



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD DE UNA FABRICA Y  
COMERCIALIZADORA DE CALZADO CON TACON REMOVIBLE DIRIGIDO AL  
MERCADO BOGOTANO**

**PRESENTADO POR:**  
LUIS FELIPE MATIAS MONTOYA ID 469302

**ASESOR:**  
FELIPE ALEXANDER GONZALEZ CASTILLO

UNIMINUTO VIRTUAL Y A DISTANCIA - UVD  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
BOGOTÁ D.C.  
2018

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

**Líder de investigación**

---

**Jurado**

---

**Jurado**

## **DEDICATORIA:**

Este proyecto de grado está dedicado primeramente a Dios, quien es el que me dio la oportunidad y el sustento para poder iniciar mi vida profesional, a mi familia que es quien me apoya moralmente para cumplir todos mis sueños personales y son el sustento motivacional de mi vida, a Juventudes Mira que son personas con los cuales he encontrado un camino de apoyo social llenando mi corazón de gozo y júbilo y en general a todos mis amigos y seres queridos allegados que estuvieron apoyando mi preparación intelectual.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por sustentar todas las necesidades de mi vida desde el momento en que nací hasta hoy, tiempo en el cual estoy a punto de graduarme, agradezco a mi familia por el apoyo incondicional que siempre me han brindado y más aún en el apoyo motivacional para lograr ser un profesional más en la familia, al grupo de Juventudes Mira por trazar en mi vida un propósito existencial y a mis compañeros y amigos cercanos por apoyarme en las circunstancias de riqueza y de escases.

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO.....	10
1. PRESENTACION DEL PROBLEMA .....	15
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
SITUACIÓN ACTUAL Y MAGNITUD DEL PROBLEMA .....	15
CAUSAS.....	15
EFECTOS .....	15
JUSTIFICACIÓN.....	16
OBJETIVOS .....	17
OBJETIVO GENERAL.....	17
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
2. ESTUDIO DE MERCADO .....	18
2.1 CONTEXTO DEL MERCADO Y ANTECEDENTES.....	18
ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR.....	20
SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO .....	20
ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL .....	23
IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	24
ESTRATEGIAS DE MERCADO .....	26
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN.....	26
ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO (PROVEEDORES) .....	27
ESTRATEGIAS EN PRECIOS.....	27
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD .....	29
3. PROPUESTA DE NEGOCIO.....	30
CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	30
VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR .....	31

ESTUDIO TÉCNICO .....	32
BALANCE DE REQUERIMIENTOS .....	32
BALANCE DE MAQUINARIA .....	32
BALANCE DE PERSONAL .....	33
VALOR DE NOMINA Y ESPECIFICACIONES .....	33
BALANCE DE EQUIPOS.....	35
BALANCE DE OBRA .....	35
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	36
LOCALIZACIÓN .....	38
MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN .....	38
EVALUACIÓN DE LA ALTERNATIVA.....	39
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	40
TIPO Y NATURALEZA DE EMPRESA.....	40
MISION .....	40
VISION .....	40
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES .....	40
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	42
GERENTE GENERAL.....	42
OPERARIO DE MAQUINARIA Y TRABAJADORES RELACIONADO CON LA FABRICACION DE PRODUCTOS DE CALZADO .....	42
OPERARIO DE TRASNPORTE DE CARGA .....	43
OPERARIO DE MAQUINARIA Y TRABAJADORES RELACIONADO CON LA FABRICACION DE PRODUCTOS DE CALZADO .....	43
AUXILIAR ADMINISTRATIVO.....	43
CONTADOR .....	44
REPRESENTANTES EN VENTAS.....	44
ESTRATEGIAS CORPORATIVAS .....	45

POLITICAS .....	45
VALORES CORPORATIVOS .....	45
ESTUDIO FINANCIERO .....	46
INVERSIONES.....	46
COSTOS.....	46
ESTIMACION DE COSTOS .....	49
INGRESOS Y PROYECCIONES DE VENTAS .....	50
FLUJO DE CAJA.....	51
CONCLUSIONES .....	52
BIBLIOGRAFÍA.....	53

## INDICE DE GRÁFICAS

Grafica 1, DIAGRAMA DE PARETO EDADES DE MUJERES BOGOTANAS.....	21
Grafica 2, MUJERES SEGUN ESTRATO SOCIOECONÓMICO .....	22

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1, PIRAMIDE DE MASLOW .....	19
Ilustración 2, PROCESO DE ELABORACION.....	36
Ilustración 3, MAPA ESTRATOS BOGOTA .....	39
Ilustración 4, MATERIA PRIMA .....	46
Ilustración 5, COMISIONES.....	47
Ilustración 6, PUNTO DE EQUILIBRIO .....	48

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1, EDADES DE LA POBLACION BOGOTANA .....	20
<i>Tabla 2, EDADES DE LA POBLACION BOGOTANA .....</i>	<i>21</i>
Tabla 3, ESTRATOS DE BOGOTA .....	22
Tabla 4, MERCADO OBJETIVO .....	22
Tabla 5, ESTIMACION DE CRECIMIENTO .....	23
Tabla 6, PROYECCION DE CRECIMIENTO HORIZONTE DEL PROYECTO .....	24
Tabla 7, IDENTIFICACION DE COMPETENCIA .....	25
Tabla 8, SELECCION DE PROVEEDORES MAQUINARIA.....	27
Tabla 9, VALOR ESTIMADO EN EL MERCADO.....	28
Tabla 10, PRECIO PROMEDIO DEL MERCADO (MERCADOLIBRE, 2018).....	28
Tabla 14, BALANCE DE MAQUINARIA .....	33
Tabla 15, BALANCE DE PERSONAL.....	34
Tabla 16, BALANCE DE EQUIPOS .....	35
Tabla 17, BALANCE DE OBRAS.....	35
Tabla 18, PROYECCION PROMEDIO PRODUCTO INTERNO BRUTO (REPUBLICA, 2018).....	48
Tabla 19, ESTIMACION DE COSTOS .....	50
Tabla 20, INGRESOS Y PROYECCION DE VENTAS.....	50
Tabla 21, FLUJO DE CAJA (WIKINSONPC, 2018).....	51

# **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD DE UNA FABRICA Y COMERCIALIZADORA DE CALZADO CON TACON REMOVIBLE DIRIGIDO AL MERCADO BOGOTANO**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

En la ciudad de Bogotá es de fácil observar las diferentes facetas y roles de la mujer, que después de la revolución industrial empiezan a jugar un papel fundamental en la economía al hacer parte de trabajos a la par con el hombre, partiendo de ello es visible la elegancia con la que transitan hoy las mujeres a sus lugares de trabajo, fiestas y entre otras y también como transportan en sus bolsos un segundo par de zapatos para alivianar el cansancio después de estar empujadas por horas; evidenciando lo anterior y enfocados a los estudios de diseño realizados en otros países, incluso en Colombia – Medellín se evidencia que la patente aún no ha sido comercializada en la ciudad de Bogotá y se decide realizar el estudio de factibilidad y viabilidad de crear una fábrica y comercializadora de dicha patente en la ciudad, evaluando costos, gastos, inversiones y retornos al inicio, desarrollo y final del proyecto.

### **OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

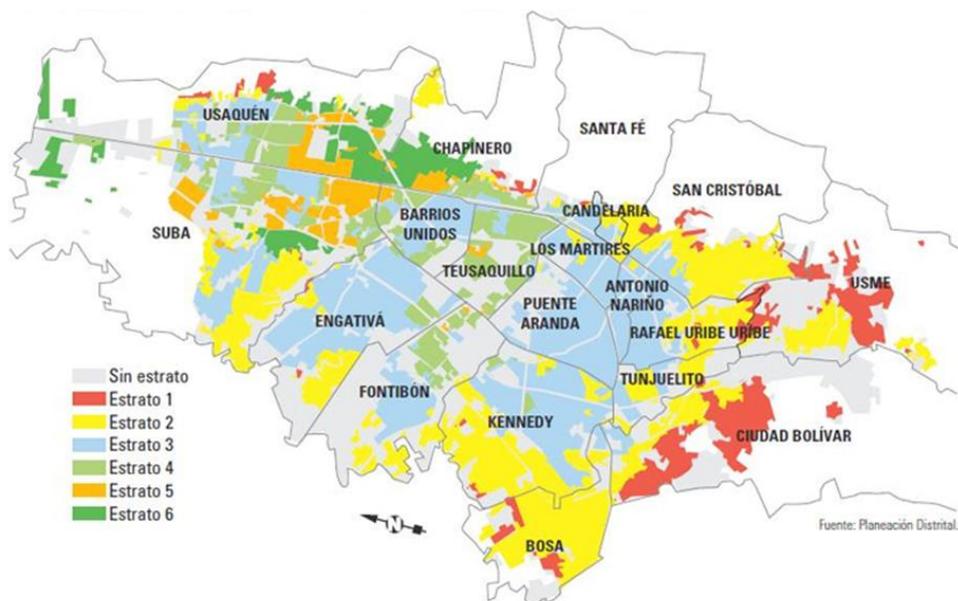
Determinar la viabilidad técnica, financiera y legal de la creación de empresa de una fábrica y comercializadora de calzado con tacón removible en la ciudad de Bogotá.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer el mercado objetivo, promociones, materiales publicitarios y plazas que impulsen la comercialización del producto.
- Realizar un análisis técnico para definir la posibilidad de lograr el producto en las cantidades, calidad y costo requerido e identificar los procesos productivos, proveedores de materia prima, equipos, tecnología y recursos humanos.
- Elaborar un análisis económico para determinar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, la utilidad y estimar las necesidades de recursos financieros, fuentes, condiciones y posibilidades reales de acceso a las mismas.
- Efectuar un análisis legal y determinar los parámetros necesarios para la conformación de la empresa.

#### **NICHO DE MERCADO**

Teniendo encienta el mapa de estratos de Bogotá ilustrado en la siguiente imagen, y Datos extraídos del (DANE, RELOJ DE POBLACION, 2018) los estratos objetivos serán 3, 4, 5 y 6 debido a su capacidad adquisitiva y estilo de vida



MAPA ESTRATOS BOGOTA

POBL. BOG.	HOMBRES	MUJERES
8.080.734	3.912.910	4.167.824
POBLACION BOGOTA		
EDAD	HOMBRES	MUJERES
80 Y MÁS	0,49%	0,85%
75-79	0,56%	0,84%
70-74	0,95%	1,25%
64-69	1,38%	1,76%
60-64	1,89%	2,34%
55-59	2,48%	2,97%
50-54	2,89%	3,34%
45-49	3,03%	3,40%
40-44	3,32%	3,65%
35-39	3,76%	4,16%
30-34	3,91%	4,15%
25-29	4,07%	3,98%
20-24	4,21%	4,12%
15-19	3,97%	3,85%
10-14	3,82%	3,64%
05-09	3,82%	3,63%
00-04	3,86%	3,65%
<b>TOTAL</b>	<b>48,41%</b>	<b>51,58%</b>

(DANE, RELOJ DE POBLACION, 2018)

TOTAL MUJERES		1.932.103
ESTRATO	%	# MUJERES
1	10,4%	200.939
2	41,3%	797.959
3	36,0%	695.557
4	7,8%	150.704
5	2,6%	50.235
6	1,9%	36.710

(DANE, RELOJ DE POBLACION, 2018)

En promedio las mujeres compran en el año 2 pares de zapatos, y de ese mercado, en el proyecto se espera acaparar y fidelizar al 2% que equivale a 37.328 pares de zapatos anuales, estimando lograr estas ventas al final del proyecto.

ITEM	VALOR
MERCADO OBJETIVO	933.206
PROMEDIO DE COMPRA ANUAL	2
CANTIDAD DE ZAPATOS VENDIDOS ANUALMENTE	1.866.412
% ESTIMADO DE MERCADO	2%
CANTIDAD DE ZAPATOS VENDIDOS ESTIMADA ANUAL	37.328
CANTIDAD DE ZAPATOS VENDIDOS ESTIMADA MENSUAL	3.111

PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ANUALES	14.462	16.069	17.854	19.838	22.042
MENSUALES	1.205	1.339	1.488	1.653	1.837
VALOR UNITARIO	100.000	104.567	109.156	113.718	118.536
INGRESO ANUAL	\$ 1.446.172.484	\$ 1.680.238.179	\$ 1.948.868.851	\$ 2.255.915.945	\$ 2.612.758.370
INGRESO MENSUAL	\$ 120.514.374	\$ 140.019.848	\$ 162.405.738	\$ 187.992.995	\$ 217.729.864

PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ANUALES	24.491	27.212	30.236	33.595	37.328
MENSUALES	2.041	2.268	2.520	2.800	3.111
VALOR UNITARIO	123.808	129.360	134.934	140.783	146.818
INGRESO ANUAL	\$ 3.032.182.174	\$ 3.520.192.442	\$ 4.079.850.871	\$ 4.729.652.724	\$ 5.480.472.169
INGRESO MENSUAL	\$ 252.681.848	\$ 293.349.370	\$ 339.987.573	\$ 394.137.727	\$ 456.706.014

El precio se estima a partir de los gastos y costos mensuales + el 10% de utilidad, no obstante es calculado a través de los promedios obtenidos de los zapatos comercializados a través de mercadolibre, dafiti y almacenes ubicados en los sectores de Engativa, Chapinero y Usaquen, y en el transcurso del horizonte del proyecto es calculado a través del incremento del PIB referenciado en (DANE, HISTORICO PRODUCTO INTERNO BRUTO, 2018) y promediado para la proyección de los próximos años.

PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	\$ 846.226.437	\$ 895.259.468	\$ 953.230.553	\$ 1.014.777.622	\$ 1.080.884.927
COSTOS VARIABLES	\$ 676.655.101	\$ 786.172.982	\$ 911.863.601	\$ 1.055.529.025	\$ 1.222.493.373
COSTO FIJO + VARIABLE	\$ 1.522.881.538	\$ 1.681.432.450	\$ 1.865.094.154	\$ 2.070.306.647	\$ 2.303.378.300
PRECIO SIN UTILIDAD	\$ 105.304	\$ 104.641	\$ 104.464	\$ 104.362	\$ 104.500
UTILIDAD 10%	\$ 10.530	\$ 10.464	\$ 10.446	\$ 10.436	\$ 10.450
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 100.000	\$ 104.567	\$ 109.156	\$ 113.718	\$ 118.536

PRECIO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS FIJOS	\$ 1.128.958.591	\$ 1.179.591.510	\$ 1.496.681.778	\$ 1.561.553.779	\$ 1.628.501.556
COSTOS VARIABLES	\$ 1.418.739.160	\$ 1.647.076.126	\$ 1.908.936.820	\$ 2.212.975.061	\$ 2.564.278.805
COSTO FIJO + VARIABLE	\$ 2.547.697.751	\$ 2.826.667.636	\$ 3.405.618.598	\$ 3.774.528.840	\$ 4.192.780.362
PRECIO SIN UTILIDAD	\$ 104.026	\$ 103.875	\$ 112.635	\$ 112.352	\$ 112.322
UTILIDAD 10%	\$ 10.403	\$ 10.387	\$ 11.264	\$ 11.235	\$ 11.232
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 123.808	\$ 129.360	\$ 134.934	\$ 140.783	\$ 146.818

## MISION

Somos una compañía constituida para diseñar creativamente y comercializar zapatos a la moda con tacón removible y calidad estándar, buscando generar satisfacción en nuestros clientes a través de propuestas en constante innovación, a su vez y manteniendo un buen ejercicio y trato amable a través de capacitaciones constantes a nuestros colaboradores, contribuyendo al mismo tiempo con el desarrollo del país.

## VISION

Ser la empresa líder a nivel nacional, llevando zapatos de moda a cada ciudad del país, logrando los mejores estándares de calidad estándar y rapidez en la entrega de nuestros productos, logrando de esta manera que la marca genere seguridad en los usuarios y fortalezca la economía del país.



Tipo de letra: LOVELY DAY

Según (Luca, 2018) el significado en marketing de los colores plasmados en el logo son:

Mariposa: Alegría, paz y belleza (Valen, 2017)

Color rosado: Femenidad

Color rojo: Pasión

Color morado: Nobleza

Color verde: Calma

RECUPERACION DEL TOTAL DE INVERSION	AÑO 7
VNA	\$ 816.227.579
TIR	19%

# **1. PRESENTACION DEL PROBLEMA**

## ***1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA***

### **SITUACIÓN ACTUAL Y MAGNITUD DEL PROBLEMA**

En la época contemporánea es evidente la manera en que las mujeres buscan verse bien, los zapatos son gran prueba de ello, según las estadísticas del año 2017 en (ACICAM, 2018) (asociación colombiana de industria del calzado, el cuero y sus manufacturas) referenciado por la revista (ALÓ, s.f.), indica que en promedio las mujer colombiana tiene en su armario 7 pares de zapatos, y que incluso muchas de ellas alcanzan a tener más de 10, esta cantidad de zapatos son la evidencia del uso continuo del tacón para verse más altas, elegantes o con estilo, pero ello trae efectos secundarios para la salud. El uso continuo de este tipo de zapatos según un reportaje de (BBC, 2015) menciona las deformaciones y el aumento del riesgo de esguinces, causal de esto es que las mujeres deciden cargar en sus bolsos un par de zapatos secundarios que les permita descansar, pero estos ocupan mucho espacio y son en ocasiones incomodos para cargar.

### **CAUSAS**

La imagen personal es un medio de venta en la sociedad actual (marketing personal), es como se vende una persona hacia los demás, incluso en ocasiones se logra sacrificar la misma salud para que los demás vean con mayor seguridad o simpatizante al individuo, las mujeres conocen bastante bien esto y por ello suelen utilizar zapatos de tacón para estilizar su imagen personal dependiendo de cada ocasión.

### **EFFECTOS**

El vestir bien para las mujeres implica estar empinadas por horas (dependiendo de la actividad que estén realizando) con el paso del tiempo y el uso continuo de zapatos de tacón puede generar deformaciones, juanetes o incluso aumentar el riesgo de esguinces.

## JUSTIFICACIÓN

El investigador del proyecto se interesa en el tema debido a uno de sus participantes ha encontrado un proyecto elaborado en Medellín (NOTICIAS, 2014) ,pero no ha llegado a manos de los bogotanos, y es que ha observado constantemente en iglesias, empresas y lugares formales a mujeres buscan en ciertos momentos del día descansar y dejar de usar esos tacones altos que las hacen lucir elegantes, pero que sin embargo, son bastante incómodos.

Un reportaje de (BBC, 2015) “Cuáles son los peligros de usar tacones altos” menciona las desventajas o efectos que causan el constante uso constante tacones altos; bien es cierto que las mujeres que usan regularmente tacones altos por reuniones formales, su tipo de profesión o salidas importantes suelen verse atractivas y llamativas, pero el uso continuo de este tipo de calzados ocasiona con el tiempo deformaciones y provoca “dominancia de algunos músculos aumentando el riesgo de esguinces” y “debilitan el equilibrio” como lo menciona Yong-Seok Jee profesor de la universidad de Hanseo en Corea del Sur. Aunque dichos efectos son evidenciados en tiempos de aproximadamente 3 años, las mujeres bogotanas suelen cuidarse bastante de estas circunstancias antes que llegue dicho tiempo, como respuesta a esto suelen cargar un par de baletas en sus bolsos para poder usarlos en horas pico y poder transitar más cómodamente en los medios de transporte, o después de culminar un día laboral en el que su profesión las obliga a lucir ejecutivas.

Un proyecto realizado en Medellín (Colombia) (NOTICIAS, 2014), proponen una solución a este problema, evitando la compra de dos tipos de calzados para ocasiones diferentes y reduciendo el espacio en uso en los bolsos de las mujeres, este proyecto se basa en la puesta al mercado de un tipo de calzado de tacón bajo al cual se le pueden adaptar un tacón por medio de un imán y un ajuste con un orificio en el zapato el cual logra que el tacón incruste a presión y no genere desniveles al momento de caminar.

Según los estudios realizados, no se ha encontrado en el mercado bogotano aún existencia de una empresa que oferte una alternativa como la anterior mencionada, la cual genere valor en las mujeres que buscan elegancia, comodidad y que al mismo tiempo puedan cambiar su tipo de calzado de manera rápida y sin la necesidad de utilizar más espacio en sus bolsos.

## ***OBJETIVOS***

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar la viabilidad técnica, financiera y legal de la creación de empresa de una fábrica y comercializadora de calzado con tacón removible en la ciudad de Bogotá.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Establecer el mercado objetivo, promociones, materiales publicitarios y plazas que impulsen la comercialización del producto.
- Realizar un análisis técnico para definir la posibilidad de lograr el producto en las cantidades, calidad y costo requerido e identificar los procesos productivos, proveedores de materia prima, equipos, tecnología y recursos humanos.
- Elaborar un análisis económico para determinar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, la utilidad y estimar las necesidades de recursos financieros, fuentes, condiciones y posibilidades reales de acceso a las mismas.
- Efectuar un análisis legal y determinar los parámetros necesarios para la conformación de la empresa.

## **2. ESTUDIO DE MERCADO**

### ***2.1 CONTEXTO DEL MERCADO Y ANTECEDENTES***

El calzado al igual que otras costumbres e inventos, proviene de épocas antiguas, se usaba para proteger a los guerreros y era un símbolo que marcaba la diferencia, además de los guerreros, los únicos que podían usar calzado eran los monarcas o altos mandos de aquella época, con el paso del tiempo y la llegada del siglo XVIII empezaron a ignorarse toda clase de simbologías del calzado y lo empezaron a usar reyes para ocultar imperfecciones en sus pies, y a la misma par, los guerreros seguían usando el calzado; en aquella época se acostumbraba a usar sandalia y luego de un tiempo empezó a implementarse el tacón para aquellos que querían verse más altos, con el transcurso del tiempo y luego de la revolución francesa, el zapato se vuelve plano y más cómodo, a mitad del siglo XIX se dice que las mujeres empezaron a empoderarse de ello y empezaron a usar calzado, primero de tacón y luego pasando a las conocidas bailarinas o baletas, y es hasta finales de siglo que empieza a industrializarse este mercado y a realizar distribución masiva, en el siglo XX ya es cotidiano usar zapatos y no tiene algún significado o rango usar estos, incluso empiezan a usarse por diferentes gustos colores y lujos, reaparece el tacón y la industria revoluciona el calzado, logrando implantar en las personas los zapatos como una moda y estilo que puede decir o expresar algún sentimiento, y es de la misma manera como lo conocemos hoy en el siglo XXI. (NUEVAMUJER, 2018)

Actualmente existe una diferencia de compra entre los hombres y las mujeres, esto se debe a que se encuentran ubicadas en el penúltimo bloque de la pirámide de Maslow donde se refiere al ego, las mujeres suelen preocuparse por su estado físico, el cómo se ven y como las ven los demás, es por esto que constantemente se preocupan por lucir bien y sobresalir ante los demás, cuando de calzado se trata, es una de las prendas que más demanda tiene en el mercado, y es que según (ACICAM, 2018) el colombiano en promedio compra 2,2 pares de zapatos al año de todos los estilos y todos los colores, las mujeres que más suelen comprar zapatos de tacón en el mercado son trabajadoras administrativas, mujeres que suelen estar en reuniones, fiestas u ocasiones especiales en las que tienen que lucir elegantes.



Ilustración 1, PIRAMIDE DE MASLOW

(Gomez, 2018)

Colombia es uno de los países afectados por la industria china, así lo mencionó (MANGA, 28) en la revista Semana siendo así que en 2010 cuando empezó a llegar calzado chino a costos de producción de 1000 pesos, debido al contrabando, al narcotráfico o lavado de dinero es que se dan estos resultados afectando el 60% del mercado colombiano haciendo que se cerraran gran cantidad de fábricas en el barrio Restrepo en Bogotá, Bucaramanga, Medellín y Cali, es por ello que el gobierno a partir de febrero de 2017 como lo menciona el artículo de (PORTAFOLIO, 2017) busca eliminar el calzado de contrabando y específicamente el chino apoyados en el decreto 074 de 2013 que recibió objeción por Panamá, país que demandó ante la Organización Mundial de Comercio, obteniendo un fallo a favor.

La calidad del producto es otra de las variables, gran parte del mercado utiliza productos de calidad media-baja con el fin que el costo del calzado sea bajo y poder transmitir al cliente este costo, pero si de un trabajo postventa se trata el calzado comúnmente es incómodo y muy delicado, en este proyecto se tomará por calidad dos niveles más arriba del promedio que es medio-alto con el propósito de ofrecer un zapato duradero y cómodo; según (ACICAM, 2018) en las estadísticas 2015, 2016 y 2017 la industria de marroquinería afrontó una baja de ventas de pasar de 35.128.378 US en 2015 a comercializar 30.145.733 US en 2016, ya mencionado anteriormente el gobierno decide tomar fuertes decisiones con respecto a las importaciones chinas y en el 2017 lograron recuperar aquellas ventas perdidas llegando a comercializar 35.823.909 US y esperando que en 2018 las cifras sigan incrementando del 18%.

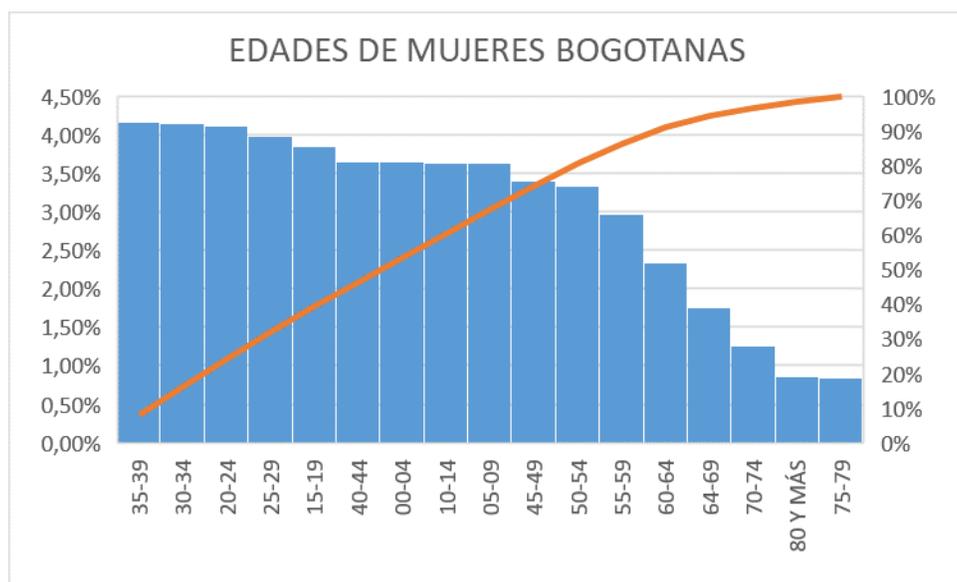
## ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DEL CONSUMIDOR

### SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

En Colombia según el (DANE, 2018) 49'485.678 son los habitantes a nivel nacional, de los cuales 8'080.734 pertenecen a los residentes capitalinos, y de ellos 4'167.824 son mujeres; esto representa UN 51,58% de la población Bogotana, como se detalla en la tabla 1.1 los rangos que representan mayor número son adolescentes, jóvenes y mujeres entre las edades de 15 a 44 años, por lo que es un mercado potencial ya que es donde se encuentran las mayores consumidoras, como se menciona anteriormente son mujeres que por su status social, labores diarias o específicas usan calzado de tacón y es por esto que es el rango en donde el nivel de compra es mayor; el 23,91% del total de residentes de la ciudad que equivale al porcentaje representativo de estas mujeres en rango de edad de 15 a 44 años es igual a 1'932.103 residentes en la ciudad de Bogotá. (VACIA, 2018).

POBL. BOG.	HOMBRES	MUJERES
8.080.734	3.912.910	4.167.824
POBLACION BOGOTA		
EDAD	HOMBRES	MUJERES
80 Y MÁS	0,49%	0,85%
75-79	0,56%	0,84%
70-74	0,95%	1,25%
64-69	1,38%	1,76%
60-64	1,89%	2,34%
55-59	2,48%	2,97%
50-54	2,89%	3,34%
45-49	3,03%	3,40%
40-44	3,32%	3,65%
35-39	3,76%	4,16%
30-34	3,91%	4,15%
25-29	4,07%	3,98%
20-24	4,21%	4,12%
15-19	3,97%	3,85%
10-14	3,82%	3,64%
05-09	3,82%	3,63%
00-04	3,86%	3,65%
<b>TOTAL</b>	<b>48,41%</b>	<b>51,58%</b>

Tabla 1, EDADES DE LA POBLACION BOGOTANA (DANE, RELOJ DE POBLACION, 2018)



Grafica 1, DIAGRAMA DE PARETO EDADES DE MUJERES BOGOTANAS

<b>MUJERES ENTRE 15 Y 44 AÑOS</b>	
23,91%	1.932.103

Tabla 2, EDADES DE LA POBLACION BOGOTANA

En la encuesta realizada por la revista (DINERO, 2015 ), los estratos socioeconómicos en la ciudad de Bogotá porcentualmente son más altos en los niveles 1, 2 y 3, llegando a un 77,3% de la población, de lo anterior el presente proyecto tomara como mercado objetivo los niveles de estrato socioeconómico 3, 4, 5 y 6 que ocupan un 48,3% de los residentes de la ciudad, siendo así sobre la cifra de 99.527 mujeres que cumplen con los rangos de edad entre 15 y 44 años, 481.322 pertenecerían a los estratos mencionados anteriormente, así como lo muestra la tabla 3.

TOTAL MUJERES		1.932.103
ESTRATO	%	# MUJERES
1	10,4%	200.939
2	41,3%	797.959
3	36,0%	695.557
4	7,8%	150.704
5	2,6%	50.235
6	1,9%	36.710

Tabla 3, ESTRATOS DE BOGOTA (DANE, RELOJ DE POBLACION, 2018)



Grafica 2, MUJERES SEGUN ESTRATO SOCIOECONÓMICO

MUJERES DE ESTRATOS 3-6	
48,3%	933.206

Tabla 4, MERCADO OBJETIVO

Artículos publicados por reconocidas empresas de periodismo como lo son (CROMOS, 2016), y el periódico (PORTAFOLIO, 2013), concuerdan en algo similar, y es que los cambios que sufrió Colombia en la transición del siglo XIX al siglo XX en el mercado de calzado y moda, se ha visto que ha revolucionado constantemente hasta llegar a tal punto que la mujer promedio tiene 7 pares zapatos, a veces sin importar su costo ni el espacio que ocupen en su closet y, de acuerdo con las publicaciones, las mujeres son las que más compra compulsiva cuando de vestir se trata, ya que ellas creen que para toda ocasión existe un calzado especial y que a través de ellos es donde pueden expresar incluso hasta sus sentimientos. Otro estudio realizado por Nielsen en Estados Unidos, determina que la mujer tiene la decisión de compra cuando de canasta familiar se habla, mientras que el hombre induce más en la tecnología y activos, el estudio indica que las mujeres colombianas tienen la influencia de compra del 70% de las transacciones que se realizan anualmente, esto se debe a que el índice de participación laboral y poder adquisitivo de las mujeres cada día va en aumento según las estadísticas del Dane, es por todo lo anterior que el mercado objetivo de esta empresa será basado en mujeres residentes de la ciudad de Bogotá que tengan entre 15 y 44 años de edad.

## **ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL**

En mercado capitalino existe un nicho de 933.206 la meta para los próximos 10 años es que el 2% tenga preferencia sobre el producto y teniendo en cuenta el promedio de zapatos comprados por las mujeres esto equivaldría a 37.328 pares de zapatos al año como lo muestra la tabla 5.

<b>ITEM</b>	<b>VALOR</b>
MERCADO OBJETIVO	933.206
PROMEDIO DE COMPRA ANUAL	2
CANTIDAD DE ZAPATOS VENDIDOS ANUALMENTE	1.866.412
% ESTIMADO DE MERCADO	2%
CANTIDAD DE ZAPATOS VENDIDOS ESTIMADA ANUAL	37.328
CANTIDAD DE ZAPATOS VENDIDOS ESTIMADA MENSUAL	3.111

*Tabla 5, ESTIMACION DE CRECIMIENTO*

Basados en los informes de (TIEMPO, EL SOBREARANCEL QUE LE AYUDO AL SECTOR DEL CALZADO, s.f.) y (PORTAFOLIO, PRODUCCION DE CALZADO MUESTRA UN CRECIMIENTO IMPORTANTE, 2017) se denota un crecimiento en

el sector del calzado y la posibilidad de abarcar el 5% del mercado objetivo; de las cuales se prospecta un crecimiento de ventas lineal, hasta llegar al termino del horizonte del proyecto, que para este caso será de 5 años.

PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ANUALES	14.462	16.069	17.854	19.838	22.042
MENSUALES	1.205	1.339	1.488	1.653	1.837
PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ANUALES	24.491	27.212	30.236	33.595	37.328
MENSUALES	2.041	2.268	2.520	2.800	3.111

Tabla 6, PROYECCION DE CRECIMIENTO HORIZONTE DEL PROYECTO

## **IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

La patente de combinar un tacón elegante alto, con un zapato de tacón bajo para uso de descanso y comodidad, es algo existente en otras ciudades e incluso países, pero no en el mercado de Bogotá, realizando varias visitas de indagación al barrio Restrepo (que es el centro del calzado capitalino), no se ha detectado en ninguna circunstancia la explotación de esta patente.

A pesar de ello, cuando se estiman los precios, se observa que en los mercados tienden a moverse dentro de estándares de precios bajos debido a la crisis actual con la migración de extranjeros nacionalizados y no nacionalizados, reforma tributaria con afectación general, el incremento del dólar y la desaceleración económica que está afrontando el país

En la industria del calzado femenino existen varios competidores de talla alta como lo son ZARA, MANGO, DAFITI, FALABELLA y entre otras marcas que se dedican a la comercialización de moda, que incluye la venta de calzado femenino, la competencia más cercana a la patente son los almacenes de comercialización de moda, también se encuentran los bienes sustitutos del mercado como lo son las botas, sandalias y bailarinas que brindan comodidad y son de uso frecuente para las mujeres cuyo deseo es permanecer con los pies descansados y que generalmente en ocasiones eventuales o por actividades laborales usan tacón alto, para verse mejor.

NOMBRE	ZARA	MANGO	DAFITI	FALABELLA	TIENDAS INFORMALES
BREVE DESCRIPCION	ZARA (INDETEX) ES LA CADENA DE ALMACENES DE MODA MAS GRANDE A NIVEL MUNDIAL INICIADO EN LA CORUÑA ESPAÑA Y HOY DÍA TIENE MERCADO EN TODOS LOS CONTINENTES	ES UNA MULTINACIONAL DEDICADA AL DISEÑO, FABRICACION Y COMERCIALIZACION DE PRENDAS DE VESTIR PARA TODO TIPO DE PERSONA	DAFITI A DEMOSTRADO COMO SE PUEDE TENER ÉXITO EN UN ÁREA DEL COMERCIO ELECTRONICO QUE LAS GRANDE COMPAÑIAS DE RETAIL HAN COMENZADO A EXPLORAR	DESARROLLA SU ACTIVIDAD COMERCIAL A TRAVES DE TIENDAS POR DEPARTAMENTOS, GRANDES SUPERFICIES, MEJORAMIENTO Y CONSTRUCCION DEL HOGAR, COMPAÑIA DE FINANCIAMIENTO COMERCIAL, CRM, BANCO, CIAJES Y SEGUROS.	TIENEN UNA GRAN PARTICIPACION EN EL MERCADO AL SER LAS DE CONSTANTE USO, NOS REFERIMOS A ESTAS COMO TIENDAS DE CALLE O LOCALES QUE NO OCUPAN UN GRAN VOLUMEN EN EL SECTOR
POLITICA	MANTENERSE LIDER EN EL SECTOR TEXTIL, CREAR ROPA ADAPTADA A CADA TIPO DE PERSONA.	SER UNA CADENA DE MODA CON ESPIRITU DE BOUTIQUE INCLUYENDO LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y AMBIENTAL	REALIZAR UNA ENTREGA CONFIABLE DE PRODUCTOS FEMENINOS A TRAVES DEL COMERCIO ELECTRONICO	PROMOVER INTERNAMENTE EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DE LIBRE COMPETENCIA VIGENRES EN NUESTRO PAIS	SIN POLITICAS
LOZALIZACION	EN LAS ZONAS NORTE, SUR, ORIENTE Y OCCIDENTE ESTAN DISTRIBUIDAS 8 GRANDE TIENDAS.	CUENTA CON 4 TIENDAS UNA UNIVCADA EL EL SUR, OTRA EN EL SECTOR NORORIENTE Y DOS MÁS EN LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD	VITUAL	POSEE 12 TIENDAS A NIVEL BOGOTA UBICADAS EN LOS DIFERENTES CENTROS COMERCIALES DE LA CIUDAD EN LAS ZONAS NORTE SUR ORIENTE Y OCCIDENTE	TODO BOGOTA
OBSERVACIONES	DISTRIBUYEN Y CREAN AGILMENTE PRENDAS PARA CADA TIPO DE MERCADO A NIVEL MUNDIAL	MING HA GANADO FUERZA EN EL MERCADO FEMENINO POR SU CALIDAD Y ENTREGA DEL PRODUCTO	ES LA TIENDA MÁS CONOCIDA EN EL MERCADO DE E-COMMERCE	DIFERENTES ALIANZAS CON EMPRESAS RECONOCIDAS Y CONSTANTES PROMOCIONES DE PRECIO	UNA DE LAS COMPETENCIAS MÁS DIFÍCILES DE SUPERAR POR SUS BAJOS COSTOS DEBIDO A LA POCA REINVERSION

Tabla 7, IDENTIFICACION DE COMPETENCIA

(RETAIL, INFORMACION FALABELLA, 2018)  
 (AGESCOM, 2018)  
 (AGUDELO, 2018)

## **ESTRATEGIAS DE MERCADO**

### **CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN**

1. Externalizar la distribución del calzado, manejando índices bajos de ventas podría ocasionar utilidades más bajas que si se realizara una distribución y comercialización propia, es por ello que se toma la decisión de realizar la distribución con el carro comprado en la inversión inicial, se contratará un operario transportador o mensajero que se encargue de distribuir la nueva mercancía a cada uno de los almacenes.
2. Comercialización Marketplace Dafiti, a través de la plataforma marketplace de Dafiti se destinará comercializar producto a, con un cobro de comisión del 30% Dafiti se encargará de la publicación, soporte, venta y comercialización de producto, a través de la página web (DAFITI, 2018), donde destinan la información pertinente para el registro y puesta en marcha de la empresa en el grupo.
3. A través de (Yointic, 2018) una empresa dedicada al posicionamiento de marcas, se buscará generar ventas vía web y redes sociales, atendiéndolas desde un móvil y generando la distribución desde el punto de fábrica.

<b>PLAZA</b>	<b>%</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>MENSUALES</b>	<b>DIARIOS</b>
CHAPINERO	20%	2.892	241	8
ENGATIVA	20%	2.892	241	8
USAQUEN	15%	2.169	181	6
MARKETPLACE DAFITI	30%	4.339	362	12
REDES SOCIALES Y WEB	15%	2.169	181	6
TOTAL	100%	14.462	1.205	40

*Tabla 8, PORCENTAJE DE VENTAS POR PLAZA*

## ESTRATEGIAS DE APROVISIONAMIENTO (PROVEEDORES)

### MAQUINARIA

NOMBRE	TELEFONO	UBICACIÓN	CALIDAD DE MAQUINARIA	COSTO DE MAQUINARIA
AUTOMATIZADOS INDUSTRIALES GC	3114799040	BARRIO RESTREPO - BOGOTA - COLOMBIA	BUENA	ALTO - PRECIO NO NEGOCIABLE
TROMACALZADO	3132390783	BARRIO RESTREPO - BOGOTA - COLOMBIA	BUENA	MEDIA (SE REDUCEN PRECIO SI LA COMPRA DE LA MAQUINARIA ES COMPLETA)
COMERCIAL GOMIS	+34 865 648 205	ESPAÑA	BUENA	MEDIA - COSTO DE FLETES Y ENVIOS MUY ELEVADOS

Tabla 9, SELECCION DE PROVEEDORES MAQUINARIA

### MATERIA PRIMA

Debido a que existe gran cantidad de proveedores, precios y calidad en el barrio Restrepo en la ciudad de Bogotá se toma como referencia aquellos cuya calidad sea Media-Alta y precio sea menor dentro de este rango, para ello se realizó previamente una entrevista con la gerente de la fábrica de calzado COMERCIALIZADORA DE CALZADO PAUSSINY y por ello se toma en base la compra a diferentes proveedores según la necesidad, se tiene en cuenta que cada uno de los proveedores son diferentes para cada uno de los ítems necesarios en el proceso de fabricación del calzado y se toma un precio promedio de materia prima para la elaboración de los costos de materia prima; los proveedores variarán dependiendo de factores como: cambio en los precios y/o calidad de los productos, liquidación o cambio de ubicación.

### ESTRATEGIAS EN PRECIOS

Luego de realizada la entrevista con la gerente Angela Montoya, se indago en almacenes y tiendas virtuales el valor promedio de los zapatos de tacón en el mercado, eliminando los provenientes de china y los rangos de precio de venta oscilan entre:

RANGO DE PRECIO EN EL MERCADO			
ZAPATO DE TACON ALTO		ZAPATO DE TACON BAJO	
\$ 80.000	\$ 200.000	\$ 65.000	\$ 150.000

Tabla 10, VALOR ESTIMADO EN EL MERCADO

De lo anterior se promediará cada ítem con el precio mayor y menor de venta y luego se promediarán los resultados obtenidos para establecer un costo del zapato como base, que igual en el análisis de costo se estimara un precio sobre los costos fijos y variables.

PROMEDIO DE COSTO ZAPATO DE TACON ALTO	\$ 140.000
PROMEDIO DE COSTO ZAPATO DE TACON BAJO	\$ 107.500

Tabla 11, PRECIO PROMEDIO DEL MERCADO (MERCADOLIBRE, 2018)

Para generar competencia el precio, se evaluó el precio de grandes marcas que publican sus productos en mercadolibre, obteniendo un promedio de precio de 140.000 para zapatos de tacón alto y 107.500 para zapatos de tacón bajo, por otro lado observando los precios de almacenes ubicados en los sectores de engativa, chapinero y usaquen, se evidencia el bajo coste y calidad de los zapatos llegando incluso a valer 70.000 los de tacón alto y 60.000 los de tacón bajo, al igual que las estrategias usadas por Arturo calle donde entra a participar en el mercado con calidad y bajos precios, se estimula el precio inicial para el año 1 del horizonte del proyecto será de 100.000.

## ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

- Comercialización con (DAFITI, 2018) Marketplace es una plataforma gratuita para comercializar los productos de la marca.
- En la actualidad la manera más eficiente por su bajo costo y alcance para realizar actividades de marketing son las redes sociales, será contratada la empresa (Yointic, 2018) para planes de alojamiento web, que tiene un costo de 900.000 anuales y un trabajo de posicionamiento en redes sociales que tiene un costo de 400.000 mensuales.
- Teniendo en cuenta el aspecto salud, puede incluirse campañas publicitarias en empresas aliadas para reducir el índice de riesgos de enfermedades por el uso continuo del tacón.
- El buzoneo es una de las maneras más masivas de llegar a los clientes, este buzoneo será contratado por (SEMCOLOMBIA, 2018) que ofrece un servicio de 50.000 mensuales por 1'547.000, esta será usada para informar a los comparadores y realizar postventa, realizando descuentos en sus compras días especiales como: cumpleaños, Black Friday, día de san Valentín, amor y amistad, día de las madres y entre otras festividades anuales que suelen celebrarse en nuestro país.
- Rifas por compras superiores a: todo lo que los clientes vean “gratis” llama la atención, para ello se destinará un presupuesto mensual de \$500.000 para realizar rifas por tienda, con el fin que el cliente prefiera comprar nuestros productos con el fin de tener una expectativa de ganancia.
- Se realizará un volanteo mensualmente en los sectores de estratos 3, 4, 5 y 6 en la ciudad de Bogotá, los volantes serán comprados en la empresa GRAPHIC S. ubicada en el barrio Kennedy de la ciudad de Bogotá y su costo será de 50.000 por 1.000 volante (servicio ofrecido en (OLX, 2018)).
- Según el presupuesto que se tenga, YouTube destina tiempo al aire con publicidad, en este caso se destinaran 10US diarios que aproximadamente suman 900.000 al mes

### 3. PROPUESTA DE NEGOCIO

#### *CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO*

La fabricación y comercialización de zapatos con tacón removible en la ciudad de Bogotá, trabajando con maquinaria y materia prima de calidad estándar a precios regulados. Este calzado, se trata de un dos en uno con diseño sofisticado, detalles especiales que lucen bastante bien para momentos casuales o formales, elaboradas con materiales de primera cuyos atributos principales son la resistencia y de gran durabilidad, se trata de un producto de calidad, que brinda la comodidad que espera toda mujer en el uso de su calzado.



Tipo de letra: LOVELY DAY

Según (Luca, 2018) el significado en marketing de los colores plasmados en el logo son:

Mariposa: Alegría, paz y belleza (Valen, 2017)

Color rosado: Femenidad

Color rojo: Pasión

Color morado: Nobleza

Color verde: Calma

## ***VENTAJAS COMPETITIVAS Y PROPUESTA DE VALOR***

Es un producto revolucionario que logra descomplicar el uso de tacón alto, permitiendo una comodidad total al poder remover el tacón para realizar actividades cotidianas como el desplazamiento, la conducción o simplemente para descansar en diferentes ocasiones o lugares sin necesidad de cambiar de calzado, ahorrando costos y maximizando el espacio en bolsos de las mujeres, eliminando la necesidad de cargar bolsas con ese ya reconocido segundo par de tacones o botas que requiere una mujer para estar bien presentada.

Manejo de un ágil proceso asociado a la recepción, almacenamiento, manejo de materiales, control de inventarios y programación de vehículos con sus respectivas rutas; transformación de materia prima y distribución cumpliendo con la normatividad ISSO:9001 vigente; prestación de servicios y garantías que no superen las 48 horas, extensión a medios de compra digitales.

Después del segundo año se buscará indagar a través de las tiendas, los gustos de los clientes y teniendo un documento sólido se empezará a hacer distribución de nuevo calzado que responda a los modelos esperados (copiando la fórmula de ZARA que es la que ha generado el desarrollo a nivel mundial)

## ESTUDIO TÉCNICO

### ***BALANCE DE REQUERIMIENTOS***

#### **BALANCE DE MAQUINARIA**

Basados en la entrevista realizada a Angela Maria Montoya Velasquez (Gerente de comercializadora de calzado paussiny) se toma como base una maquinaria de calidad media con el fin de dar un mejor acabado al zapato y reducir los costos de personal, necesitado así la siguiente lista de maquinaria.

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	Q DIRIA
PULIDORA	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000	MÁS DE 100
GUARNECEDORA (COCEDORA)	6	\$ 3.600.000	\$ 21.600.000	72
DESBASTADORA	1	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	MÁS DE 100
PEGADORA DE SUELA	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000	MÁS DE 100
HORNO PARA CALENTAR SUELA	2	\$ 100.000	\$ 200.000	72
PREFORMADORA	1	\$ 300.000.000	\$ 300.000.000	MÁS DE 100
COMPRESOR	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000	MÁS DE 100
TROQUELADORA	1	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	MÁS DE 100
CLAVADORA DE TACON	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	MÁS DE 100
ESQUELETO	6	\$ 80.000	\$ 480.000	72
CANASTILLAS	6	\$ 300.000	\$ 1.800.000	72
ESTANTERIA	2	\$ 300.000	\$ 600.000	72
LAMINAS PARA TROQUELAR	6	\$ 50.000	\$ 300.000	72
LESNA	2	\$ 2.000	\$ 4.000	72
BURRO PARA OPERARIO	6	\$ 150.000	\$ 900.000	72
MESA	12	\$ 350.000	\$ 4.200.000	72
SILLA	12	\$ 150.000	\$ 1.800.000	72
AFILADOR	2	\$ 40.000	\$ 80.000	72
CULLULLAS	4	\$ 30.000	\$ 120.000	72
PUNTILLAx100	24	\$ 18.000	\$ 432.000	72
MARTILLOS	2	\$ 45.000	\$ 90.000	72
PINZAS	2	\$ 7.000	\$ 14.000	72
CORTAFRIO	2	\$ 14.200	\$ 28.400	72
TENAZAS	2	\$ 13.800	\$ 27.600	72

SACA HORMAS	2	\$ 4.000	\$ 8.000	72
TIJERAS	2	\$ 139.000	\$ 278.000	72
TARROS	10	\$ 139.000	\$ 1.390.000	72
ROLLO DE HILADILLO	2	\$ 3.000	\$ 6.000	72
CAJAS	72	\$ 1.500	\$ 108.000	72
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 365.566.000</b>	

Tabla 12, BALANCE DE MAQUINARIA

(GOMIS, 2017) (GC, 2017) (TMC, 2017)

## BALANCE DE PERSONAL

Para lograr poner en marcha la empresa, los cargos que se necesitan se describen a continuación:

## VALOR DE NOMINA Y ESPECIFICACIONES

El total de nómina mensual es de 20'376.107 contando las provisiones de prestaciones sociales y sin contar las comisiones que se entregaran por bonos.

Los cargos necesitados para laboral correctamente en función de la ley 100 de 1993 y 1010 de 1010 de 2006 serán: 1 gerente general, 3 guarnecedores, 1 soldador, 1 mensajero o transportador, 2 operarios de maquinaria, 1 secretaria 1 emplantillador y 1 contador; siendo contratados bajo un contrato por obra labor a excepción de él contador quien se contratará por prestación de servicios; los trabajadores realizaran sus funciones de lunes a viernes de 8am a 5pm y los sábados de 8am a 12pm cumpliendo así con la jornada que estipula la ley como máximo para la remuneración que se considera en la descripción de los cargos. Se tomará como hora extra toda aquella en la que el gerente requiera jornadas extra y ayuda del personal, de lo contrario, si un colaborador decide laboral más de lo establecido, no le será remunerado.

CARGO	SALARIO	AUX. TRANS.	EPS	PENSION	PARAFISCALES	P. CESANTIAS	P. INT. CESAN.	PRIMA	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL
GERENTE GENERAL	\$ 6.000.000	\$ -	\$ 510.000	\$ 780.000	\$ 240.000	\$ 500.000	\$ 60.000	\$ 500.000	\$ 1	\$ 8.590.000
GUARNECEDOR (OPERARIO)	\$ 781.242	\$ 83.140	\$ 66.406	\$ 93.749	\$ 31.250	\$ 65.104	\$ 7.812	\$ 65.104	\$ 3	\$ 3.581.417
SOLADOR (OPERARIO)	\$ 781.242	\$ 83.140	\$ 66.406	\$ 93.749	\$ 31.250	\$ 65.104	\$ 7.812	\$ 65.104	\$ 1	\$ 1.193.806
MENSAJERO/TRANSPORTADOR	\$ 900.000	\$ 83.140	\$ 76.500	\$ 108.000	\$ 36.000	\$ 75.000	\$ 9.000	\$ 75.000	\$ 1	\$ 1.362.640
OPERARIO DE MAQUINA (OPERA	\$ 781.242	\$ 83.140	\$ 66.406	\$ 93.749	\$ 31.250	\$ 65.104	\$ 7.812	\$ 65.104	\$ 2	\$ 2.387.611
SECRETARIA	\$ 1.200.000	\$ 83.140	\$ 102.000	\$ 144.000	\$ 48.000	\$ 100.000	\$ 12.000	\$ 100.000	\$ 1	\$ 1.789.140
EMPLANTILLADOR (OPERARIO)	\$ 781.242	\$ 83.140	\$ 66.406	\$ 93.749	\$ 31.250	\$ 65.104	\$ 7.812	\$ 65.104	\$ 1	\$ 1.193.806
CONTADOR	\$ 500.000	\$ -	\$ 42.500	\$ 60.000	\$ 20.000	\$ 41.667	\$ 5.000	\$ 41.667	\$ 1	\$ 710.833
ASESORES DE TIENDA	\$ 781.242		\$ 66.406	\$ 93.749	\$ 31.250	\$ 65.104	\$ 7.812	\$ 65.104	\$ 9	\$ 9.995.991
TODERO	\$ 781.242		\$ 66.406	\$ 93.749	\$ 31.250	\$ 65.104	\$ 7.812	\$ 65.104	\$ 2	\$ 2.221.331
								<b>TOTAL</b>		\$ 33.026.576

Tabla 13, BALANCE DE PERSONAL

## BALANCE DE EQUIPOS

BALANCE DE EQUIPOS			
ITEM	#	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
VEHICULO	1	\$ 38.000.000	\$ 38.000.000
COMPUTADOR	2	\$ 1.100.000	\$ 2.200.000
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	\$ 689.000	\$ 689.000
SPLIT (AIRE ACONDICIONADO)	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
ESCRITORIO L	2	\$ 450.000	\$ 900.000
ARCHIVADOR AEREO	2	\$ 317.000	\$ 634.000
TELEFONO	1	\$ 70.000	\$ 70.000
JUEGO DE HORMAS	12	\$ 900.000	\$ 10.800.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 54.293.000</b>

Tabla 14, BALANCE DE EQUIPOS

## BALANCE DE OBRA

BALANCE DE OBRAS			
ITEM	#	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
FABRICA	1	\$ 5.300.000	\$ 5.300.000
ALMACEN	3	\$ 6.000.000	\$ 18.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 23.300.000</b>

Tabla 15, BALANCE DE OBRAS

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

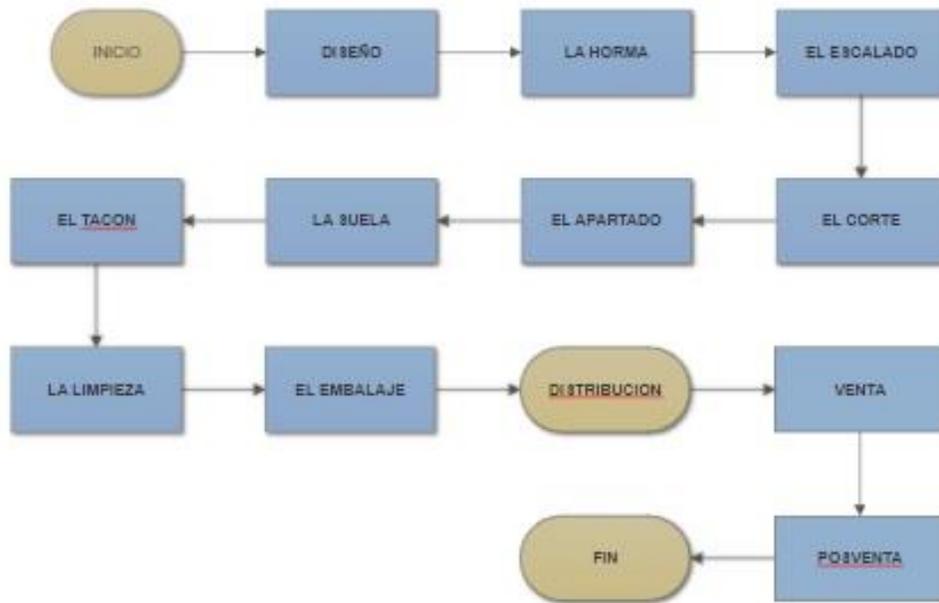


Ilustración 2, PROCESO DE ELABORACION

### EL DISEÑO

Es el origen de todo zapato, y empieza con la creación de un modelo proyectando los cortes de este y sus detalles.

### LA HORMA

Este es el molde en donde se montará el zapato y empezara su construcción, sobre este es que se tendrán los moldes para realizar los respectivos cortes.

### EL ESCALADO

Cono se mencionó anteriormente, en la horma es donde se empezará a escalar el diseño proyectado, esta escala deberá empezar por la talla 37 como guía, para realizar con más precisión las tallas superiores e inferiores.

### EL CORTE

En esta etapa y ya con los moldes respectivos, se realizan los cortes de los materiales como el cuero, el forro, la lámina o el contrafuerte y la espuma.

## EL APARTADO

El apartado consiste en unir todas las piezas cortadas sobre la horma y utilizando el horno y los pegantes, se realiza el respectivo montaje.

### LA SUELA

Con el horno de suela y la pega se realiza en ensamblaje de las piezas restantes menos el tacón (suela, plantilla, espuma y entrepela)

### EL TACON

Finalmente, en su elaboración se realiza el montaje del tacón con pega y a presión utilizando el compresor (este compresor ayuda a que el tacón permanezca firme y quede bien pegado).

### LA LIMPIEZA

Posteriormente a toda la fabricación del tacón, debe verificarse que, en el cuero, los bordes u otras partes del zapato no hayan quedado parches de pegante, de lo contrario se procederá a realizar la respectiva limpieza.

### EL EMBALAJE

El embalaje es el alistamiento en las respectivas cajas para realizar seguido esto la distribución del zapato.

### DISTRIBUCION

Consiste en llevar a cada punto las solicitudes o producto a vender.

### VENTA

Está bien se puede realizar física o virtual.

### POSTVENTA

Como fue mencionado anteriormente en las estrategias de marketing, se realizará un trabajo postventa para generar fidelización en los nuevos clientes y mantener los ya existentes.

## **LOCALIZACIÓN**

### **MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN**

Según un estudio realizado por (VACIA, 2018) la prospección para los próximos años realizada por planeación distrital se trabajaría como aparece en la ilustración 3 encontrado los estratos 3,4,5 y 6 más centrados en el noroccidente de la ciudad entre la localidad de Chapinero y Usaquén, abarcando más del 80% de los residentes de estrato 6, un 45% de los residentes de estrato 5 una parte significativa de los estratos 3 y 4; teniendo en cuenta que en la localidad de chapinero transitan más civiles debido a la gran cantidad de empresas y comercio que existe en esta zona, se vuelve la localidad de Chapinero, seguido de Usaquen y luego Engativa, las localidades más factibles para realizar la comercialización del zapato con tacón removible. Son descartadas las posibilidades de ubicar el local para la comercialización del producto en localidades como Barrios Unidos y Teusaquillo, Puente Aranda y Fontibón, por la poca concentración y diversificación de estratos, otras actividades de comercio y limitación de la venta a estratos mayores a 3. Por otro lado, analizando el plan de ordenamiento territorial de 2017 elaborado por la secretaria de planeación de Bogotá, gran cantidad de predios en el sector de Chapinero y Engativa están avalados para trabajar con la comercialización de calzado.

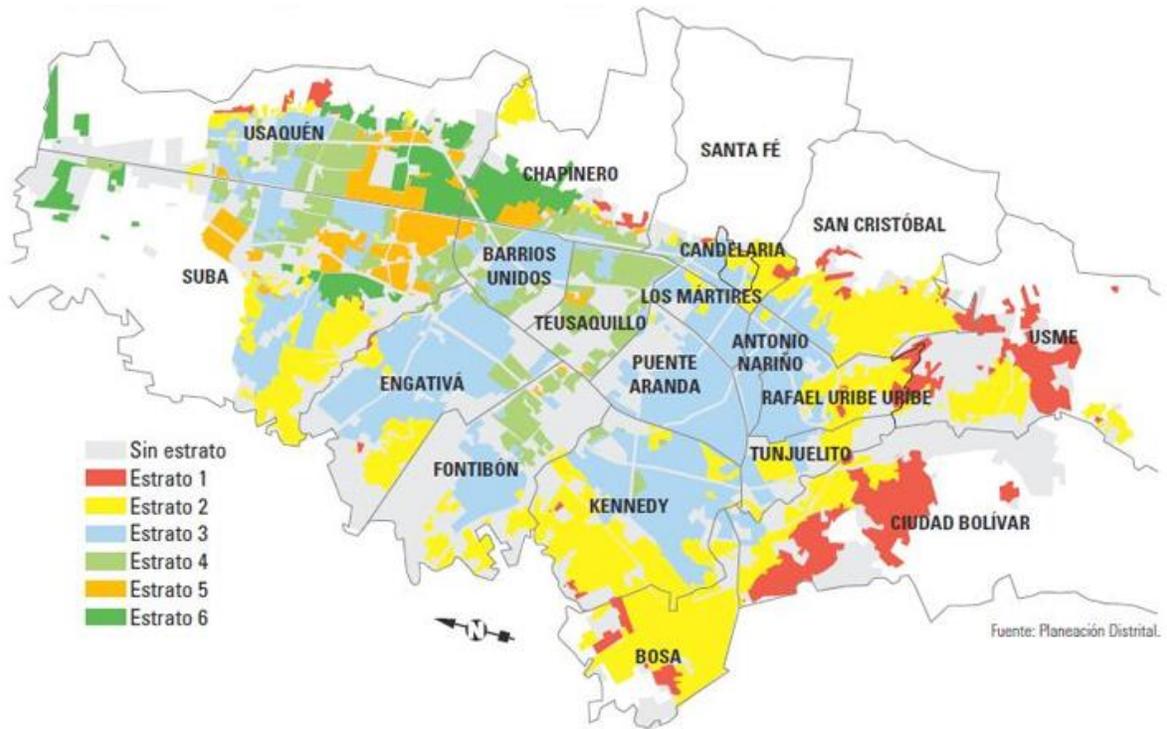


Ilustración 3, MAPA ESTRATOS BOGOTA (DISTRITAL, 2015)

## EVALUACIÓN DE LA ALTERNATIVA

prima y según el plan de ordenamiento territorial será en una fábrica ubicada en el sector de barrios Como se observa en la Ilustración 3 el sector de chapinero en su gran mayoría es estrato 6, la ubicación la cual se quiere tomar como punto base de referencia para abrir locales de venta, siendo este el punto de referencia y buscando reducir costos de transporte, los lugares mapas factibles para ejercer las actividades de transformación de materia unidos. La fábrica trabajará en un establecimiento arrendado, cuyo valor según la indagación en el sector y luego de la indagación de valores por medio de plataformas virtuales como fincaraiz y tucasa se estima que el valor re arrendamiento será de \$ 5´300.000 pesos. (FINCARAIZ, 2018)

# **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

## ***TIPO Y NATURALEZA DE EMPRESA***

El tipo de empresa que se utilizará para este proyecto será SAS (Sociedad por acciones simplificada) debido a las ventajas y beneficios que este tipo acarrea, como la fácil constitución, no se requiere establecer una duración, no existe un revisor fiscal por regla general si sus activos brutos no superan al 31 de diciembre del año anterior los 30.000 salarios mínimos, es posible radicar políticas flexibles a través de los estatutos.

## **MISION**

Somos una compañía constituida para diseñar creativamente y comercializar zapatos a la moda con tacón removible y calidad estándar, buscando generar satisfacción en nuestros clientes a través de propuestas en constante innovación, a su vez y manteniendo un buen ejercicio y trato amable a través de capacitaciones constantes a nuestros colaboradores, contribuyendo al mismo tiempo con el desarrollo del país.

## **VISION**

Ser la empresa líder a nivel nacional, llevando zapatos de moda a cada ciudad del país, logrando los mejores estándares de calidad estándar y rapidez en la entrega de nuestros productos, logrando de esta manera que la marca genere seguridad en los usuarios y fortalezca la economía del país.

## ***CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA Y ASPECTOS LEGALES***

- ✓ Consulta de nombre en rues (pagina web)
- ✓ Preparación del documento privado de construcción, pre-rut, fotocopia de cédula del representante legal y diligenciamiento de formulario único empresarial.
- ✓ Inscripción en cámara de comercio de Bogotá, pago de derechos de inscripción y costos de construcción. (allí anuncian que día se deberá volver)

- ✓ Apertura de cuenta bancaria
- ✓ Tramitación de RUT definitivo
- ✓ Tramitación de registro mercantil definitivo
- ✓ Resolución de factura y firma digital.

Total valor de la creación de empresa \$281.300 (MPRENDE, 08)

## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

### GERENTE GENERAL

PERSONAL A CARGO: SI

OBJETIVO: Manejo de relaciones con proveedores y clientes internos, desarrollo de estrategia de compras, proyección organizacional, encargado de control administrativo y disciplinario del personal, coordinador de actividades operativas de la empresa, coordinador de actividades de expansión.

EXPERIENCIA: 5 años en cargos equivalentes.

EDUCACION: Universitario en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial con posgrado en Finanzas y/o afines.

HABILIDADES: Conocimiento y manejo de software gerenciales, office, internet, elaboración de informes, conocimiento legislativo colombiano, control y diseño de planes operativos, liderazgo de grupo desarrollo de competencias y motivación grupal, comunicación efectiva, trabajo en equipo, toma de decisiones, trabajo bajo presión, constante innovación, tolerancia, coherencia, persuasión.

SALARIO: \$ 6´000.000 + prestaciones de ley.

### OPERARIO DE MAQUINARIA Y TRABAJADORES RELACIONADO CON LA FABRICACION DE PRODUCTOS DE CALZADO

OBJETIVO: Elaboración y formalización de calzado para dama, formación innovación y actualización de calzado.

EXPERIENCIA: 1 año comprobable como guarnecedor

EDUCACION: Bachillerato

SALARIO: SMMLV + Comisiones + prestaciones de ley.

#### OPERARIO DE TRASNPORTE DE CARGA

OBJETIVO:	Transportar mercancía a puntos de venta, y materia prima hasta fabrica.
EXPERIENCIA:	6 meses comprobables como transportador
EDUCACION:	Bachillerato / licencia de conducir b2
SALARIO:	\$ 900.000 + prestaciones de ley.

#### OPERARIO DE MAQUINARIA Y TRABAJADORES RELACIONADO CON LA FABRICACION DE PRODUCTOS DE CALZADO

OBJETIVO:	Operar diferentes maquinas con la implementación adecuada para la elaboración de las partes del calzado
EXPERIENCIA:	6 meses
EDUCACION:	Bachillerato
SALARIO:	SMMLV + prestaciones de ley

#### AUXILIAR ADMINISTRATIVO

OBJETIVO:	Organizar y archivar la documentación, generar informes a gerencia, mantener informado del clima laboral, atender a público en general, manejo de nómina y control de personal.
EXPERIENCIA:	1 año como secretaria comprobable
EDUCACION:	Técnico o curso de secretariado
SALARIO:	\$ 1'200.000 + prestaciones de ley

## CONTADOR

OBJETIVO:	Manejo de contabilidad de la empresa, elaboración de informes y pago de impuestos.
EXPERIENCIA:	3 años como contador comprobable
EDUCACION:	Profesional contable.
SALARIO:	Prestación de servicios

## REPRESENTANTES EN VENTAS

OBJETIVO:	Cumplimiento con la meta de venta del producto
EXPERIENCIA:	6 meses en área comercial comprobable
EDUCACION:	bachiller.
SALARIO:	SMLMV + Comisiones + Prestaciones de ley

## ***ESTRATEGIAS CORPORATIVAS***

### **POLITICAS**

### **VALORES CORPORATIVOS**

- Honestidad: por encima del beneficio propio, ser honesto y correcto con las actividades que se realizan diariamente es de vital importancia para mantener la confianza de nuestros clientes
- Respeto: No solo es importante mantener en respeto con los clientes externo, sino que también con los internos, por ello el respeto será la base de la construcción de un buen clima laboral entre operarios y subalternos, ello mejorará las condiciones de trabajo, logrará un mayor desempeño laboral y generará amabilidad para nuestros clientes (proveedores).
- Responsabilidad: Las acciones responsables deberán llevarse a cabo con la sociedad y el medio ambiente, de tal manera que se generen la menor cantidad de residuos, evitando contaminar el mundo donde habitamos; mejorar las condiciones de los empleados, ya que esos son los que se dirigirán a nuestros clientes.

## ESTUDIO FINANCIERO

### *INVERSIONES*

### *COSTOS*

Para la determinación del precio, se realizó una previa entrevista a la gerente de COMERCIALIZADORA DE CALZADO PAUSSINY, empresa ubicada en el barrio Olaya en la ciudad de Bogotá, la cual arrojó los siguientes resultados (teniendo en cuenta que el tacón y va a ser removible, se realizó un ajuste tomando como referencia la estimación de costo de un fabricante de tacones ubicado en el Restrepo).

ITEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TACON	1	\$ 16.000	\$ 16.000
SINTETICO/CUERO (DECIMETRO)	15	\$ 640	\$ 9.600
SUELA PREFABRICADA	1	\$ 2.800	\$ 2.800
FORRO	1	\$ 1.680	\$ 1.680
CONO DE HILOS/NAILON	0,04	\$ 4.800	\$ 200
PLANTILLA CON MARQUILLA Y LOGO	1	\$ 4.000	\$ 4.000
ESPUMA	0,05	\$ 6.000	\$ 300
PEGANTE ENGRUDO	0,03	\$ 13.600	\$ 378
PEGANTE PL	0,03	\$ 28.800	\$ 800
PEGANTE MAKAO	0,03	\$ 28.800	\$ 800
LAMINA CONTRAFUERTE	0,01	\$ 5.000	\$ 50
PEGANTE AMARILLO	0,03	\$ 20.800	\$ 578
PEGANTE SOLUCION	0,03	\$ 20.800	\$ 578
ENTREPELA X METRO	0,25	\$ 8.500	\$ 2.125
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 39.888</b>

*Ilustración 4, MATERIA PRIMA*

Cada par de zapatos tendrá un costo de \$39.900 pesos sin tener en cuenta el costo de mano de obra.

#### COMISIONES DE GUARNECEDORES, PLANTILLADORES Y SOLADORES.

Se tomara como base la asesoría de la entrevista realizada a la gerente de Comercializadora de Calzado Paussiny la cual paga a sus empleador entre 2500 y 3000 pesos por par de zapatos realizado y sin un salario fijo, para este ejercicio se cambiará el modo de pago habitual de estos colaboradores y se dará una remuneración fija mensual más comisiones, las cuales variarán dependiendo de la cantidad de material transformado-procesado tal cual como se plantea en el valor de nómina; se pagara a cada uno de los mencionados 1300 pesos por tarea realizada, lo que les generara diariamente por la elaboración de 36 pares de zapatos un valor de comisión de 46.800 pesos. Que mensualmente equivale a 1'170.000 pesos de los cuales incrementaran en 493.350 por colaborador, lo que incrementa el valor de nómina en 8'316.750.

CARGO	TOTAL	EPS	PENSION	PARAFISC.	P. CESAN.	P. INT. CESAN.	PRIMA	Q	TOTAL MENSUAL
GUARNECEDOR	\$ 1.170.000	\$ 99.450	\$ 140.400	\$ 46.800	\$ 97.500	\$ 11.700	\$ 97.500	\$ 3	\$ 4.990.050
SOLADOR	\$ 1.170.000	\$ 99.450	\$ 140.400	\$ 46.800	\$ 97.500	\$ 11.700	\$ 97.500	\$ 1	\$ 1.663.350
EMPLANTILLADOR	\$ 1.170.000	\$ 99.450	\$ 140.400	\$ 46.800	\$ 97.500	\$ 11.700	\$ 97.500	\$ 1	\$ 1.663.350
<b>TOTAL</b>									\$ 8.316.750

Ilustración 5, COMISIONES

#### INCREMENTO DE PIB

Tomando como fuente el estudio del incremento del pib en los últimos 10 años realizado por el (DANE, HISTORICO PRODUCTO INTERNO BRUTO, 2018), se calcula un promedio para los siguientes 10 años, los cuales quedan de la siguiente manera:

AÑO DE REPORTE	IPC
2006	6,70%
2007	6,90%
2008	3,50%
2009	1,70%
2010	4,00%

2011	6,60%
2012	4,00%
2013	4,90%
2014	4,40%
2015	3,10%
2016	5,20%
2017	3,80%
2018	4,57%
2019	4,39%
2020	4,18%
2021	4,24%
2022	4,45%
2023	4,48%
2024	4,31%
2025	4,33%
2026	4,29%

Tabla 16, PROYECCION PROMEDIO PRODUCTO INTERNO BRUTO (REPUBLICA, 2018)

PUNTO DE EQUILIBRIO CON RESPECTO A COSTOS

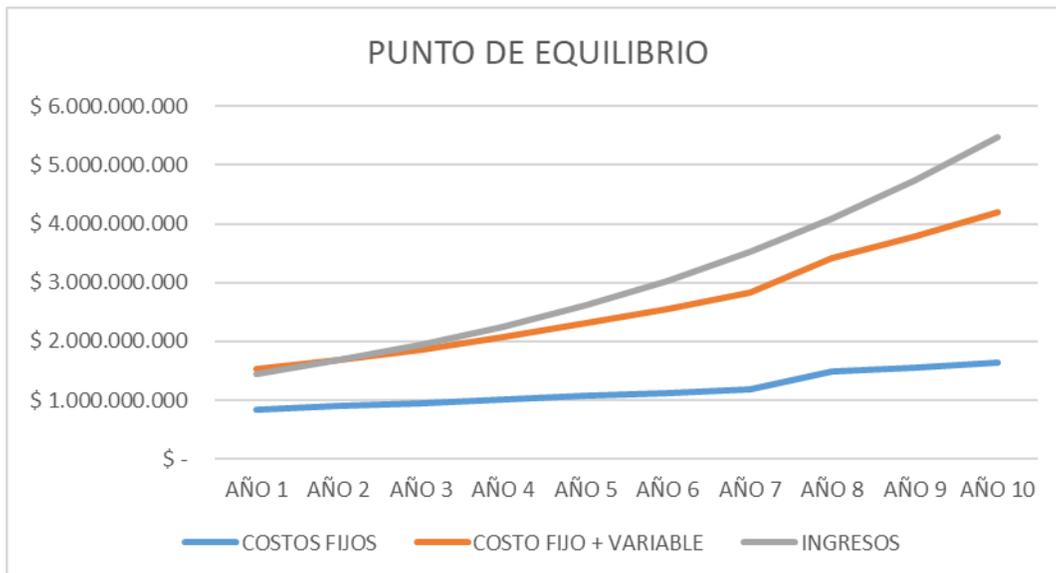


Ilustración 6, PUNTO DE EQUILIBRIO

## ESTIMACION DE COSTOS

COSTOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ARRIENDO FABRICA	\$ 63.600.000	\$ 66.504.400	\$ 69.423.204	\$ 72.324.837	\$ 75.388.709
SERVICIO DE INTERNET	\$ 1.068.000	\$ 1.108.584	\$ 1.159.209	\$ 1.210.086	\$ 1.260.663
SERVICIO DE LUZ	\$ 1.800.000	\$ 1.868.400	\$ 1.953.724	\$ 2.039.470	\$ 2.124.713
SERVICIO DE TELEFONO FIJO	\$ 660.000	\$ 685.080	\$ 716.365	\$ 747.806	\$ 779.061
SERVICIO DE TELEFONO MOVIL	\$ 1.008.000	\$ 1.046.304	\$ 1.094.085	\$ 1.142.103	\$ 1.189.839
SERVICIO DE AGUA	\$ 552.000	\$ 572.976	\$ 599.142	\$ 625.438	\$ 651.579
ARRIENDO LOCAL	\$ 216.000.000	\$ 224.208.000	\$ 234.446.832	\$ 244.736.443	\$ 254.965.520
NOMINA	\$ 396.318.913	\$ 411.379.032	\$ 430.165.341	\$ 449.044.820	\$ 467.813.230
PUBLICIDAD	\$ 165.219.524	\$ 187.886.692	\$ 213.672.650	\$ 242.906.619	\$ 276.711.613
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 846.226.437</b>	<b>\$ 895.259.468</b>	<b>\$ 953.230.553</b>	<b>\$ 1.014.777.622</b>	<b>\$ 1.080.884.927</b>
COSTOS FIJOS	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ARRIENDO FABRICA	\$ 78.741.713	\$ 82.273.218	\$ 85.818.096	\$ 89.537.786	\$ 93.376.498
SERVICIO DE INTERNET	\$ 1.316.732	\$ 1.375.787	\$ 1.435.065	\$ 1.497.266	\$ 1.561.458
SERVICIO DE LUZ	\$ 2.219.212	\$ 2.318.742	\$ 2.418.649	\$ 2.523.482	\$ 2.631.670
SERVICIO DE TELEFONO FIJO	\$ 813.711	\$ 850.205	\$ 886.838	\$ 925.277	\$ 964.946
SERVICIO DE TELEFONO MOVIL	\$ 1.242.759	\$ 1.298.495	\$ 1.354.443	\$ 1.413.150	\$ 1.473.735
SERVICIO DE AGUA	\$ 680.558	\$ 711.081	\$ 741.719	\$ 773.868	\$ 807.046
ARRIENDO LOCAL	\$ 266.305.420	\$ 278.249.012	\$ 290.237.833	\$ 302.817.867	\$ 315.800.439
NOMINA	\$ 488.619.789	\$ 510.534.009	\$ 798.796.822	\$ 833.419.779	\$ 869.150.602
PUBLICIDAD	\$ 289.018.697	\$ 301.980.962	\$ 314.992.313	\$ 328.645.303	\$ 342.735.162
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.128.958.591</b>	<b>\$ 1.179.591.510</b>	<b>\$ 1.496.681.778</b>	<b>\$ 1.561.553.779</b>	<b>\$ 1.628.501.556</b>

COSTOS VARIABLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO DE MATERIA PRIMA	\$ 39.888	\$ 41.710	\$ 43.541	\$ 45.360	\$ 47.282
MATERIA PRIMA	\$ 576.854.101	\$ 670.219.006	\$ 777.371.303	\$ 899.847.272	\$ 1.042.185.768
COSTO DE COMISIONES	\$ 99.801.000	\$ 115.953.977	\$ 134.492.298	\$ 155.681.753	\$ 180.307.606
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 676.655.101</b>	<b>\$ 786.172.982</b>	<b>\$ 911.863.601</b>	<b>\$ 1.055.529.025</b>	<b>\$ 1.222.493.373</b>
COSTOS VARIABLES	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRECIO DE MATERIA PRIMA	\$ 49.385	\$ 51.600	\$ 53.823	\$ 56.156	\$ 58.563
MATERIA PRIMA	\$ 1.209.486.933	\$ 1.404.146.095	\$ 1.627.384.515	\$ 1.886.579.644	\$ 2.186.069.007
COSTO DE COMISIONES	\$ 209.252.227	\$ 242.930.031	\$ 281.552.305	\$ 326.395.417	\$ 378.209.798
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.418.739.160</b>	<b>\$ 1.647.076.126</b>	<b>\$ 1.908.936.820</b>	<b>\$ 2.212.975.061</b>	<b>\$ 2.564.278.805</b>

PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ANUALES	14462	16069	17854	19838	22042
MENSUALES	1205	1339	1488	1653	1837
CANTIDAD DIARIA	40	45	50	55	61
<b>NECESIDAD MAQUINARIA Y PERSONA</b>	<b>0,53</b>	<b>0,59</b>	<b>0,65</b>	<b>0,73</b>	<b>0,81</b>
PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ANUALES	24491	27212	30236	33595	37328
MENSUALES	2041	2268	2520	2800	3111
CANTIDAD DIARIA	68	76	84	93	104
<b>NECESIDAD MAQUINARIA Y PERSONA</b>	<b>0,90</b>	<b>0,99</b>	<b>1,11</b>	<b>1,23</b>	<b>1,36</b>

PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PRECIO ESTABLECIDO	\$ 100.000	\$ 104.567	\$ 109.156	\$ 113.718	\$ 118.536
INGRESO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 1.446.172.484	\$ 1.680.238.179	\$ 1.948.868.851	\$ 2.255.915.945	\$ 2.612.758.370
PRECIO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PRECIO ESTABLECIDO	\$ 123.808	\$ 129.360	\$ 134.934	\$ 140.783	\$ 146.818
INGRESO ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.032.182.174	\$ 3.520.192.442	\$ 4.079.850.871	\$ 4.729.652.724	\$ 5.480.472.169

PRECIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	\$ 846.226.437	\$ 895.259.468	\$ 953.230.553	\$ 1.014.777.622	\$ 1.080.884.927
COSTO FIJO + VARIABLE	\$ 1.522.881.538	\$ 1.681.432.450	\$ 1.865.094.154	\$ 2.070.306.647	\$ 2.303.378.300
INGRESOS	\$ 1.446.172.484	\$ 1.680.238.179	\$ 1.948.868.851	\$ 2.255.915.945	\$ 2.612.758.370
PRECIO	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS FIJOS	\$ 1.128.958.591	\$ 1.179.591.510	\$ 1.496.681.778	\$ 1.561.553.779	\$ 1.628.501.556
COSTO FIJO + VARIABLE	\$ 2.547.697.751	\$ 2.826.667.636	\$ 3.405.618.598	\$ 3.774.528.840	\$ 4.192.780.362
INGRESOS	\$ 3.032.182.174	\$ 3.520.192.442	\$ 4.079.850.871	\$ 4.729.652.724	\$ 5.480.472.169

Tabla 17, ESTIMACION DE COSTOS

## INGRESOS Y PROYECCIONES DE VENTAS

PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ANUALES	14.462	16.069	17.854	19.838	22.042
MENSUALES	1.205	1.339	1.488	1.653	1.837
VALOR UNITARIO	100.000	104.567	109.156	113.718	118.536
INGRESO ANUAL	\$ 1.446.172.484	\$ 1.680.238.179	\$ 1.948.868.851	\$ 2.255.915.945	\$ 2.612.758.370
INGRESO MENSUAL	\$ 120.514.374	\$ 140.019.848	\$ 162.405.738	\$ 187.992.995	\$ 217.729.864
PROMEDIO DE VENTAS	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ANUALES	24.491	27.212	30.236	33.595	37.328
MENSUALES	2.041	2.268	2.520	2.800	3.111
VALOR UNITARIO	123.808	129.360	134.934	140.783	146.818
INGRESO ANUAL	\$ 3.032.182.174	\$ 3.520.192.442	\$ 4.079.850.871	\$ 4.729.652.724	\$ 5.480.472.169
INGRESO MENSUAL	\$ 252.681.848	\$ 293.349.370	\$ 339.987.573	\$ 394.137.727	\$ 456.706.014

Tabla 18, INGRESOS Y PROYECCION DE VENTAS

## FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
DETALLES	0	AÑO				
		1	2	3	4	5
INGRESO POR VENTAS		1.446.172.484	1.680.238.179	1.948.868.851	2.255.915.945	2.612.758.370
COSTOS FIJOS		-\$ 846.226.437	-\$ 895.259.468	-\$ 953.230.553	-\$ 1.014.777.622	-\$ 1.080.884.927
COSTOS VARIABLES		-\$ 676.655.101	-\$ 786.172.982	-\$ 911.863.601	-\$ 1.055.529.025	-\$ 1.222.493.373
DEPRECIACION MAQUINARIA		-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600
UTILIDAD BRUTA		- 113.265.654	- 37.750.872	47.218.097	149.052.699	272.823.469
IVA		- 21.520.474	- 7.172.666	8.971.438	28.320.013	51.836.459
CREE		- 9.061.252	- 3.020.070	3.777.448	11.924.216	21.825.878
UTILIDAD NETA		- 82.683.927	- 27.558.136	34.469.211	108.808.470	199.161.132
MAQUINARIA						
GASTOS DEP MAQUINARIA		\$ 36.556.600	\$ 36.556.600	\$ 36.556.600	\$ 36.556.600	\$ 36.556.600
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		- 119.240.527	- 64.114.736	- 2.087.389	72.251.870	162.604.532
IMPUESTO RENTA		- 29.810.132	- 16.028.684	- 521.847	18.062.968	40.651.133
INVERSIONES		-\$ 443.159.000				
FLUJO DE CAPITAL		-\$ 443.159.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA TOTAL		-\$ 443.159.000	-\$ 89.430.395	-\$ 48.086.052	\$ 1.565.542	\$ 54.188.903
RECUPERACION DE LA INVERSION		-\$ 443.159.000	-\$ 532.589.395	-\$ 580.675.448	-\$ 582.240.989	-\$ 406.098.688

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
DETALLES	0	AÑO				
		6	7	8	9	10
INGRESO POR VENTAS		3.032.182.174	3.520.192.442	4.079.850.871	4.729.652.724	5.480.472.169
COSTOS FIJOS		-\$ 1.128.958.591	-\$ 1.179.591.510	-\$ 1.496.681.778	-\$ 1.561.553.779	-\$ 1.628.501.556
COSTOS VARIABLES		-\$ 1.418.739.160	-\$ 1.647.076.126	-\$ 1.908.936.820	-\$ 2.212.975.061	-\$ 2.564.278.805
DEPRECIACION MAQUINARIA		-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600	-\$ 36.556.600
UTILIDAD BRUTA		447.927.823	656.968.206	637.675.673	918.567.284	1.251.135.208
IVA		85.106.286	124.823.959	121.158.378	174.527.784	237.715.689
CREE		35.834.226	52.557.456	51.014.054	73.485.383	100.090.817
UTILIDAD NETA		326.987.311	479.586.791	465.503.241	670.554.117	913.328.702
MAQUINARIA						
GASTOS DEP MAQUINARIA		36556600	36556600	36556600	36556600	36556600
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		290.430.711	443.030.191	428.946.641	633.997.517	876.772.102
IMPUESTO RENTA		72.607.678	110.757.548	107.236.660	158.499.379	219.193.025
INVERSIONES		-\$ 443.159.000				
FLUJO DE CAPITAL		-\$ 443.159.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE CAJA TOTAL		-\$ 443.159.000	\$ 217.823.033	\$ 332.272.643	\$ 321.709.981	\$ 475.498.138
RECUPERACION DE LA INVERSION		-\$ 443.159.000	-\$ 188.275.654	\$ 143.996.988	\$ 465.706.969	\$ 941.205.107

Tabla 19, FLUJO DE CAJA (WIKINSONPC, 2018)

## CONCLUSIONES

En la búsqueda de la comodidad y practicidad cotidiana en las distintas actividades de la mujeres, teniendo en cuenta su salud, se busca resolver el planteamiento del problema que generan los zapatos con tacón en las mujeres, prevenir las malformaciones que estos pueden generar por su uso continuo, se realizó un análisis factibilidad y viabilidad de mercado, técnica, financiera y legal obteniendo resultado positivo a la posibilidad de fabricar y comercializar zapatos con tacón removible en la ciudad de Bogotá para los estratos 3, 4, 5 y 6 estableciendo un horizonte de proyecto de 10 años con un cubrimiento del 2 % de mencionado mercado, se evaluó la maquinaria necesario y la capacidad de fabricación con respecto a las necesidades de las proyecciones de ventas, comparado de igual manera con las necesidades de personal y horas hombre, se indagó sobre las obras donde se ejecutara la fabricación y otras para la comercialización del producto, se evaluaron los precios promedio de la competencia y la calidad de los productos; todo lo anterior logrando el objetivo en el años 10 y generando un retorno de inversión en el año séptimo y comparado con la tasa de retorno a largo plazo del banco (BBVA, 2018) el valor neto actual generado es de \$816.227.579, genera un 19% más de factibilidad al proyecto; cabe destacar que las estrategias planteadas en este proyecto son referentes a un resultado optimista el todo el trascurso del proyecto, así que es ineludible que el gerente contratado para el proyecto tenga las habilidades competentes para el ejercer el cumplimiento de las actividades y objetivos del proyecto.

## BIBLIOGRAFÍA

- ACICAM. (18 de 03 de 2018). *COMO VA EL SERCTOR*. Obtenido de <http://acicam.org/como-va-el-sector>
- AGESCOM, C. (01 de 01 de 2018). *INFORMACION MANGO*. Obtenido de <https://consultoragescom.wordpress.com/2014/11/16/mango-mision-vision-valores/>
- AGUDELO, G. (01 de 01 de 2018). *ZARA*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/gustavoagudelo/zara-22212691>
- ALÓ. (s.f.). *ZAPATOLICAS*. Obtenido de LA GRAN ENFERMEDAD DE LAS MUJERES: <http://alo.co/content/zapatolicas-la-gran-enfermedad-de-las-mujeres>
- BBC. (03 de 06 de 2015). *BBC*. Obtenido de [http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/06/150603\\_salud\\_tacones\\_peligros\\_pies\\_il](http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/06/150603_salud_tacones_peligros_pies_il)
- BBVA. (28 de 03 de 2018). Obtenido de TASA DE RETORNO CDT BBVA: [https://www.bbva.com.co/fbin/mult/TASAS\\_WEB\\_FEBRERO\\_2018\\_cdt\\_tcm1304-538830.pdf](https://www.bbva.com.co/fbin/mult/TASAS_WEB_FEBRERO_2018_cdt_tcm1304-538830.pdf)
- Chauvin. (01 de Noviembre de 2017). *Mujeres de empresa*. Obtenido de [www.mujeresdeempresa.com/analisis-del-producto-o-servicio-a-ofrecer/](http://www.mujeresdeempresa.com/analisis-del-producto-o-servicio-a-ofrecer/)
- CROMOS. (23 de 09 de 2016). *¿PORQUE LOS ZAPATOS SON TAN IMPORTANTES EN EL ARMARIO FEMENINO?* Obtenido de <https://cromos.elespectador.com/mes-de-la-mujer/articulo-145867-son-tan-importantes-los-zapatos-el-armario-femenino>
- DAFITI. (12 de 04 de 2018). *DAFITI MARKETPLACE*. Obtenido de <http://marketplace.dafiti.com.co/>
- DANE. (19 de 03 de 2018). *HISTORICO PRODUCTO INTERNO BRUTO*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cuentas-nacionales/cuentas-nacionales-trimestrales/historicos-producto-interno-bruto-pib>
- DANE. (18 de 03 de 2018). *RELOJ DE POBLACION*. Obtenido de <http://www.dane.gov.co/reloj/>
- DINERO. (31 de 07 de 2015 ). *LA MITAD DE LOS BOGOTANOS PERTENECENS AL ESTRATO 1 Y 2*. Obtenido de <http://www.dinero.com/economia/articulo/dinamica-pobreza-bogota-estratos/211771>
- DISTRITAL, P. (12 de 12 de 2015). *OBSERVATORIO DE BOGOTÁ*. Obtenido de <http://www.gobiernobogota.gov.co/observatorio/mapas-de-interes>

FINCARAIZ. (03 de 02 de 2018). *OFICINA*. Obtenido de <https://www.fincaraiz.com.co/fincaraiz/bogota/>

GC, A. I. (07 de 12 de 2017). *MAQUINARIA PARA CALZADO EN COLOMBIA*. Obtenido de <http://automatizadosindustr.wixsite.com/automatizadosindustr>

Gomez, E. (18 de 03 de 2018). *COACHING Y RECURSOS HUMANO*. Obtenido de <http://www.psicologialaboral.net/articulos/2326/abraham-maslow-motivacion-necesidades-y-piramide/>

GOMIS, C. (07 de 12 de 2017). *MAQUINARIA PARA CALZADO*. Obtenido de <http://www.maquinariaparacalzado.com/>

Luca. (18 de 03 de 2018). *designals*. Obtenido de <http://www.designals.net/2011/02/el-significado-oculto-de-los-colores/>

MANGA, G. (2016 de 07 de 28). *REVISTA SEMANA*. Obtenido de EL CUENTO DE LOS ZAPATOS CHINOS EN COLOMBIA: <http://www.semana.com/opinion/articulo/german-manga-el-cuento-de-los-zapatos-chinos-en-colombia/483654>

MERCADOLIBRE. (01 de 01 de 2018). *ZAPATOS PARA MUJER*. Obtenido de [https://zapatos.mercadolibre.com.co/ropa-y-accesorios/zapatos/tacones/\\_GENDER\\_fe](https://zapatos.mercadolibre.com.co/ropa-y-accesorios/zapatos/tacones/_GENDER_fe)

MPRENDE. (2015 de 01 de 08). *¿CUANDO CUESTA CREAR UNA EMPRESA?* Obtenido de <http://mprende.co/gesti%C3%B3n/%C2%BFcu%C3%A1nto-me-cuesta-crear-una-empresa-en-colombia>

NOTICIAS, H. 1. (26 de 02 de 2014). *EMPRENDEDOR ANTIOQUEÑO CREA TACONES REMOVIBLES PARA MUJERES*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=ZapGegqwjPU>

NUEVAMUJER. (21 de 02 de 2018). *LOS TACONES FUERON CREADOS PARA SER USADOS POR HOMBRES*. Obtenido de <https://www.nuevamujer.com/estilo/2018/03/09/los-tacones-fueron-creados-usados-los-hombres.html>

OLX. (12 de 04 de 2018). *FLYERS VOLANTES PUBLICITARIOS \$49MIL* . Obtenido de <https://bogotacity.olx.com.co/flyers-volantes-publicitarios-49mil-iiid-998840752>

PERIODISMOPUBLICO. (12 de 04 de 2018). *CUANTO CUESTA HACER CAMPAÑA EN LOS MEDIOS*. Obtenido de <http://www.periodismopublico.com/Cuanto-cuesta-hacer-campana-en-los>

PORTAFOLIO. (03 de 08 de 2010). Obtenido de COLOMBIANO PROMEDIO COMPRA 2,2 PARES DE ZAPATOS: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/colombiano-promedio-compra-pares-zapatos-ano-415934>

PORTAFOLIO. (16 de 04 de 2013). *MUJERES, LAS GRANDES COMPRADORAS*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/tendencias/mujeres-grandes-compradoras-79964>

PORTAFOLIO. (01 de 02 de 2017). *PRODUCCION DE CALZADO MUESTRA UN CRECIMIENTO IMPORTANTE*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/negocios/produccion-de-calzado-aumento-en-2017-503271>

PORTAFOLIO. (09 de 02 de 2017). *PRODUCCION DE CALZADO MUESTRA UN CRECIMIENTO IMPORTANTE*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/negocios/produccion-de-calzado-aumento-en-2017-503271>

REPUBLICA, B. D. (20 de 03 de 2018). *BOLETIN DE INDICADORES ECONOMICOS*. Obtenido de <http://www.banrep.gov.co/economia/pli/bie.pdf>

RETAIL, A. (01 de 01 de 2018). *INFORMACION FALABELLA*. Obtenido de <http://www.america-retail.com/directorioretail/s-a-c-i-falabella/>

RETAIL, A. (01 de 01 de 2018). *INFORMACION FALABELLA*. Obtenido de <http://www.america-retail.com/directorioretail/s-a-c-i-falabella/>

SEMCOLOMBIA. (12 de 04 de 2018). *Plataforma de mensajes masivos*. Obtenido de <https://saemcolombia.com.co/precios/sms-masivo-colombia>

TIEMPO, E. (08 de 03 de 2012). *LAS MUJERES BUSCAN CADA DIA VERSE MAS BELLAS Y ELEGANTES*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-11303264>

TIEMPO, E. (s.f.). *EL SOBREARANCEL QUE LE AYUDO AL SECTOR DEL CALZADO*. Obtenido de <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/ventas-de-industrias-de-calzado-ayudadas-por-sobrearancel-60652>

TMC. (07 de 12 de 2017). *MAQUINARIA PARA CALZADO*. Obtenido de <http://www.tromacalzado.co/contacto-5/>

VACIA, L. S. (01 de 01 de 2018). *LA CARRERA EN COLOMBIA POR SEDUCIR AL ESTRATO 3*. Obtenido de <http://lasillavacia.com/historia/la-carrera-en-bogota-es-por-seducir-al-estrato-tres-25461>

Valen. (21 de 07 de 2017). Obtenido de La simbología esotérica de la mariposa: <https://www.tarotvidenciacristina.com/la-simbologia-esoterica-de-la-mariposa/>

WIKINSONPC. (01 de 01 de 2018). *DTF*. Obtenido de <http://dolar.wilkinsonpc.com.co/df.html>

Yointic. (12 de 04 de 2018). *planes y precios marketing digital*. Obtenido de <http://yointic.com/planes-precios-marketing-digital/>