servicios especiales

### 4.2 CULTURA ORGANIZACIONAL

**4.2.1. Visión.** En el año 2018, Calzado FLORIFE será una empresa líder en el mercado nacional por ser altamente competitiva e innovadora en la comercialización de zapatilla para dama, fomentando el cuidado ambiental con la utilización de Material Biodegradable y Reciclable, prestando un excelente servicio y productos de alta calidad en diferentes diseños.

**4.2.2. Misión.** fabricación y comercialización de Zapatilla fina para dama, aplicando estándares de calidad que contribuyan al cuidado del medio ambiente, generando un impacto social y económico, que permita cumplir con las necesidades y preferencias del mercado.

**4.2.3 Objetivos.** FLORIFE tiene como fin el cumplimiento de los siguientes objetivos.

- Obtener el liderazgo del mercado del Calzado implementando materiales Biodegradables y Reciclables. Utilizando como nicho del mercado los almacenes de Ropa y Calzado de los Estratos V y VI de la ciudad de Bucaramanga.
- Crear un ambiente laboral capaz de generar sinergias entre colaboradores, directivos y clientes en pro del cumplimiento de las metas propuestas.
- Capacitar constantemente al personal operativo en el manejo de las máquinas para la producción de calzado y en las normas de calidad vigentes con el fin de generar nuevas ideas empresariales.
- Incrementar nuevas estrategias de comercialización de calzado a nivel nacional mediante la búsqueda de stand de exposición en rueda de negocios.

**4.2.4 Políticas.** La empresa Floripe se administra bajo las siguientes políticas y directrices de personal, ventas y compras.

#### **4.2.4.1 Políticas de Personal**

- El personal seleccionado y contratado debe cumplir con el perfil del cargo, y realizar pruebas de manejo de las máquinas presentes en el área de asignación.
- El Reclutamiento del personal para las diferentes actividades de la empresa se realiza por intermedio de
  - Emisoras Radiales, avisos en Diarios de mayor circulación de la Ciudad y convocatorias a través de redes sociales.
- La selección del personal se hará mediante el estudio de las hojas de vida presentadas.
  - El personal seleccionado se llama a entrevista y se realizan pruebas psicológicas y de manejo de las máquinas en el área de postulación.
  - Con el resultado de las pruebas se selecciona el personal requerido.
- Se da previo aviso al personal seleccionado para proceder a firmar el contrato y pactar condiciones salariales.

#### 4.2.4.2 Políticas de Compras

- Según los requerimientos que se realicen las autorizaciones de compras serán firmadas y autorizadas por el Gerente.
- Se realiza la selección de proveedores a través del análisis de cada portafolio para la compra de insumos y Equipos.
- Todas las compras se programan de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la empresa con treinta días de antelación.
- Los pagos se formalizan de la siguiente manera, se paga el 50% del valor al recibir la materia prima y el 50% restante a 30 días.

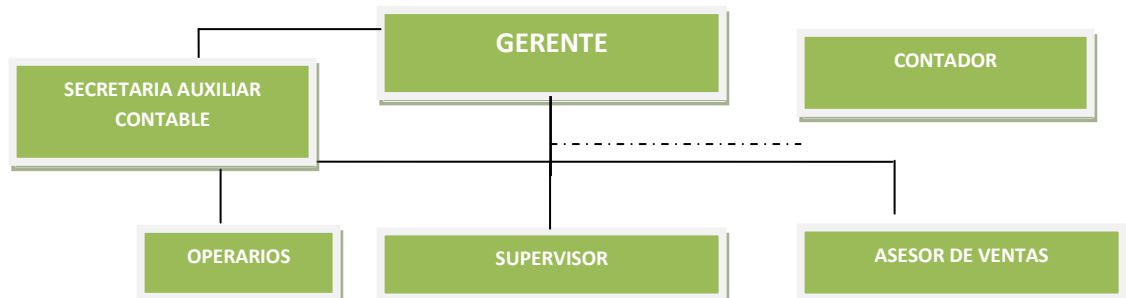
#### 4.2.4.3 Políticas de Ventas

- Floripe ofrece su portafolio de productos a través visitas a todos los clientes y distribución a mayoristas desde su punto de Fabrica Ubicado en el Barrio San Francisco de la Ciudad de Bucaramanga.
- El tiempo cumplir las órdenes del cliente es alrededor de 20 días calendario.
- Se establece una política de crédito para almacenes y clientes no mayor a treinta días.
- Precios y descuentos serán fijados por un margen de rentabilidad que sea equivalente al producto.
- Garantías del producto se efectuaran con la presentación de la factura de compra tendrá una vigencia de treinta días a partir de la fecha de facturación.

### 4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 4.3.1 Organigrama

Organigrama de la empresa FLORIFE



**4.3.2 Descripción y perfil de cargos.** A continuación se hace una descripción de cada uno de los perfiles y cargos con que cuenta la fábrica y que son indispensables para el funcionamiento adecuado de la misma

**Cuadro 50. Descripción del cargo de Gerente**

<b>CALZADO FLORIFE</b>	
<b>DENOMINACION DEL CARGO:</b> Gerente - Administrador	
<b>AREA:</b> Administrativa	
<b>SUPERVISA A:</b> Contador, Secretaria, Supervisor, Asesor de Ventas, Operarios.	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno
<b>PERFIL:</b> Administrador de Empresas, o Profesional en Gestión Empresarial con experiencia en el sector del calzado.	
<b>Objetivo del Cargo:</b> Planear, Organizar, Dirigir, Controlar y desarrollar las actividades que se requieran para el correcto funcionamiento de la empresa.	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Representar Legalmente a la Empresa.</li> <li>- Desarrollar los procesos de planeación, control, dirección y ejecución</li> <li>- Coordinar las actividades y definir las tareas y/o responsabilidades de cada uno de los cargos</li> <li>- Establecer políticas y procedimientos de compra y venta</li> <li>- Autorizar compras de equipos y materias prima.</li> <li>- Suministrar información a colaboradores directos e indirectos.</li> <li>- Definir los objetivos estratégicos de la empresa y verificar el cumplimiento de estos.</li> <li>- Diseño e implementación de nuevas propuestas</li> <li>- Autorizar despachos de pedidos.</li> <li>- Asistir a los diferentes actos sociales que permitan ampliar la cobertura comercial</li> </ul>	
<b>RIESGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AMBIENTAL:</b> Normal</li> <li>• <b>RIESGO:</b> Visuales, estrés, ergonómicos.</li> </ul>	

**Cuadro 51.Descripción del cargo Secretaria Auxiliar Contable**

<b>CALZADO FLORIFE</b>	
<b>DENOMINACION DEL CARGO:</b> Secretaria Auxiliar Contable	
<b>AREA:</b> ADMINISTRATIVA <b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno.	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno
<b>PERFIL:</b> Tecnóloga en Contaduría Financiera.	
<b>Objetivo del Cargo:</b> Control de todas las labores de registro, Producción y suministro de Información contable en la empresa	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar formatos para pagos de seguridad social (Salud, Pensión, Riesgos profesionales, Caja de compensación, entre otros).</li> <li>- Liquidar los aportes parafiscales</li> <li>- Organizar la mensajería diariamente</li> <li>- Atender a las personas que lleguen a la Empresa y suministrar información solicitada</li> <li>- Elaborar cartas y administrar las comunicaciones telefónicas entrantes y salientes.</li> <li>- Liquidar nómina</li> <li>- Registrar y controlar los movimientos de caja menor</li> <li>- Mantener al día los documentos contables con los proveedores</li> <li>- Recaudo de cartera</li> <li>- Mantener buenas relaciones con los clientes</li> <li>- Recepción de quejas y reclamos de los clientes</li> </ul>	
<b>RIESGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AMBIENTAL:</b> Normal</li> <li>• <b>RIESGO:</b> Visuales, estrés, ergonómicos.</li> </ul>	

## Cuadro 52.Descripción del cargo Contador

CALZADO FLORIFE	
<b>DENOMINACION DEL CARGO:</b> Contador	
<b>AREA:</b> ADMINISTRATIVA <b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno.	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno
<b>PERFIL:</b> Contador público con conocimientos en el sector experiencia mínima de (1) años	
<b>Objetivo del Cargo:</b> Organizar y Desarrollar todas las actividades y tareas contables. Actúa como representante ante las entidades tributarias y evalúa las decisiones financieras de la organización.	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar los estados financieros de la empresa.</li> <li>- Verificación de los libros mayores y auxiliares</li> <li>- Presentar informes trimestrales sobre el estado financiero de la empresa y su relación con el cumplimiento de objetivo.</li> <li>- Realizar un seguimiento continuo a los vencimientos y pagos de impuestos a realizar.</li> <li>- Contabilizar las operaciones de la empresa, teniendo en cuenta normas contables, comerciales, tributarias y laborales de acuerdo con el Plan Único de Cuentas del sector.</li> <li>- Lleva el control de cuentas por pagar</li> </ul>	
<b>RIESGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AMBIENTAL:</b> Normal</li> <li>• <b>RIESGO:</b> Visuales, estrés, ergonómicos</li> </ul>	

### Cuadro 53. Descripción del cargo Supervisor

CALZADO FLORIFE	
<b>DENOMINACION DEL CARGO:</b> Supervisor	
<b>AREA:</b> ADMINISTRATIVA <b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Operarios	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno
<b>PERFIL:</b> Ingeniero industrial con conocimientos en el sector experiencia mínima de (1) años.	
<b>Objetivo del Cargo:</b> Organizar al personal operativo en los sitios de trabajo, visitar, atender y despachar los pedidos a los respectivos clientes.	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribuir con eficacia, eficiencia y efectividad en la ejecución de los procesos en que se encuentra comprometido</li> <li>- Coordinar la mano de obra, los materiales, herramientas y las instalaciones para mejorar constantemente la producción.</li> <li>- Responder por los insumos y equipos de la empresa y velar por el buen uso y mantenimiento de los mismos.</li> <li>- Supervisar a diario la calidad del producto que se esté realizando</li> <li>- Supervisar al personal a su cargo, controlando el avance de los procesos.</li> <li>- Vigilar que el personal realice eficazmente sus labores y despache adecuadamente el producto.</li> <li>- Supervisar el producto Terminado.</li> </ul>	
<b>RIESGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AMBIENTAL:</b> Normal</li> <li>• <b>RIESGO:</b> Visuales, estrés, ergonómicos.</li> </ul>	

### Cuadro 54. Descripción del cargo Asesor de Ventas

CALZADO FLORIFE	
<b>DENOMINACION DEL CARGO:</b> Asesor de Ventas	
<b>AREA:</b> ADMINISTRATIVA <b>JEFE INMEDIATO:</b> Gerente	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno.	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno
<b>PERFIL:</b> Técnico o Tecnólogo en Mercadeo o cursos de ventas y atención al cliente con experiencia de seis (6) meses en el área de Ventas.	
<b>Objetivo del Cargo:</b> Cumplir tanto mensual como anualmente con el presupuesto de ventas asignado, buscando brindar una excelente atención, un claro entendimiento y un eficiente manejo de las necesidades de sus clientes	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Visitar a los clientes para ofrecer el producto y concretar el pedido.</li> <li>- Realizar los pedidos</li> <li>- Cumplir con las metas proyectadas por la empresa</li> <li>- Implementar y realizar seguimiento a las metas propuestas para la apertura del mercado</li> <li>- Atender servir y asesorar al cliente.</li> <li>- Comunicar al cliente las novedades sobre precios y condiciones.</li> <li>- Explorar permanentemente la zona asignada para detectar clientes potenciales.</li> </ul>	
<b>RIESGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AMBIENTAL:</b> Normal</li> <li>• <b>RIESGO:</b> Visuales, estrés, ergonómicos.</li> </ul>	

### Cuadro 55. Descripción del cargo Operario

<b>CALZADO FLORIFE</b>	
<b>DENOMINACION DEL CARGO:</b> Operario	
<b>AREA:</b> ADMINISTRATIVA <b>JEFE INMEDIATO:</b> Supervisor	
<b>SUPERVISA A:</b> Ninguno.	<b>No CARGOS IGUALES:</b> Ninguno
<b>PERFIL:</b> Conocimiento en manejo de máquinas para la producción de calzado, Habilidad y destreza, Experiencia mínima de 6 meses en cargos similares.	
<b>Objetivo del Cargo:</b> Ejecutar cada una de las etapas para la realización del producto	
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con las políticas, reglamentos normas y procedimientos vigentes en la empresa.</li> <li>- Responder por los equipos que tiene a disposición para el desarrollo de las actividades.</li> <li>- Entrega de producto Terminado</li> <li>- Realizar mantenimiento y buen uso de las máquinas y equipos, así como la limpieza de la bodega, clasificando los diferentes tipos de residuos generados.</li> <li>- Desarrollar cada una de las etapas del proceso de elaboración del producto.</li> <li>- Empacar el producto terminado y almacenarlo adecuadamente.</li> </ul>	
<b>RIESGO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>AMBIENTAL:</b> Exposición al ruido, altas temperaturas, presencia olores fuertes</li> <li>• <b>RIESGO:</b> Riesgo de accidente de trabajo, caídas, cortaduras, y accidentes graves laborales con alta posibilidad de incapacidad.</li> </ul>	

**4.3.3 Estructura Salarial.** A continuación se hace relación de los salarios del personal que labora actualmente para FLORIFE (Gerente General, Secretaria Auxiliar contable, contador, Asesor Comercial, supervisor y Operarios)

### Cuadro 56. Asignación salarial mensual para cargo administrativo.

<b>CARGO</b>	<b>NUMERO DE PERSONAS</b>	<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>SALARIO MES \$</b>	<b>AUX DE TRANSPORTE</b>
Gerente	1	Termino Fijo	1.800.000	-
Secretaria Auxiliar Contable	1	Termino Fijo	750.000	72.000
Supervisor	1	Termino Fijo	1.000.000	72.000
Asesor de ventas	1	Termino Fijo	616.000 +comisiones del 1% por ventas.	72.000
Contador	1	Honorarios	250.000	-

**Cuadro 57. Asignación salarial mensual para el área operativa.**

CARGO	NUMERO DE PERSONAS	TIPO DE CONTRATO	SALARIO (POR TAREA REALIZADA)
Corte	6	C. Prestación de servicios	\$1000
Guarnición			\$1.500
Solador			\$1.500
Emplantillada			\$1000

La fábrica de calzado Floripe cancela a todos sus empleados prestaciones de ley (dotación, pago de seguridad social, pensión, riesgos profesionales, etc.).

Para los trabajadores que devenguen hasta dos salarios Mínimos se les cancelara el subsidio de transporte equivalente a \$ 72.000 pesos, y será asignado un porcentaje del 7% del salario como dotación que será entregada al empleado cada 4 meses acorde a lo estipulado por ley.

### **Porcentaje para el cálculo de prestaciones Sociales**

**Cuadro 58. Porcentaje para el cálculo de prestaciones Sociales**

Prestaciones Sociales	Porcentaje%
Cesantías	8.33%
Intereses sobre las Cesantías	1%
Vacaciones	4.17%
Primas	8.33%
Total Prestaciones	21.83%

Fuente: Ministerio de protección Social

### **Porcentaje para el cálculo de Seguridad Social**

**Cuadro 59. Porcentaje para el cálculo de Seguridad Social**

Componentes	Porcentaje
Salud	Total 12.5% 8.5% asume el empleador 4% asume el trabajador
Pensión	Total 16% 12% lo asume el empleador 4% lo asume el trabajador
Riesgos Profesionales	Según el nivel de riesgos y los asume el empleador. 2.436% Aprox.
<b>Total Empleador</b>	<b>22.94%</b>
<b>Total Empleado</b>	<b>8%</b>

Fuente: Ministerio de protección Social

La afiliación a EPS y AFP se realiza en la entidad que el trabajador elija o en la que se encuentre vinculado actualmente, el trabajador debe presentar la siguiente documentación. (Formulario de salud, Formulario de riesgos profesionales, Formulario de pensión, Fotocopia de cedula de ciudadanía).

De acuerdo a la clase de riesgos, el gobierno nacional estableció la siguiente tabla de cotizaciones mínimas y máximas

**Cuadro 60. Porcentaje de cotización según "Factor de Riesgo"**

Clase de Riesgo	Vr Mínimo	Vr Inicial	Vr Máximo
I	0,348%	0,522%	0,696%
II	0,435%	1,044%	1,653%
III	0,783%	2,436%	4,089%
IV	1,740%	4,350%	6,960%
V	3,219%	6,960%	8,700%

Fuente Ministerio protección social

## 5. ESTUDIO FINANCIERO.

### 5.1 INVERSIONES

**5.1.1 Inversión Fija.** Este comprende todos los activos fijos necesarios para iniciar la producción de la nueva línea de sandalia reciclable y biodegradable de la empresa Maquinaria, equipo de oficina, muebles y enseres.

**5.1.1.1 Maquinaria y equipo.** Corresponde a todos los equipos que se requieren para poner en marcha el proyecto.

A continuación se relaciona la maquinaria y equipo necesario para la realización de la nueva línea de sandalia Reciclable y Biodegradable.

**Cuadro 61. Maquinaria y Equipo**

Maquinaria y Equipo			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Pegadora	1	700.000	700.000
Horno	1	750.000	750.000
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>1.450.000</b>	<b>1.450.000</b>

**5.1.1.2 Muebles y enseres.** Para el buen funcionamiento de las actividades diarias en la parte operativa como en la administrativa se requieren los siguientes muebles y enseres:

**Cuadro 62. Muebles y Enseres**

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sillas de Madera	2	70.000	140.000
Mesón	1	250.000	250.000
Stand metálico	1	95.000	95.000
<b>Total</b>	<b>4</b>		<b>485.000</b>

**5.1.1.3 Equipo de oficina:** Floripe cuenta con el equipo de oficina necesario y no requiere realizar inversión adicional en equipos de oficina para llevar la producción de la sandalia.

**5.1.1.4 Total de inversión Fija:** De acuerdo a la relación de los datos de los cuadros anteriores la inversión fija que realizó Floripe equivale **\$1.935.000**

**Cuadro 63. Total Inversión Fija**

<b>Total de Inversion Fija</b>	
<b>Inversion</b>	<b>Valor Total</b>
Maquinaria y equipo	1.450.000
Equipo de oficina	0
Muebles y enseres	485.000
<b>Total</b>	<b>1.935.000</b>

**5.1.2 Inversión Diferida.** Se presenta a continuación la relación de los gastos realizados para la puesta en marcha del proyecto, como el estudio de factibilidad, gastos de organización, y gastos en publicidad de lanzamiento.

**Cuadro 64. Inversión Diferida**

<b>Concepto</b>	<b>Valor Total</b>
Estudio de Factibilidad	3.500.000
Gastos de Organización	430.000
Publicidad de lanzamiento	3.310.000
<b>Total</b>	<b>7.240.000</b>

### **5.1.3 Inversión de capital de trabajo**

**5.1.3.1 Costos de Producción** Hacen parte de los costos de producción las materias primas, la mano de obra directa, insumos y los CIF que incurren para la elaboración del producto.

**Materias Primas:** Para la medición de los insumos se parte de la capacidad inicial, es decir del número de unidades que se proyecta producir el primer año. Los siguientes son los costos de materia prima para la producción de sandalia reciclable y biodegradable

**Cuadro 65. Costo de materias primas**

Materias Primas				
Materia prima e Insumos	Cantidad mes	Valor par	Valor Mes	Valor Año
Pares de suelas prefabricadas en gomas Etileno vinil acetato	380	2800	1.064.000	12.768.000
forro elaboradas en fibra de bambú	380	1500	948.000	11.376.000
pares de planta de sandalia elaborada en cartón	380	700	442.400	5.308.800
Odena	380	400	252.800	3.033.600
Produeva	380	200	126.400	1.516.800
Hiladillo	380	50	31.600	379.200
pares de hebillas metálicas	380	1200	758.400	9.100.800
bolsa de alta densidad para empaque	380	50	31.600	379.200
cajas de Cartón para empaque	380	400	252.800	3.033.600
<b>Total</b>			3.908.000	46.896.000

**5.1.3.2 Mano de obra directa:** Para la elaboración de la sandalia reciclable y biodegradable se cuenta con 6 operarios para todo el proceso, el costo por par terminado se contrata a destajo como se relaciona en el cuadro (**Cuadro 55. Asignación salarial mensual para el área operativa.**)

**Cuadro 66. Mano de Obra Directa**

Concepto	Corte	Guarnición	Armado	Solador (2)	Emplantillado
Sueldo Mes	632.000	948.000	632.000	1.896.000	632.000
Subsidio de transporte	72.000	72.000	72.000	144.000	72.000
Prima	58.667	85.000	58.667	170.000	58.667
Vacaciones	26.354	39.532	26.354	79.064	26.354
Cesantías	58.667	85.000	58.667	170.000	58.667
Intereses Cesantías	7.040	10.200	7.040	20.400	7.040
Caja de compensación familiar	25.280	37.920	25.280	75.840	25.280
Salud 8.5%	52.720	80.580	52.720	161.160	52.720
Pensión 12%	75.840	113.760	75.840	227.520	75.840
Riesgos Profesionales 0.522%	3.299	4.948	3.299	9.896	3.299
Dotación 7%	44.240	66.360	44.240	132.720	44.240
<b>Total Mes</b>	<b>1.056.106</b>	<b>1.543.300</b>	<b>1.056.106</b>	<b>3.086.600</b>	<b>1.056.106</b>
<b>Total Año</b>	<b>12.673.276</b>	<b>18.519.600</b>	<b>12.673.276</b>	<b>37.039.200</b>	<b>12.673.276</b>

**5.1.3.3 Costos Indirectos de Fabricación.** También llamados costos generales y están relacionados con el área de operación del servicio. Hace referencia a los materiales indirectos, mano de obra indirecta, mantenimiento, insumos y depreciación.

- **Mano de obra indirecta:** Considerados como mano de obra indirecta al personal que no interviene directamente en la producción del producto.

**Cuadro 67. Mano de Obra Indirecta**

Empleado	Salario básico mensual	Salario Básico Anual	Prestaciones Mensuales	Prestaciones Anuales
Supervisor	1.000.000	12.000.000	503.840	6.046080
<b>Total</b>	<b>1.000.000</b>	<b>12.000.000</b>	<b>503.840</b>	<b>6.046080</b>

**Cuadro 68. Costos de Materiales Indirectos**

Costos de Materiales Indirectos				
Detalle	Cantidad mes	Valor Unitario	Valor mes	Valor Año
Lija No 36 para el terminado de la plantilla	6 mts	12.000	72000	864000
Galones de pegante Blanco	12 Galones	25.000	300000	3600000
Galones de pegante caucho	12 Galones	25.000	300000	3600000
Conos de Hilo Bicono ( Diversos Colores)	12 conos	10.000	120.000	1.440.000
Pinturas de variados colores para resanar	24	6.000	144.000	1.728.000
Varsol para limpieza de zapatos	4 Litros	9.500	38000	456000
Caja de tachuela	5	1500	7500	90000
bolsa de alta densidad para empaque	190	50	9.500	114.000
Cajas de Cartón para empaque	380	400	152.000	1.824.000
<b>TOTAL</b>			879.000	10.548.000

- **Insumos:** Son aquellos que intervienen en la transformación la materia prima en producto terminado.

**Cuadro 69. Costo de insumo**

Concepto	Unidad	Consumo promedio mes	Valor Mensual	Valor Anual
Agua cm3	Cm3	35	20.000	240.000
Energía	KW/mes	500	185.700	2.228.400
<b>Total</b>			<b>205.700</b>	<b>2.468.400</b>

- **Depreciación de maquinaria:** Teniendo en cuenta el valor de la maquinaria y equipo utilizados por los empleados para la realización de la sandalia, el valor del salvamento se calcula solo para los equipos que tiene una vida útil superior a cinco años.

### Cuadro 70. Depreciaciones de maquinaria

Activo	Valor del activo	Años Depreciables	Depreciación Año	Depreciación Mes	Valor de Salvamento
Maquinaria y Equipo	1.450.000	10	145.000	12.083	725.000
<b>Total</b>	1.450.000	10	145.000	12.083	725.000

- **Mantenimiento:** Se define para mantenimiento el 3% sobre el valor del activo a utilizar en la etapa de producción.

### Cuadro 71. Mantenimiento maquinaria y equipos

Activo	Valor del Activo	Proporción%	Valor año	Valor Mes
Maquinaria y Equipo	1.450.000	0,03%	43.500	3.625
<b>Total</b>	1.450.000		43.500	3.625

- **Otros C.I.F (Seguros)** Se consideran como otros cif, el seguro de maquinaria y equipo, equivalente al 1% del valor del bien y la amortización de diferidos cargados a la parte de producción.

### Cuadro 72. Seguros de Maquinaria y Equipos

Activo	Valor	Proporción %	Valor año \$	Valor mes\$
Maquinaria y Equipo	1.450.000	0.01%	14.500	1.208
<b>Total</b>	1.450.000		14.500	1.208

**Cuadro 73. Total costos indirectos de fabricación**

Concepto	Costos \$ mes	Costos \$ Año
Mano de obra indirecta	1.503.840	18.046.080
Materiales Indirectos	879.000	10.548.000
Insumos	205.700	2.468.400
Depreciación	12.083	144.996
Mantenimiento	3.625	43.500
Otros CIFS (Seguros)	1.208	14.496
Honorarios (Contador)	250.000	3.000.000
Arriendo	1.000.000	12.000.000
<b>Total</b>	<b>3.855.456</b>	<b>46.265.472</b>

**5.1.3.4 Total costos de producción:** A continuación se muestra el consolidado de los costos del área operativa para el primer año del proyecto.

**Cuadro 74. Total costos de Producción**

Concepto	Costos \$ mes	Costos \$ año
Materia Prima	3.908.000	46.896.000
Mano de obra directa	7.798.219	93.578.628
C.I.F	3.855.456	46.265.472
<b>Total</b>	<b>15.561.675</b>	<b>186.740.100</b>

**5.1.3.5 Gastos administrativos y de ventas.** Se analiza en el siguiente ítem las compensaciones del personal que labora en el área administrativa de la fábrica de calzado Floripe así como los gastos relacionados con la gestión administrativa.

**Cuadro 75. Gastos Nomina Administrativa**

Concepto	Gerente	Secretaria Aux Contable	Asesor de Ventas
Sueldo Mes	1.800.000	750.000	616.000
Subsidio de transporte	0	72.000	72.000
Prima	144.940	62.475	51.312
Vacaciones	73.260	3.127	25.687
Cesantías	144.940	62.475	51.312
Intereses Cesantías	18.000	7.500	6.160
Caja de compensación familiar	72.000	30.000	6.160
Salud 8.5%	153.000	63.750	52.360
Pensión 12%	216.000	90.000	73.920
Riesgos Profesionales 0.522%	9.396	3.915	3.215
Dotación 7%	126.000	52.500	43.120
<b>Total Mes</b>	<b>2.757.536</b>	<b>1.197.742</b>	<b>1.001.246</b>
<b>Total Año</b>	<b>33.090.432</b>	<b>14.372.904</b>	<b>12.014.952</b>

**Cuadro 76. Depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina**

Activo	Valor	Años	Depreciación Año	Depreciación Mes	Salvamento
Muebles Y Enseres	485.000	5	97.000	8.083	242.500
<b>Total</b>	<b>485.000</b>		<b>97.000</b>	<b>8.083</b>	<b>-</b>

**Cuadro 77. Mantenimiento Administrativo**

Activo	Valor	Proporción	Depreciación Año	Depreciación Mes
Muebles y Enseres	485.000	0,05	24.250	2.021
<b>Total</b>	<b>485.000</b>		<b>24.250</b>	<b>2.021</b>

**Cuadro 78. Seguros Administrativos**

Activo	Valor	Proporción %	Valor año \$	Valor mes\$
Muebles y Enseres	485.000	0,01%	4.850	404
<b>Total</b>	485.000		4.850	404

**Cuadro 79. Total Gastos generales**

Concepto	Valor Mes	Valor Año
Honorarios Contador	250.000	3.000.000
Arriendo	300.000	3.600.000
Mantenimiento	5.646	67.752
Seguros	1.612	19.344
Servicios Públicos	300.000	3.600.000
Papelería	80.000	960.000
Aseo y Cafetería	70.000	840.000
<b>Total</b>	1.007.258	12.087.096

**Cuadro 80. Total Gastos de administración y ventas**

Concepto	Valor Año	Valor Mes
Nomina	59.478.288	4.956.524
Depreciación Administrativa	97.000	8.083
Gastos generales	12.087.096	1.007.258
<b>Total</b>	<b>71.662.384</b>	<b>5.971.865</b>

**5.1.3.6 Total Capital de trabajo** La inversión adicional que será aportado para realizar la nueva línea de sandalia se determina según los siguientes criterios:

**Cuadro 81. Capital de trabajo**

Concepto del costo	Total costo anual	Total costo mes
Total costos de producción	186.740.100	15.561.675
Total gastos administrativos	71.662.384	5.971.865
<b>Total</b>	<b>258.402.484</b>	<b>21.533.540</b>

**5.1.4. Inversión Total.** La inversión total requerida para la puesta en marcha de la línea de sandalia es:

**Cuadro 82. Inversion Total**

Descripción	Valor año	Valor mes
Inversión Fija	1.935.000	161.250
Inversión diferida	7.240.000	603.333
Capital de trabajo	258.402.484	21.533.540
<b>Total inversión fija</b>	<b>267.577.484</b>	<b>22.298.124</b>

## 5.2 COSTOS

**5.2.1 Costos Fijos.** Se caracteriza por que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar el volumen de producción de productos o servicios.

**Cuadro 83. Costos Fijos**

<b>Costos y Gastos Fijos</b>	<b>Valor Total año</b>
Nomina Administrativa	59.478.828
Honorarios	3.000.000
Arriendo	3.600.000
Papelería	960.000
Aseo y cafetería	840.000
Depreciación	241.996
Mantenimiento	67.752
Seguros	19.344
<b>Total costos y gastos fijos</b>	<b>68.207.920</b>

**5.2.2 Costos Variables.** Se caracterizan por que cambian o fluctúan en relación directa a un determinado volumen del servicio.

**Cuadro 84. Costos Variables**

<b>Costos y Gastos Variables</b>	<b>Valor Total Año</b>
Materia prima	46.896.000
Mano de obra directa	93.578.616
Mano de obra indirecta	18.046.080
Materiales Indirectos	10.548.000
Insumos	2.468.400
<b>Total costos y Gastos Variables</b>	<b>171.537.096</b>

### 5.2.3 Costos Totales unitarios

**Cuadro 85. Costos Totales Unitarios**

Total costos y Gastos	Valor Total/ Año
Costos y gastos fijos	68.207.920
Costos y gastos variables	171.357.096
Total costos y gastos	239.565.016
Unidades a producir	4560
Costos por unidad	52.536

### 5.3 PRECIO DE VENTA

Para el precio de venta por unidad se tendrá en cuenta un margen de utilidad del 30% con el fin de que su precio sea competitivo con la sandalia comercializada en el mercado actual.

Precio de venta/unidad= Costo unitario/ (1-Margen de utilidad)

**Cuadro 86. Precio de venta**

Concepto	Valor total
Costo por unidad	52.536
(1-Margen de utilidad)	0,3
<b>Precio de venta</b>	<b>75.051</b>

### 5.4 PROYECCIONES FINANCIERAS

**5.4.1 Ingresos.** Se determina sobre el precio de venta establecido (\$75.051) y la capacidad proyectada y se incrementa un 2% el precio de venta

### Cuadro 87. Ingresos por ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nº de pares de sandalia	4.560	5.016	5.520	6.072	6.684
Total Ingreso	342.232.560	384.323.713	422.939.971	465.233.968	512.125.139

**5.4.2 Egresos.** Para el presente análisis, se proyectan los egresos a 5 años, correspondientes a costos de producción, los gastos administrativos, y de ventas y los gastos financieros.

Debe tenerse en cuenta que se trabajó con pesos constantes, es decir, que solo tiene variación en el tiempo aquellas cuentas de costos y gastos que tengan incidencia con la producción.

### Cuadro 88. Proyección costos de Producción

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materias Primas	46.896.000	51.585.600	56.768.842	62.445.726	68.739.663
Mano de obra Directa	93.578.616	102.936.478	113.279.377	124.607.315	137.166.550
C.I.F	46.265.472	50.892.019	56.005.571	61.606.129	67.815.442
<b>TOTAL</b>	<b>186.740.088</b>	<b>205.414.097</b>	<b>226.053.791</b>	<b>248.659.170</b>	<b>273.721.655</b>

### Cuadro 89. Proyección Gastos de Administración (Ver Cuadro 75 Gastos Nomina Administrativa)

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nomina	59.478.828	59.478.828	59.478.828	59.478.828	59.478.828
Depreciación Administrativa	241.996	241.996	241.996	241.996	241.996
Gastos Generales	12.087.096	12.087.096	12.087.096	12.087.096	12.087.096
<b>TOTAL</b>	<b>71.807.920</b>	<b>71.807.920</b>	<b>71.807.920</b>	<b>71.807.920</b>	<b>71.807.920</b>

## 5.5 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS

De acuerdo con la estructura de costos, gastos e ingresos, se presentan los estados de resultados básicos proyectados a 5 años, estos se calcularon en pesos constantes, solo se evidencia incremento en aquellos costos directos que tienen

incidencia con los crecimientos estimados en la capacidad utilizada y proyectada, estos son: el estado de ganancias y pérdidas, el flujo de caja y el balance general.

**5.5.1 Estado de resultados proyectado a 5 años.** El estado de resultados o de ganancias y pérdidas, se calcula tomando como base las proyecciones de los respectivos costos, gastos e ingresos en la producción y comercialización de sandalias biodegradables y reciclables.

**Cuadro 90. Estado de Resultados Proyectado**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos por ventas	342.232.560	384.323.713	422.939.971	465.233.968	512.125.139
Total Ingresos	342.232.560	384.323.713	422.939.971	465.233.968	512.125.139
Costos de Producción	186.740.100	205.414.097	226.053.791	248.659.170	273.721.655
Utilidad Marginal	155.492.460	178.909.616	196.886.180	216.574.798	238.403.484
Gastos de administración y ventas	71.662.384	71.662.384	71.662.384	71.662.384	71.662.384
Utilidad antes de impuestos	83.830.076	107.247.232	125.223.796	144.912.414	166.741.100
Impuestos 33%	27.663.925	35.391.587	41.323.853	47.821.097	55.024.563
Utilidad Neta	56.166.151	71.855.645	83.899.943	97.091.318	111.716.537
Reserva legal 10%	5.616.615	7.185.565	8.389.994	9.709.132	11.171.654
Utilidad por distribuir	50.549.536	64.670.081	75.509.949	87.382.186	100.544.883

**5.5.2 Flujo de Caja Proyectado.** La estructura de flujo de caja se obtiene de las diferentes proyecciones de los costos de producción, gastos de administración y ventas y de los gastos financieros, estimados en cada uno de los ítems de la estructura desarrollada en puntos anteriores.

El flujo de caja constituye uno de los resultados más importantes y sirve de base para la evaluación del proyecto a través de los flujos netos de cada periodo de vida útil del proyecto.

Para la maquinaria, equipos y activos que tiene una vida útil de 10 años se deprecia al mismo tiempo y como el proyecto se evalúa a 5 años, el saldo se coloca como valor de salvamento.

### Cuadro 91. Flujo de caja proyectado

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Entradas</b>						
Ingresos por ventas	0	342.232.560	384.323.713	422.939.971	465.233.968	512.125.139
Aporte de socios	20.000.000					
Crédito	0					
Total de entradas	20.000.000	342.232.560	384.323.713	422.939.971	465.233.968	512.125.139
<b>Salidas</b>						
Maquinaria y equipos	1.450.000					
Muebles y enseres	485.000					
Equipo de oficina	0					
Herramientas	0					
Total inversión fija	1.935.000					
Inversión diferida	7.240.000					
Costos de producción		186.740.100	205.414.097	226.053.791	248.659.170	273.721.655
Gastos de administración		71.662.384	71.662.384	71.662.384	71.662.384	71.662.384
Gastos financieros		0	0	0	0	0
Impuesto de renta		27.663.925	35.391.587	41.323.853	47.821.097	55.024.563
Reserva legal		3.146.518	4.497.027	5.460.022	6.514.732	7.684.083
Total salidas	11.110.000	289.212.928	316.965.094	344.500.050	374.657.382	408.092.685
Saldo (entradas - salidas)	8.890.000	53.019.632	67.358.619	78.439.921	90.576.586	104.032.454
Más depreciación	0	241.996	241.996	241.996	241.996	241.996
Más amortización diferidos	0					
Más reserva legal		5.616.615	7.185.565	8.389.994	9.709.132	11.171.654
Menos pago a principal	0					
Total saldo neto	8.890.000	58.878.244	74.786.179	87.071.912	100.527.714	115.446.103
Recuperación de inversión						0
Inversión residual de activos						0
Total flujo neto		58.878.244	74.786.179	87.071.912	100.527.714	115.446.103
Saldo inicial		8.890.000	67.768.244	142.554.423	229.626.335	330.154.048
<b>Saldo Final</b>	8.890.000	67.768.244	142.554.423	229.626.335	330.154.048	445.600.152

**5.5.3 Balance general inicial y proyectado.** A continuación se presenta Balance General inicial y Proyectado a 5 años de acuerdo a la estructura de costos y gastos e ingresos estimados para la fabricación de la sandalia Biodegradable y Reciclable.

### Cuadro 92. Balance general inicial y proyectado

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Activos Corrientes						
Cajas y Bancos	8.890.000	67.768.244	142.554.423	229.626.335	330.154.048	445.600.152
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>8.890.000</b>	<b>67.768.244</b>	<b>142.554.423</b>	<b>229.626.335</b>	<b>330.154.048</b>	<b>445.600.152</b>
Activo Fijo						
Maquinaria y Equipo		1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000	1.450.000
Muebles y Enseres		485.000	485.000	485.000	485.000	485.000
Equipo de Oficina						
Herramientas						
Total Inversión Fija						
Menos Depreciación		241.996	241.996	241.996	241.996	241.996
Total Activo Fijo	0	1.693.004	1.693.004	1.693.004	1.693.004	1.693.004
Diferidos	7.240.000	7.240.000	7.240.000	7.240.000	7.240.000	7.240.000
Menos Amortización Diferidos						
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>7.240.000</b>	<b>8.933.004</b>	<b>8.933.004</b>	<b>8.933.004</b>	<b>8.933.004</b>	<b>8.933.004</b>
TOTAL ACTIVOS	20.000.000	76.701.248	151.487.427	238.559.339	339.087.052	454.533.156
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE	0					
Obligaciones a Corto Plazo						
Total Pasivos No corrientes						
TOTAL PASIVOS	0					
PATRIMONIO						
Aporte de Socios	20.000.000					
Reserva Legal		5.616.615	7.185.565	8.389.994	9.709.132	11.171.654
Utilidades del Ejercicio		50.549.536	64.670.081	75.509.949	87.382.186	100.544.883
Utilidades de Ejercicios Anteriores			50.549.536	64.670.081	75.509.949	87.382.186
PATRIMONIO	20.000.000	56.166.151	122.405.181	148.570.024	172.601.267	199.098.723
Total(Pasivo y Patrimonio)	20.000.000	56.166.151	122.405.181	148.570.024	172.601.267	199.098.723

## 6. EVALUACION DEL PROYECTO

### 6.1 EVALUACIÓN SOCIAL

La implementación de la nueva línea de sandalia reciclable y biodegradable contribuye al desarrollo económico de la región fortaleciendo el trabajo, por la innovación y el cuidado del medio ambiente buscando con esto concientizar y transformar la cultura de las personas demostrando que se hace necesario en el sector del calzado desarrollar un producto diferenciador de la competencia.

Siendo Bucaramanga una ciudad líder en la fabricación y comercialización de calzado permitirá a las familias adquirir prendas de excelente calidad, de moda actual a precios competitivos.

El proyecto presenta un beneficio sobre la población ya que estimula la puesta en marcha de nuevos proyectos y mejorara la calidad de vida de los trabajadores.

Se consideró a través del estudio realizado que el proyecto no tiene impactos negativos y por el contrario su puesta en marcha genera un aumento en la demanda de materia prima e insumos para la fabricación de calzado.

El artículo *Ecodiseño en el sector Calzado* del portal web <http://www.xarxaambiental.es/documents/18/17003/Ecodise%C3%B1o+en+el+sector+del+calzado>, realizado por la Instituto Tecnológico del calzado y conexas, relaciona los beneficios y ejemplos de ecodiseño en el sector calzado en diferentes empresas que le han apostado a la responsabilidad de las empresas ante el medio ambiente.

El ciclo de vida de un producto se basa en 5 etapas fundamentales: materias primas, producción, distribución, uso y fin de vida. El ciclo de vida no debe concebirse como algo lineal, sino de forma cíclica y así poder aprovechar los subproductos producidos en cada una de las etapas de este ciclo.

En cada una de estas etapas se pueden producir mejoras, que permitan no solo elaborar un producto con menores repercusiones para el entorno sino mejorar la ecoeficiencia general de la empresa.

Existen estudios que revelan que el 80% de los impactos ambientales y costes a largo plazo de un producto, se determinan durante la etapa de diseño. Las empresas que consideran el medio ambiente en el diseño de sus productos abren las puertas a nuevas oportunidades para conservar recursos y reducir gastos, reduciendo costes e impacto ambiental.

Ecodiseñar el calzado hace posible simplificar y facilitar su mantenimiento y aumentar la vida útil del producto.

Cumplir las regulaciones ambientales aplicables, mejora el desempeño ambiental de una organización, se abren las oportunidades de hacer negocios “ecológicos” y mejorar la imagen ambiental de la organización con los clientes y la comunidad. De este modo, al introducir criterios ambientales en el desarrollo de calzado se facilita el cumplimiento de la legislación ambiental existente, así como de la futura.

Diseñar el calzado con criterios ambientales, mejora las demandas e inquietudes sociales de los clientes.

### **BENEFICIOS DEL ECODISEÑO EN CALZADO**

Existen numerosos beneficios que son potencialmente alcanzables a través del Ecodiseño:

Reducir el consumo de recursos energéticos mejora la gestión ambiental y se reducen los costes de producción y los costes del producto para los usuarios.

Minimizar la cantidad de material utilizado por par de zapatos producido, reducen los costes de materia prima y reduce el consumo de recursos; también es posible utilizar materiales renovables, con menor contenido energético o más fáciles de reciclar y mejorar la imagen de la empresa.

Optimizar las técnicas de producción de calzado, mejora la capacidad innovadora de la empresa, reduce los pasos de producción, mejora el tiempo de entrega y minimiza el impacto ambiental de los procesos.

### **EJEMPLOS PRÁCTICOS DE ECODISEÑO EN EL SECTOR CALZADO**

A continuación se exponen varios casos prácticos de Ecodiseño de empresas del sector calzado.

### **Ecoetiqueta Europea en el calzado: Dian:**



La empresa de calzado Dian (División Anatómicos, S.L), dedicada desde hace más de veinte años a la fabricación de calzado de trabajo, La firma se preocupa del medio ambiente y, desde una postura de responsabilidad social corporativa, realiza los procesos de producción sostenible y se orienta hacia la utilización de materiales que den como resultado un calzado más respetuoso con el medio ambiente.

### **Ecoetiqueta Europea en el calzado: Pikolinos:**



Pikolinos comunica que la línea de calzado ecológico “Línea Ecológica Pikolinos”, está fabricada de forma que a lo largo de todo su ciclo de vida se reducen los impactos medioambientales, además se caracteriza por ser fabricada con materiales totalmente ecológicos: pieles naturales de curtición vegetal libres de cromo, suelas biodegradables y un proceso de producción donde sólo se usan colas al agua y tintes naturales.

## El naturalista:



La empresa El Naturalista indica que su filosofía corporativa incluye la producción de productos de calidad respetando a las personas y el mundo que les rodea. La empresa afirma estar comprometida con la protección de los recursos naturales del planeta: buscando constantemente procesos productivos respetuosos con el medio ambiente, evitando la utilización de sustancias y productos contaminantes, promoviendo sistemas de producción tradicionales, y practicando la conservación del entorno mediante la utilización de sustancias biodegradables y reciclables.

## 6.2 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Teniendo en cuenta la actividad comercial a la que se dedica la empresa la cual es Producir calzado para dama determinamos el impacto ambiental y las medidas de mitigación que se pueden implementar.

**Cuadro 93. Matriz de evaluación de impactos y medidas de control**

MEDIO	RECURSO	ENTRADA O NECESIDADES	SALIDAS	MEDIDAS DE CONTROL
FISICOS	RUIDO	La máquina plana y los motores generan ruido por lo que son usadas en horarios que no afecten la tranquilidad del sector ya que la fábrica se encuentra ubicada en un sector residencial.	Se genera niveles de ruido en horario de oficina	Para proteger su salud auditiva los operarios tendrán audífonos dentro de su dotación.
	SUELO	Casa ubicada en el barrio san Francisco de una planta la cual se adecuo para el funcionamiento de la fábrica de calzado.	No aplica	

MEDIO	RECURSO	ENTRADA O NECESIDADES	SALIDAS	MEDIDAS DE CONTROL
	<b>AGUA</b>	Este recurso se emplea en la fábrica de calzado para el funcionamiento de los sanitarios y lavamanos, consumo del personal de la fábrica y limpieza de los puestos de trabajo.	Aguas negras con residuos orgánicos que van destinadas al alcantarillado. Aguas con residuos químicos y detergente que van dirigidas al alcantarillado.	Se emplearan estrategias del buen uso de recursos como el agua y la luz.
	<b>ENERGIA</b>	Recurso utilizado en cada uno de los puestos de trabajo, contando con un sistema de iluminación mediante lámparas fluorescentes que tienen una eficiencia energética, equipos de cómputo, aire acondicionado y máquinas para el proceso de elaboración de la sandalia como los motores y la maquina plana.	Se debe tener en cuenta que este tipo de lámparas (fluorescentes) son consideradas residuos peligrosos debido a su contenido de vapor de mercurio, por lo cual se debe disponer adecuadamente para evitar efectos ambientales negativos. Consumo de energía eléctrica para el uso de las máquinas y el equipo de oficina	Se vigilara la limpieza e higiene del sitio en el cual se produce el producto
	<b>AIRE</b>	Para el buen funcionamiento y desarrollo de sus actividades Floripe cuenta con un área ventilada de aire natural para sus oficinas y en la fábrica tiene instalado un sistema de aire acondicionado por el número de personas que laboran en el lugar.	Concentración de monóxido de carbono proveniente del tráfico vehicular. Aire acondicionado para mantener una temperatura ambiente para los equipos y el personal que labora en el lugar.	se controlara el nivel de ruidos causados por las máquinas de la fábrica que puedan llegar afectar el oído de la comunidad del sector
<b>BIOLOGICOS</b>	<b>RESIDUOS</b>	Al cuero y los residuos o sobrantes se les da un uso adecuado mediante un control por medio de canecas reciclables lo que contribuye a reducir la contaminación de la tierra. Lo que no sirve de esta clasificación se dispone a sacarlo al aseo.	Tiras, cortes de cuero y residuos de hilos sobrantes de forro y plantillas	Con la nueva línea de calzado se busca promover una actitud ambientalista del personal que labora en la empresa y de sus posibles clientes adquiriendo sus nuevos productos realizados con materiales reciclables y

MEDIO	RECURSO	ENTRADA O NECESIDADES	SALIDAS	MEDIDAS DE CONTROL
		Bolsas, cajas de cartón usadas para empacar las sandalia, los rollos de cartón de los hilos, tarros de pintura y pegante, papelería de oficina, vasos, pitillos residuos de alimentos de la cafetería.	Residuos clasificados para su desecho o reciclaje.	biodegradables que contribuyen al mejoramiento del medio ambiente.
SOCIO ECONOMICOS	ECONOMICO	Generación de empleo con la nueva línea de calzado y el cumplimiento de las proyecciones se incrementa el nivel de la producción lo que conlleva a la contratación de personal calificado para la labor	Contratación de personal	
	SOCIAL	Mejoramiento de calidad de vida que contribuye a la minimización de los niveles de pobreza de la comunidad	Personal capacitado y calificado en labores de manufactura	

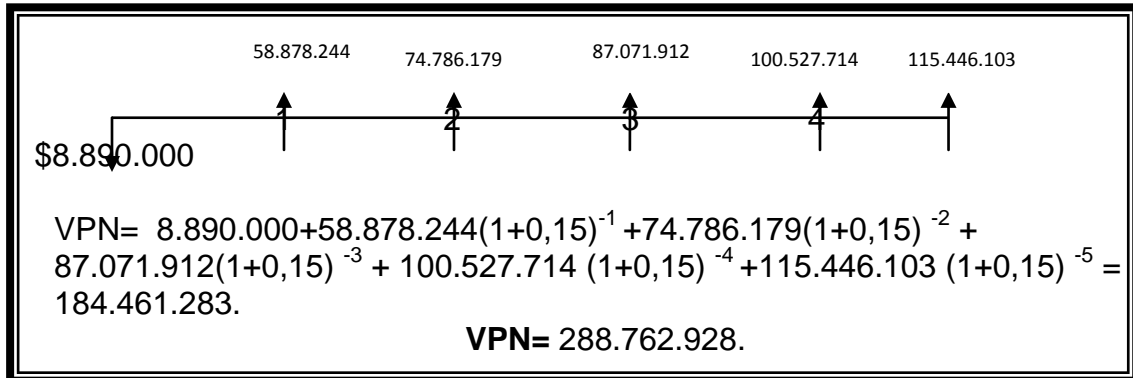
### 6.3 EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera del proyecto reúne información necesaria de los estudios de mercado, técnico y financiero que nos permite establecer la viabilidad del proyecto con el fin de tomar una decisión de aceptación o rechazo y definir la rentabilidad del proyecto.

1. Análisis del valor presente neto ( VPN)
2. Calculo de la tasa interna de retorno (TIR)

**6.3.1 Valor Presente Neto.** Se define como la suma del valor presente (PV) de los flujos de efectivo individuales, Interés del 15% para proyectos de inversión N: 5 años

**Gráfico 30. Diagrama económico**



**Relación Beneficio costo**

$R = 288.762.928 / 8.890.000 = 32,48\%$

Por cada peso invertido en mi negocio tengo una utilidad de 32,48%

**6.3.2 Tasa Interna de Retorno.** La TRI puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto a mayor TRI mayor rentabilidad y se determina teniendo en cuenta como base el VPN como indicador económico.

$$8.890.000 / 288.762.928 = (1+TIR)^{-5}$$

$$0.03078650041 = (1+TIR)^{-5(-1)}$$

$${}^5\sqrt{0.03078650041} = {}^5\sqrt{(1+TIR)^{-5}}$$

$${}^5\sqrt{0.0877304115} - 1 = TIR$$

$$TIR = 0.4809659981 \times 100\%$$

$$TIR = 48\%.$$

La TRI evalúa el proyecto en función de única tasa de rendimiento por periodo en la cual el total de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos en moneda actual.

La tasa interna de retorno es de 48% altamente significativa para determinar la viabilidad del proyecto. Teniendo en cuenta que la tasa esperada equivale al 15%.

**6.3.3 Periodo de Recuperación.** Es el periodo de tiempo en el cual se cubre en monto total de la inversión, mediante flujos netos de efectivo calculado anualmente.

$$\text{Inversión inicial} / \text{Utilidad anual promedio (Sin depreciación)} =$$

$$8.890.000 / 58.878.244 = 0.1509$$

$$\text{Razón} = 0.1509$$

Año

$$\begin{array}{r} 360 \\ 0.1509 \end{array} \times \begin{array}{r} 100 \\ x \end{array}$$

X=0.543 Se recuperará después del primer año de inicio del proyecto, lo que nos hace definir que el proyecto es viable.

### 6.3.4 Calculo de razones financieras

- **Razones de liquidez.**

Significaría el grado o margen de seguridad para cumplir las obligaciones a corto plazo.

**Razón Corriente** = Activo Corriente / Pasivo Corriente

Para el caso de FLORIFE al no requerir inversión por tener su infraestructura, maquinaria y equipo disponible para llevar a cabo la fabricación de la sandalia La empresa tiene como respaldo durante el primer y los siguientes años que no tendrá obligaciones a corto plazo mostrando favorablemente liquidez para su funcionamiento.

- **Razones de endeudamiento.**

Buscan determinar cómo se está financiando los activos, es decir que fuente se está tomando para su adquisición, indica el nivel de riesgo con que está operando la empresa e indica el porcentaje en que los activos están siendo financiados por los pasivos.

**Nivel de endeudamiento** = Total Pasivo / Total Activo

FLORIFE no cuenta con obligaciones financieras que afecten o comprometan sus activos.

- **Razones de Rentabilidad.**

Indica el porcentaje que está ganando o perdiendo la empresa en las ventas netas al deducirle los costos de venta.

**Margen de utilidad bruta**= Utilidad Bruta /Ventas netas x 100%

Margen de utilidad bruta = 45.43%

Significa que las ventas de la empresa generaron un 45.43% de la utilidad bruta.

- **Rentabilidad del patrimonio neto.**

Este índice nos indica cual fue la rentabilidad o pérdida de la inversión de los propietarios frente a la utilidad final

Rentabilidad de patrimonio neto= Utilidad o pérdida del ejercicio /Total patrimonio

Rentabilidad del patrimonio neto = 41%

Por cada \$ 1 invertido por los propietarios se generó 41% de ganancia

## 6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Punto de equilibrio año 2014

PE= Costos Fijos Total / Precio Venta unitario – Costo variable unitario.

PE= 68.207.920 / 75.051 – 52.536 =

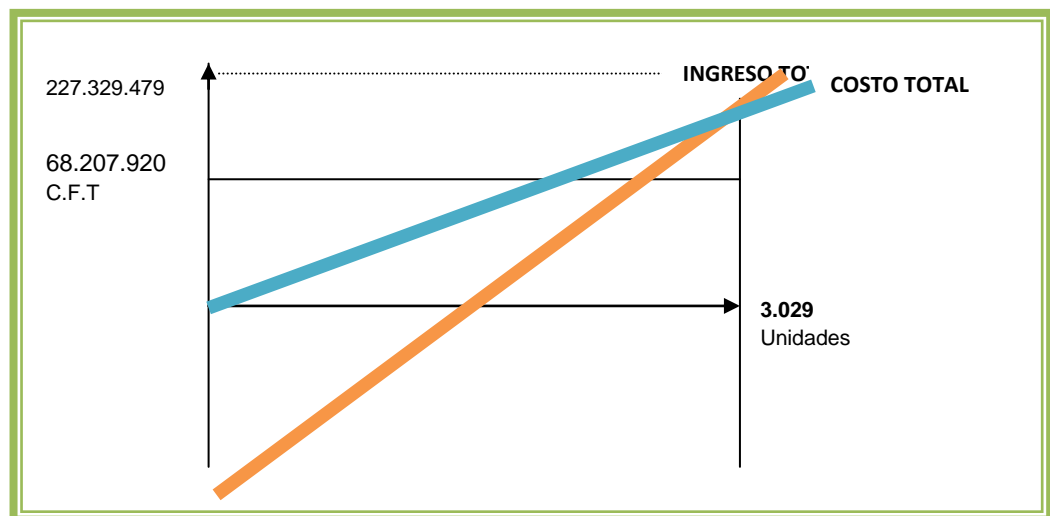
PE= 68.207.920 /22.515

PE= 3.029

Es necesario elaborar 3.029 sandalias en material reciclable y biodegradable para alcanzar el punto de equilibrio antes previsto es decir realizar ventas por valor de \$227.329.479

**Punto de equilibrio (pesos):** 3.029 x 75.051 = \$227.329.479

**Figura 6. Punto de equilibrio.**



## 7. CONCLUSIONES

Luego de realizar un estudio detallado y de recolectar información sobre la oferta y la demanda se encuentra un nivel de aceptación alto para la implementación de la nueva línea de sandalias en materiales diferentes a los que se suele encontrar en el mercado como los materiales sintéticos, se definen aspectos importantes que nos permiten la entrada y permanencia en el mercado como las especificaciones del producto, el uso y sobre todo se identifica el punto diferenciador que nos permite mostrar al sector del calzado un producto innovador.

Floripe cuenta actualmente con la mano de obra y tecnología necesaria para la puesta en marcha del producto buscando obtener exigencias en sus tiempos de producción que permita la competencia con los productores locales.

Para cumplir con estándares y elaborar prendas de calidad se requiere implementar condiciones de trabajo seguras y agradables, por tal motivo el proyecto busca implementar procedimientos específicos, descripción de los cargos y responsabilidades para crear una cultura que beneficie los procesos dentro de la organización.

Con lo planteado en el proyecto se busca diversificar los productos que ofrece Floripe actualmente. Lo que nos lleva a capacitar al personal en la mejora de los tiempos de producción y minimizar el impacto ambiental de los procesos con la implementación de materiales totalmente ecológicos como lo son las pieles naturales libres de cromo y suelas biodegradables.

Por lo anterior y teniendo en cuenta las variables y los resultados arrojados en el análisis de los estudios Técnico, administrativo, financiero y evaluación de proyecto se demostró que el proyecto es viable, factible y rentable.

## 8. RECOMENDACIONES

Para mantener la sostenibilidad y competitividad empresarial se hace necesario realizar estudios e investigación de mercados que evalúe permanente la aceptabilidad y satisfacción del producto en el mercado donde se hará presencia verificar la consecución de la principal materia prima para asegurar un producto de calidad y acorde a las necesidades y expectativas de los clientes.

Es importante que Floripe implemente estrategias de publicidad y promoción de forma dinámica y creativa, innovadora y permanente, que le permita generar competencia y favorecer la decisión de los clientes de comprar sandalia con materiales reciclables.

Se sugiere participar en eventos empresariales que permitan dar a conocer el producto en el mercado, desarrollar permanentemente estrategias de servicio al cliente de alta calidad.

El éxito del proyecto depende en gran medida de la gestión administrativa para realizar mercadeo y asegurar el cumplimiento del pronóstico de prestación del servicio, Buscar por medio de capacitaciones del personal que se sientan a gusto con la labor que desempeñan e identificados con la organización que tiene cultura corporativa.

En el análisis de cada estudio presentado se puede observar que es rentable siempre y cuando se cumpla con los parámetros establecidos como volúmenes de ventas y gastos moderados.

## BIBLIOGRAFIA

COMERCIO ELECTRONICO PARA LA INDUSTRIA DEL CUERO, CALZADO, MANUFACTURAS E INSUMOS. 2013 ACICAM “Combate al contrabando puntos para una agenda interinstitucional” [Disponible en Internet: <http://www.portaldelcuero.com/informa/informa22.asp>]

INFORMACION CONTABLE Y FIANANCIERA AL DIA. Sergio Diaz Granados Guida, Ministerio de Comercio de Industria y Comercio 26 de Abril de 2013, Decreto 862 de 26 de Abril de 2013 [Disponible en: <http://actualicese.com/normatividad/2013/04/26/decreto-862-de-26-04-2013/>]

“LA PAPA CALIENTE DE LA PROTECCIÓN AL CALZADO NACIONAL”. El tiempo 06 de Junio de 2013 [En Línea] Disponible en Internet [http://www.eltiempo.com/colombia/ARTICULO-WEB-NEW\\_NOTA\\_INTERIOR-12851783.html](http://www.eltiempo.com/colombia/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12851783.html)

BANCOCENTRAL DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA 2013. Tasa Interbancaria. DC Santa Fé de Bogotá. Información Disponible desde el 02 de Mayo de 2012. [En Línea: Disponible en: <http://www.banrep.gov.co/es/tib>]

Diana C. León Durán, “Sube el arancel para importaciones de confección y calzado” , Vanguardia Liberal – Economía 23 de Enero de 2013 [En Línea: <http://www.vanguardia.com/economia/local/192576-sube-el-arancel-para-importaciones-de-confecciones-y-calzado>]

HERRERA PIÑEROS, María Angélica; HURTUA LEAL, Sebastián; MORALES VENDRIES, Andrea. Estudio de Medición potencial exportador de la empresa manufacturera. Tesis de Grado. [En Línea] Disponible en Internet: <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/10336/1099/1/1020716213.pdf>consultado

PLAN DE DESARROLLO, Bucaramanga Sostenible. Municipio de Bucaramanga Parte 1, Vigencia 2012 – 2015. [En Línea] Disponible en Internet: <http://casadelperiodismo.com/sitio/archivos/PLAN%20DE%20DESARROLLO%202012-2015%20CTP.pdf>

Redacción económica, Vanguardia Libera. [www.vanguardialiberal.com](http://www.vanguardialiberal.com). Citado el 31 de agosto de 2012. Disponible en Internet: <http://www.vanguardia.com/economia/local/172214-tasa-de-desempleo-en-bucaramanga-fue-de-98>

STYLE AMERICA, Noticias y actualidad. Marzo y Julio de 2012. Amazonas presenta primeras sandalias biodegradables del mundo. [En Línea] Disponible en Internet: <http://www.styleinsumos.com/newsdetalle.php?id=366>

## ANEXOS

### ANEXO A. Encuesta

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER**  
**Instituto de proyección Regional y Educación a Distancia**  
**Gestión Empresarial**

Objetivo: Realizar una Investigación de Mercados que nos ayude a determinar los gustos, preferencias, nivel de aceptación y actitud de compra de la nueva línea de sandalias para dama en cuero Biodegradable por parte de las mujeres en Bucaramanga que pertenezcan a los estratos 5 y 6 económicamente activas.

**1. ¿Compra Ud. Zapatos en cuero?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

Si su respuesta es Si, por favor continúe con la pregunta número 3.

Si su respuesta es No, por favor marque una de las siguientes opciones

**2. Marque la razón principal de no compra de Zapatos en Cuero?**

\_\_\_\_\_ El material

\_\_\_\_\_ El precio

\_\_\_\_\_ La calidad

\_\_\_\_\_ El diseño

\_\_\_\_\_ Otra Razón Cual? \_\_\_\_\_

**3. ¿Qué tipo de calzado usa con mayor frecuencia?**

\_\_\_\_\_ Deportivo

\_\_\_\_\_ Botas/Botines

\_\_\_\_\_ Ejecutivo

\_\_\_\_\_ Sandalia

\_\_\_\_\_ Balleta

**4. De acuerdo a sus preferencia de Calzado que Color compra con mayor frecuencia?**

\_\_\_\_\_ Negro

\_\_\_\_\_ Café

\_\_\_\_\_ Blanco

\_\_\_\_\_ Otros Colores (Beige, Rojo, Azul)

**5. ¿Usa Ud. Sandalia en Cuero?**

SI  NO

Si su respuesta fue SI por favor continúe con la encuesta.

Si su respuesta fue NO responda la pregunta Número 6 y finalice la Encuesta.

**6. ¿En qué Sector acostumbra con mayor frecuencia a compra sus sandalias?**

San Francisco  
 Cabecera  
 Centro  
 Otro Cual? \_\_\_\_\_

**7. ¿Qué Diseño prefiere al momento de comprar sandalias?**

Solo Capellada  
 Destalonada  
 Tres Puntadas  
 En Tiras

**8. ¿En un año cuantas veces compra sandalias?**

1 a 2 Veces  2 a 3 Veces  3 a 4 Veces  4 a 5 veces  
 Más de 5 veces

**9. ¿Cuántos Pares de Sandalias compra en Un año?**

1 Par  2 Pares  3 Pares  4 Pares  Mas de 4 Pares

---

**10. ¿Qué tipo de Tacón prefiere a la hora de Comprar sus sandalias?**

Sandalia Plana  
 Tacón 2.5 Cm  
 Tacón 3.5 Cm

**11. Marque con Una x la talla de su calzado:**

Talla 36  
 Talla 37  
 Talla 38  
 Otra Talla

**12. La última vez que compro sandalias en cuero ¿cuánto pago por ellas? En Miles de Pesos.**

45 - 55 \_\_\_\_\_

55 - 65 \_\_\_\_\_

65 - 75 \_\_\_\_\_

75 - 85 \_\_\_\_\_

Más de 85 \_\_\_\_\_

**13. Marque el Grado de Satisfacción cuando usa sus Sandalias**

Alto \_\_\_\_\_ Bajo \_\_\_\_\_

**14. Según el Grado de Satisfacción Selecciones la Razón principal:**

Alto

\_\_\_\_\_ Comodidad

\_\_\_\_\_ Diseño

\_\_\_\_\_ Suavidad

\_\_\_\_\_ Garantía

Bajo

\_\_\_\_\_ Material muy duro

\_\_\_\_\_ Mala Calidad

\_\_\_\_\_ Maltrato del pie

\_\_\_\_\_ Otra

**15. En que Almacenes compra con mayor Frecuencia sus sandalias en cuero?**

First Class \_\_\_\_\_ Velez \_\_\_\_\_ Parisotto \_\_\_\_\_ Marsupial \_\_\_\_\_

**Diseñadores Reconocidos** \_\_\_\_\_

No compra en un lugar específico \_\_\_\_\_

**16. ¿Conoce Ud. Sandalias fabricadas en cuero Biodegradable?**

\_\_\_\_\_ Si

\_\_\_\_\_ No

**17. Ha comprado Sandalias en Cuero Biodegradable?**

\_\_\_\_\_ SI

\_\_\_\_\_ NO

**18. Si conociera de la venta de este tipo de sandalias, Ud. estaría dispuesto a comprarla?**

\_\_\_\_\_ Si

\_\_\_\_\_ No

**Si contesto que No, diríjase al final de la encuesta.**

**Si contesto que Si, Continúe con la pregunta Numero 19**

**19. En qué color preferiría comprar estas sandalias Biodegradables?**

- Negro  
 Café  
 Otros Colores (Rojo, azul, beige etc.)

**20. Marque el rango en miles de pesos que estaría dispuesto a pagar por una sandalia en cuero Biodegradable:**

- 55- 65 \_\_\_\_\_  
65 -75 \_\_\_\_\_  
75- 85 \_\_\_\_\_  
85 -95 \_\_\_\_\_

**21. Que Diseños de sandalias le gustaría comprar en cuero Biodegradable?**

- Solo Capellada  
 Destalonada  
 Tres Puntadas  
 En Tiras

**Muchas Gracias**

---

Nombre del Encuestado: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Ocupación: Empleado \_\_\_\_\_ Estudiante \_\_\_\_\_ Independiente \_\_\_\_\_

Estrato al cual pertenece: \_\_\_\_\_